



ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СОЦИОЛОГИЯ

ISSN 1726-3247

Читайте в номере:

Интервью с Виктором Ни. Часть 2.
Если социология хочет прогрессировать, она должна быть открыта для интеллектуального обмена с родственными дисциплинами

Ибрагимова Д. Х. Потребительские ожидания населения России (1996–2009): как взаимосвязаны когорты, поколения и возраст

Моретти Ф. Буржуа. Между историей и литературой

Титаев К. Д. Предварительное заключение в российской уголовной юстиции: социологический анализ вероятности предварительного заключения и его влияния на решение суда

**Экономическая
социология**
Т. 15. № 3.
Май 2014

Электронный журнал
www.ecsoc.msses.ru
www.ecsoc.hse.ru

ISSN 1726-3247

Адрес редакции

101000, Россия,
г. Москва,
ул. Мясницкая,
д. 20, комн. 406
тел.: (495) 628-48-86
email: ecsoc@hse.ru

Электронный журнал «Экономическая социология» издается с 2000 г. Учредителями являются Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (с 2007 г.) и Вадим Валерьевич Радаев (главный редактор).

Цель журнала — утверждать международные стандарты экономико-социологических исследований в России, представлять современные работы российских и зарубежных авторов в области экономической социологии, информировать профессиональное сообщество о новых актуальных публикациях и исследовательских проектах, а также вовлекать в профессиональное сообщество молодых коллег.

Журнал представляет собой специализированное академическое издание. В нём публикуются материалы, отражающие современное состояние экономической социологии и способствующие развитию данной области в её современном понимании. В числе приоритетных тем: теоретические направления экономической социологии, социологические исследования рынков и организаций, социально-экономические стратегии индивидов и домашних хозяйств, неформальная экономика. Также публикуются тексты из смежных дисциплин — неинституциональной экономической теории, антропологии, экономической психологии и других областей, которые могут представлять интерес для экономсоциологов.

Журнал публикует пять номеров в год: в январе, марте, мае, сентябре и ноябре. Доступ ко всем номерам журнала — постоянный, свободный и бесплатный по адресу: <http://www.ecsoc.hse.ru>. Каждый номер содержится в едином файле (10–12 п. л. в PDF).

Журнал входит в список ВАК России, индексируется в Российском индексе научного цитирования (РИНЦ).

Требования к авторам изложены по адресу: http://ecsoc.hse.ru/author_requirements.html

В журнале применяется двойное анонимное рецензирование статей. Все материалы проходят через полный цикл редакторской обработки и корректуры.

Плата с авторов журнала не взимается. Ускоренные сроки публикации статей не предусмотрены.

The electronic journal “Economic Sociology” was established in 2000 as one of the first academic e-journals in Russia. It is funded by the National Research University Higher School of Economics (HSE).

“Economic Sociology” is aimed at consolidating international standards of studies in economic sociology, presenting new research carried out by Russian and international scholars, introducing new books and research projects, and attracting young scholars into the field.

“Economic Sociology” is a specialized academic journal representing the mainstreams of thinking and research in international and Russian economic sociology. “Economic Sociology” provides a framework for discussion of the following key issues: major theoretical paradigms in economic sociology, sociology of markets and organizations, social and economic strategies of households, informal economy. “Economic Sociology” also welcomes research papers written within neighboring disciplines — new institutional economics, anthropology, economic psychology and the related fields, which can be of interest for economic sociologists.

“Economic Sociology” has a wide Russian speaking audience, living both in Russia and abroad. Its main target group comprises of research scholars, university professors, policy-makers, post-graduates, undergraduates and others who are interested in economic sociology.

“Economic Sociology” is a bimonthly journal released in five issues (January, March, May, September, and November). “Economic Sociology” provides permanent free access to all issues in PDF. “Economic Sociology” applies blind peer-review procedures (two referees for each research paper). All papers are subject to editing, proofreading, and professional design layout.

Guidelines for the authors: http://ecsoc.hse.ru/author_requirements.html



Economic Sociology
Vol. 15. No 3.
May 2014

Electronic journal
www.ecsoc.msses.ru
www.ecsoc.hse.ru

ISSN 1726-3247

Contacts

20 Myasnitskaya street,
room 406
Moscow, RI Moscow
101000 Russian Federation
phone: (495) 628-48-86
email: ecsoc@hse.ru

**Экономическая
социология**
Т. 15. № 3.
Май 2014

Электронный журнал
www.ecsoc.msses.ru
www.ecsoc.hse.ru

ISSN 1726-3247

Журнал выходит
пять раз в год:

№ 1 – январь
№ 2 – март
№ 3 – май
№ 4 – сентябрь
№ 5 – ноябрь

Учредители:

- Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»
- В. В. Радаев

Издаётся с 2000 года



НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ

Редакция

Главный редактор:
Редакторы выпуска:

Вёрстка:
Корректор:
Ответственный секретарь:
Сотрудники редакции:

Радаев Вадим Валерьевич (НИУ ВШЭ, Россия)
Соколова Татьяна Виленовна (НИУ ВШЭ, Россия)
Миллер Соня (США)
Мишина Мария Евгеньевна (Россия)
Андрианова Надежда Викторовна (НИУ ВШЭ, Россия)
Котельникова Зоя Владиславовна (НИУ ВШЭ, Россия)
Назарбаева Елена Алексеевна (НИУ ВШЭ, Россия)
Бердышева Елена Сергеевна (НИУ ВШЭ, Россия)

Международный редакционный совет

Ашвин Сара
(Ashwin, Sarah)
Гербер Тед
(Gerber, Ted)
Гусева Аля (Guseva, Alya)
Зависка Джейн (Zavisca, Jane)
Линднер Петер
(Lindner, Peter)
Сводер Кристофер
(Swader, Christopher)
Якубович Валерий
(Yakubovich, Valery)

Лондонская школа экономики и политических наук
(Великобритания)
Висконсинский университет в Мэдисоне
(США)
Университет Бостона (США)
Университет Аризоны (США)
Университет Франкфурта-на-Майне
им. И. В. Гёте (Германия)
НИУ ВШЭ (Россия)
Бизнес-школа ESSEC (Франция)

Редакционный совет

Богомолова
Татьяна Юрьевна
Веселов
Юрий Васильевич
Волков
Вадим Викторович
Гимпельсон
Владимир Ефимович
Лапин
Николай Иванович
Малева
Татьяна Михайловна
Овчарова
Лилия Николаевна
Радаев
Вадим Валерьевич
(главный редактор)
Рывкина
Розалина Владимировна
Хахулина
Людмила Александровна
Чепуренко Александр Юльевич
Шанин Теодор
Шкаратан Овсей Ирмович

Институт экономики и организации промышленного
производства СО РАН (Россия)
Санкт-Петербургский государственный
университет (Россия)
Европейский университет
в Санкт-Петербурге (Россия)
НИУ ВШЭ (Россия)
Институт философии РАН (Россия)
Институт социального анализа
и прогнозирования РАНХиГС (Россия)
Независимый институт социальной
политики (Россия)
НИУ ВШЭ (Россия)
НИУ ВШЭ (Россия)
Аналитический центр Юрия Левады
(Россия)
НИУ ВШЭ (Россия)
Московская Высшая школа
социальных и экономических наук (Россия)
НИУ ВШЭ (Россия)

- National Research University Higher School of Economics
- Vadim Radaev



Editors

Editor-in-Chief:

Vadim Radaev (HSE, Russia)

Editors:

Tatyana Sokolova (HSE, Russia)

Sonya Miller (USA)

Maria Mishina (Russia)

Design and Making-up:

Proofreader:

Nadezda Andrianova (HSE, Russia)

Managing Editor:

Zoya Kotelnikova (HSE, Russia)

Editorial Staff:

Elena Nazarbaeva (HSE, Russia)

Elena Berdysheva (HSE, Russia)

International Editorial Council

Sarah Ashwin

The London School of Economics
and Political Science (UK)

Ted Gerber

University of Wisconsin-Madison (USA)

Alya Guseva

Boston University (USA)

Peter Lindner

Goethe University Frankfurt (Germany)

Christopher Swader

HSE (Russia)

Valery Yakubovich

ESSEC Business School (France)

Jane Zavisca

The University of Arizona (USA)

Editorial Council

Tatyana Bogomolova

Institute of Economics and Industrial
Engineering of the Siberian Branch
of Russian Academy of Sciences (Russia)

Alexander Chepurenko

HSE (Russia)

Vladimir Gimpelson

HSE (Russia)

Lyudmila Khakhulina

Yuri Levada Analytical Center (Russia)

Nikolay Lapin

Institute of Philosophy of Russian Academy
of Sciences (Russia)

Tatyana Maleva

Institute of Social Analysis and Forecasting,
The Russian Presidential Academy
of National Economy and
Public Administration (Russia)

Lilia Ovcharova

Independent Institute for Social Policy
(Russia)

Vadim Radaev (Editor-in-Chief)

HSE (Russia)

Rozalina Ryvkina

HSE (Russia)

Theodor Shanin

Moscow School of Social
and Economic Sciences (Russia)

Ovsey Shkaratan

HSE (Russia)

Yuriy Veselov

Saint Petersburg State University (Russia)

Vadim Volkov

European University at Saint Petersburg
(Russia)

Содержание

Вступительное слово главного редактора (*В. В. Радаев*) 9

Интервью

Интервью с Виктором Ни. Часть 2. Если социология хочет прогрессировать, она должна быть открыта для интеллектуального обмена с родственными дисциплинами (перевод *А. Куракина*)..... 11

Новые тексты

Д. Х. Ибрагимова
Потребительские ожидания населения России (1996–2009): как взаимосвязаны когорты, поколения и возраст 24

Новые переводы

Ф. Моретти
Буржуа. Между историей и литературой (перевод *И. Кушнарёвой*) 70

Расширение границ

К. Д. Титаев
Предварительное заключение в российской уголовной юстиции: социологический анализ вероятности предварительного заключения и его влияния на решение суда 88

Профессиональные обзоры

Е. С. Бердышева
Что мы знаем о восприятии цены потребителями? Исследования в социологии и маркетинге 119

Новые книги

А. А. Куракин
Объяснение китайского экономического роста: проверка социологических инструментов на прочность. Рецензия на книгу: Nee V., Oppen S. 2012. *Capitalism from Below: Markets and Institutional Change in China*. Cambridge, MA: Harvard University Press..... 149

Конференции

М. О. Спирина
Состояние и перспективы развития рынка социологических исследований в России..... 160

Приложение (на английском языке) / Supplements (in English)

Interviews

Interview with Victor Nee:

Sociology Should be Open to Intellectual Trade with Ally Disciplines (Part 2)..... 169

Contents

Editor's Foreword (<i>Vadim Radaev</i>).....	9
--	---

Interviews

Interview with Victor Nee: Sociology Should be Open to Intellectual Trade with Ally Disciplines (Part 2) (translated by <i>Alexander Kurakin</i>).....	11
--	----

New Texts

Dilyara Ibragimova

Consumer Expectations of Russian Population (1996–2009): How are Cohort, Generation and Age Related?.....	24
--	----

New Translations

Franco Moretti

The Bourgeois: Between History and Literature (an excerpt) (translated by <i>Inna Kushnareva</i>).....	70
---	----

Beyond the Borders

Kirill Titaev

Pretrial Detention in Russian Criminal Justice: Sociological Analysis of the Probability of Pretrial Detention and its Influence on Court Decisions	88
---	----

Professional Reviews

Elena Berdysheva

What do We Know about Consumers' Price Perception? Research Findings of Studies in Sociology and Marketing Science.....	119
--	-----

New Books

Alexander Kurakin

Explaining Economic Growth in China: Testing Sociological Tools for Validity A Review on Book: Nee V., Opper S. (2012) <i>Capitalism from Below: Markets and Institutional Change in China</i> , Cambridge, MA: Harvard University Press.....	149
--	-----

Conferences

Marina Spirina

Current State and Prospects of the Social and Market Research in Russia	160
---	-----

Supplements (in English)

Interviews

Interview with Victor Nee:

Sociology Should be Open to Intellectual Trade with Ally Disciplines (Part 2) 169

VR ВСТУПИТЕЛЬНОЕ СЛОВО ГЛАВНОГО РЕДАКТОРА



Представляем новый номер нашего журнала. В нём сразу несколько материалов посвящено разным аспектам проблематики потребления. Но затрагиваются и темы, менее обычные для нашего журнала, — например, проблемы правоприменения и социологического анализа художественной литературы.

В рубрике «**Интервью**» публикуется вторая часть беседы с профессором факультета социологии, директором Центра изучения хозяйства и общества Корнелльского университета *Виктором Ни*. В этой части Виктор Ни продолжает рассуждать о важности построения теорий среднего уровня для прогресса социологического знания. Важным условием для плодотворного развития социологии, по его мнению, является открытость для интеллектуального обмена между родственными дисциплинами. В качестве успешного опыта такого междисциплинарного взаимодействия Ни приводит исследова-

ния миграции, где экономисты, социологи, демографы и представители других научных направлений выстраивают весьма конструктивный диалог. Провёл интервью *А. Куракин*. На языке оригинала беседа публикуется в английском приложении данного номера.

В рубрике «**Новые тексты**» выходит статья *Д. Х. Ибрагимовой* (канд. ист. н., доцент кафедры экономической социологии, старший научный сотрудник ЛЭСИ НИУ ВШЭ) «Потребительские ожидания населения России (1996–2009): как взаимосвязаны когорты, поколения и возраст». Статья посвящена исследованию детерминант потребительских ожиданий населения. Среди многих социально-демографических характеристик отмечается влияние переменной «возраст» как смешение трёх факторов: (а) собственно возраста; (b) когорты, то есть условий социализации и становления жизненного опыта в определённых условиях; и (с) времени, отражающегося в социально-политических, экономических, информационных явлениях макросреды. Информационная база исследования — данные регулярных потребительских опросов, проводимых в течение 15-летнего периода по одной и той же методологии и выборке. Все 79 волн одномоментных опросов были конвертированы в «квазилонгитюдный дизайн» с общим количеством 182 507 человек. Исследование показало, что такой индикатор, как *индекс потребительских настроений* (ИПН), может быть одним из инструментов определения временных границ поколений.

В рубрике «**Новые переводы**» журнал публикует «Введение» к книге «Буржуа. Между историей и литературой», написанной профессором гуманитарных наук факультета английского языка Стэнфордского университета *Ф. Моретти* (Moretti, Franco). Предмет книги — буржуа как социокультурное явление, рассмотренное сквозь призму литературы. Обращаясь к произведениям западноевропейской литературы, Ф. Моретти пытается разобраться в причинах возникновения и расцвета буржуазной культуры, определить факторы, приведшие её к последующему затуханию и упадку. Кроме того, автор пытается прояснить вопрос, почему понятие «буржуазия» со временем вытеснило концепт среднего класса, а также почему буржуазия не смогла ответить политическим и культурным запросам современного западного общества. Публикуется с разрешения Издательства Института им. Е. Гайдара.

В нашей рубрике «**Расширение границ**» мы публикуем статью *К. Д. Тутаева* (ведущий научный сотрудник Института проблем правоприменения при Европейском университете в Санкт-Петербурге). На основании выборки из 10 тыс. судебных решений и цикла экспертных интервью автор статьи анализирует вероятность избрания обвиняемому меры пресечения в виде заключения под стражу, а также влияние этой меры на последующие решения суда. Основанием для исследования стала простая случайная выборка из решений, опубликованных районными судами в 2011 г. При помощи регресси-

онного анализа показывается, что предварительное заключение в России чаще всего назначается безработным, ранее судимым подозреваемым. Результаты исследований российской судебной системы соотносятся с практикой судов США.

В рубрике «**Профессиональные обзоры**» мы публикуем материал *Е. С. Бердышевой* (канд. соц. н., старший преподаватель кафедры экономической социологии, старший научный сотрудник ЛЭСИ НИУ ВШЭ) «Что мы знаем о восприятии цены потребителями? Исследования в социологии и маркетинге». Автор привлекает внимание коллег к результатам ценовых исследований, реализуемых в рамках маркетинговой науки. При этом акцент делается на социальных основаниях ценового поведения потребителей. Основная задача обзора состоит в том, чтобы, опираясь на имеющиеся результаты исследований, выявить пространство контекстов, в которых покупатели могут интерпретировать рыночные цены.

В рубрике «**Новые книги**» публикуется рецензия на книгу Виктора Ни и Сони Оппер «Капитализм снизу: рынки и институциональные изменения в Китае» (Nee V., Oppen S. 2012. *Capitalism from Below: Markets and Institutional Change in China*. Cambridge, MA: Harvard University Press). О содержании и успехе этой книги один из её авторов, Виктор Ни, рассказывал в первой части своего интервью, напечатанной в прошлом номере нашего журнала (см.: *Экономическая социология*. 2014. 15 (2): 11–21). Рецензия подготовлена *А. А. Куракиным*.

В рубрике «**Конференции**» публикуется репортаж о круглом столе «Состояние и перспективы развития рынка социологических исследований в России», который состоялся 4 апреля 2014 г. в рамках XV Апрельской международной научной конференции «Модернизация экономики и общества», проходившей в НИУ ВШЭ. Центральной темой круглого стола стали проблема изменения структуры и основные тенденции развития рынка социологических и маркетинговых исследований в России. Подробный материал о состоявшемся интересном обсуждении подготовлен *М. О. Спириной* (НИУ ВШЭ).

* * *

Похоже, это 70-й номер журнала «Экономическая социология». Цифры становятся всё более впечатляющими.

ИНТЕРВЬЮ

Интервью с Виктором Ни

Часть 2. Если социология хочет прогрессировать, она должна быть открыта для интеллектуального обмена с родственными дисциплинами



НИ Виктор (Nee, Victor) — профессор социологии факультета социологии; профессор экономической социологии им. Франка и Розы Роудс, директор Центра изучения хозяйства и общества Корнелльского университета. Адрес: США, 14853-7601, шт. Нью-Йорк, г. Итака, корпус Юрис-холл Корнелльского университета, 312/330.

Email: vgn1@cornell.edu

Перевод с англ.
Александра Куракина.

В майском номере журнала «Экономическая социология» представлена вторая часть интервью с Виктором Ни (первая часть — «Для социологов особенно характерно стремление каждый раз изобретать концептуальную карту, которая по-новому расставляет акценты» — опубликована в мартовском выпуске; см.: Экономическая социология. 2014. 15 (2):11–21). Беседу провёл старший преподаватель кафедры экономической социологии НИУ ВШЭ Александр Куракин. В помещаемой теперь части интервью профессор Виктор Ни продолжает рассуждать о важности построения теорий среднего уровня для прогресса социологического знания. Примером могут служить недавние исследования, одно из которых посвящено становлению капитализма в современном Китае (по его результатам появилась книга «Capitalism from Below» («Капитализм снизу») [Nee, Oppen 2012]), а другое — формированию инновационной экономики в Нью-Йорке. Обе работы объединяют концептуальная рамка, сконструированная на основе идеи о взаимодействии формальных и неформальных институтов, а также эмпирическая направленность.

Ещё одним важным условием для плодотворного развития социологии, по мнению Виктора Ни, является открытость для интеллектуального обмена между смежными дисциплинами. В качестве успешного опыта такого взаимодействия профессор приводит междисциплинарные исследования миграции, где экономисты, социологи, демографы и представители других научных направлений выстраивают диалог с позиции значимости полученных эмпирических факторов и закономерностей, но не институциональных границ. Внешняя валидность достигнутых внутри дисциплины результатов, согласно Виктору Ни, служит также признанием их важности для поведенческих наук в целом.

Ключевые слова: укоренённость; теория среднего уровня; сети; институты; капитализм; КНР; инновации; институциональные изменения; экономический рост.

— У меня ещё один вопрос, касающийся укоренённости. Что Вы думаете о распространении этого понятия на институты и культуру? Ведь изначально Грановеттер предложил структурный, или сетевой, аргумент, но позже учёные начали говорить об укоренённости в институтах, культуре, власти и т. п. Например, можно вспомнить совместную работу Шэрон Зукин и Пола Димаджио, в которой предполагается укоренённость во всём [Zukin, DiMaggio 1990]. Это хорошо или плохо?

— Понятно.

— Потому что, как мне представляется, аргумент Грановеттера был сфокусирован только на сетях, и это его сильная сторона. Когда же мы начинаем говорить об укоренённости во всём, это просто означает, что мы говорим: «Культура имеет значение, институты имеют значение, сети имеют значение». И всё. Вы согласны?

— Я полагаю, что это справедливый вопрос: если распространить укоренённость в бесконечность, то аналитическая польза от этой идеи (в том виде, как она была изначально сформулирована, с акцентом на сети) будет выхолощена, потому что всё укоренено. Конечно, это так. Статья Грановеттера 1985 г. была, по-моему, важна своим акцентом на значимости социальных отношений, которые делают возможным экономическое действие, направляют его [Granovetter 1985]. Идея укоренённости обращает внимание на что-то важное. Это не теория, а, скорее, программное заявление, утверждающее: чтобы понять экономическое действие, нужно включить в анализ те способы, с помощью которых социальная структура организует и направляет экономические решения, кооперацию и доверие. Это нехитрое, хотя и важное заявление, но если мы на этом остановимся и просто скажем: «Ладно, давайте теперь посмотрим, как это работает для культуры, как это работает для институтов», — то, я полагаю, существенного прогресса мы не добьёмся. Важно перейти от программного уровня к идее Роберта К. Мертона о теориях среднего уровня, начать объяснять феномены или классы феноменов, которые нас интересуют. Одним из наиболее ранних примеров теории среднего уровня в экономической социологии является исследование Макса Вебера о развитии капитализма на Западе. Это была качественная теория среднего уровня, которая считается основополагающей для экономической социологии. Так что нам нужно большее: объяснение феноменов, использование общих объясняющих принципов. Конечно, не гранд-теории; это нам не нужно. Лучше подойдёт накопление специализированных теорий, которые могут иметь общую концептуальную платформу, но при этом каждая из них специализируется на объяснении какого-либо класса феноменов, как, например, важность культурных верований в экономическом поведении, что, собственно, и делал Вебер. Продолжил эту работу Авнер Грейф, экономист. Его работа посвящена значимости культурных верований для организации хозяйства [Greif 1994] и сравнению генуэзских и магрибских торговцев в средиземноморской средневековой Европе [Greif 2006]. Работы Грейфа действительно можно назвать расширением веберовского интереса к влиянию идей на экономическое поведение людей. Так что я соглашусь с Вами: расширение укоренённости в бесконечность не даст результата; она должна привести к какой-либо теории, к объяснению, подтверждённому наблюдением, то есть к эмпирическим исследованиям.

— А Вашу книгу «*Capitalism from Below*» [Nee, Oppen 2012] можно назвать примером теории среднего уровня?

— Да, эта цель изначально ставилась, и думаю, что нам удалось её достичь. Я считаю, что подъём капитализма в Китае имеет примерно такое же значение, как и подъём капитализма на Западе в своё время, так как это восточная экономика, за пределами западного мира. К тому же это крупнейшая на Востоке экономика, которая три с половиной десятилетия демонстрировала устойчивый рост и, будучи одной из беднейших в мире по душевому ВВП, стала второй по величине за относительно короткий срок, смогла обеспечить быстрое накопление богатства в частных руках и очень быстрое сокращение абсолютной бедности. Всё это — в стране, имевшей до запуска экономических реформ наивысший в мире показатель абсолютной бедности. А сейчас Китай, который по-прежнему сильно отстаёт от развитых экономик по уровню душевого дохода, является страной с доходами выше среднего и, согласно журналу «The Economist», станет самой большой экономикой мира в 2016 г., а по прогнозам Всемирного банка — ближе к 2020 г. Обе даты — 2016–2020 гг. — учитывают недавнее снижение темпов роста китайской экономики. Да, произошло снижение роста с двузначных цифр до 4,7%, что всё равно является впечатляющим показателем роста, поскольку мы упускаем из виду, что мировая экономика до сих пор находится под воздействием рецессии 2008 г. Таким образом, в книге «*Capitalism from Below*» мы

хотели предложить теорию капиталистического экономического развития Китая, которая бы исходила из экономико-социологических предпосылок и подтверждала тезис, что механизмы, обеспечивающие возникновение экономических институтов капитализма и капиталистическое экономическое развитие, имеют социальную природу, а вовсе не экономическую, узко определяемую через рынок. Эти социальные механизмы укоренены (если уж Вы предпочитаете использовать это слово) в социальных нормах, сетях, вообще, во всех элементах социальной структуры. Так что да, это теория среднего уровня постольку, поскольку она является теорией эндогенного экономического развития и организационных изменений. Под словом «эндогенный» я подразумеваю то, что источник изменений в институтах и организационных формах — экономические акторы. Перемены не происходят экзогенно, а сперва видны на низовом уровне; затем эти изменения входят в формальные правила, легитимирующие то, что уже происходило на практике в действиях предпринимателей и прочих институциональных новаторов, которые самостоятельно развивают экономические институты, необходимые для капиталистического развития. Речь идёт об институтах аккумуляции капитала, институтах рынка труда, институтах сети поставщиков, институтах рынка фирм-производителей (сюда относится идея Харрисона Уайта о рынках фирм-производителей как о хорошо различимых кликах) и об институтах сети дистрибуции. Их возникновению способствуют институциональные инновации снизу, потому что капитализм отличается от всех предыдущих хозяйственных порядков тем, что впервые в человеческой истории инновационная активность и инновации являются условием выживания предприятия, его конкурентного преимущества, то есть инновация становится необходимостью; а не просто нечто, происходящее от случая к случаю. Так что все институциональные элементы находятся в комбинации. Институциональная структура поддерживает, облегчает и мотивирует предпринимательские действия, в отличие от Шумпетера, для которого предпринимательство является свойством неординарных людей. Конечно, Шумпетер делал акцент на индивидуальных характеристиках, потому что к тому моменту, когда он писал «Теорию экономического развития», капитализм был уже прочно сформирован в качестве хозяйственного порядка [Schumpeter 2004]. Предположим, что капитализм в качестве хозяйственного порядка уже существовал. Следовательно, вставал вопрос: что это за неординарные люди, которые приходят с периферии, чтобы своей инновационной активностью бросить вызов установившемуся хозяйственному порядку и привести к созидательному разрушению, этому двигателю капиталистического экономического развития? Но когда институциональный порядок ещё не сформирован и не может быть принят как нечто само собой разумеющееся, тогда предпринимательство — это не индивидуальные характеристики, а изменяющиеся институциональные структуры.

— *Индивидуальная инновация и институциональная инновация.*

— Да, индивид как великий предприниматель и институциональные структуры. Что случилось в Силиконовой долине? Она стала сердцем стартапов, высокотехнологичных фирм на многие десятилетия, потому что там были нужные институты, и это позволило самым разным людям с хорошими идеями начать свой бизнес в Силиконовой долине: там были венчурные капиталисты, там были исследовательские институты, там были корпоративные лаборатории (например, «Ксерокс» и «Кодак»), там были авторитетные корпорации, там было неявное знание. Всё это было сконцентрировано в Силиконовой долине. Безусловно, некоторые из зачинателей стартапов были выдающимися людьми, но в действительности решающим фактором стали не их индивидуальные качества, а указанная институциональная среда. Собственно, это мы и изучаем в Нью-Йорке — возникновение институтов, объединяющихся в сеть институтов и организаций, которые позволили появиться в этом городе бурно развивающейся в настоящее время высокотехнологичной экономике. И мы распространим на Нью-Йорк теорию среднего уровня, которую мы разработали в ходе исследования развития китайского капитализма. В Нью-Йорке абсолютно другой контекст, абсолютно другая институциональная среда. А затем мы постараемся ещё развить и прояснить теорию эндогенного возникновения экономической организации. Таким образом, у нас есть концептуальная рамка (новый институционализм в экономической социологии),

и мы применяем её к исследованию и открытию фактов и закономерностей, подтверждающих восходящую к этой концептуальной рамке теорию среднего уровня, которую можно применять к самым разным случаям: от региона дельты Янцзы в Китае (Шанхай, Чжэцзян, Цзянсу) до Нью-Йоркской агломерации. Это очень разные регионы. Но в обоих случаях мы имеем дело с той же самой новой институциональной экономической социологией, впервые разработанной мною и Ингрэмом в статье 1998 г. «Укоренённость и за её пределами» [Nee, Ingram 1998]; потом ещё были статья во втором издании книги «Handbook of Economic Sociology» («Хрестоматия по экономической социологии») [Nee 2005], небольшая статья в журнале «American Economic Review» [Nee 1998], и вот теперь — первое крупное эмпирическое исследование «Capitalism from Below». Я считаю, что в этой работе нам удалось показать объяснительную силу многоуровневой каузальной модели, в центре которой находится чёткая спецификация отношений между неформальными институциональными элементами норм и сетей и формальными институтами законов, регулирующих органов государственной политики. Думаю, что такой подход можно использовать для самых разных институциональных сред.

— *Мне не кажется, что утверждение о взаимосвязи формальных и неформальных институтов можно назвать теорией среднего уровня. Это больше похоже на общую теорию, не так ли?*

— Давайте вернёмся к Мертону, потому что он был структурным функционалистом, его научным руководителем был Толкотт Парсонс, и участником научной группы, ведомой Толкоттом Парсонсом, которая дала начало современной институциональной социологии. В Колумбийском университете Мертон развил структурно-функциональную парадигму, разработанную им в своих книге и статьях, в рамках которой он критиковал Толкотта Парсонса за его приверженность к гранд-теориям. Он утверждал, что это неверный способ построения дисциплины, потому что, занимаясь социологией науки, Мертон прекрасно знал, что в науке нет общей теории, наука развивается за счёт специальных областей, конкретных теорий, которые он назвал теориями среднего уровня. И этого же он хотел от социологии. Но нужно помнить, что у Мертона была концептуальная рамка, структурный функционализм, и его идея о латентных функциях... Но из этой концептуальной рамки он и его ученики разработали теории среднего уровня, которые являются специальными теориями. В пределах концептуальной рамки новой институциональной социологии есть три направления: неинституциональная организационная теория, неополаньевский подход и новый институционализм в экономической социологии. В конце моей статьи для второго издания книги «Handbook of Economic Sociology» есть концептуальная карта — три течения в новом институционализме: неинституциональный организационный анализ, неинституциональная экономическая социология и неинституциональная экономическая теория. Они сильно разнятся, в каждом течении свои акценты. Например, неинституциональный организационный анализ сфокусирован на отношениях между институциональной средой и фирмой, а также на иррациональном поведении, потому что ряд исследований в новом институциональном организационном анализе посвящены некоммерческому сектору в образовании [Meurer, Rowan 1978], музеям и издательствам [Powell 1985; DiMaggio 1987]. Вполне понятно, почему они сфокусированы на легитимации и поиске легитимности, а также на механизмах, найденных Димаджио и Пауэллом, Мейером и Роуэном. В экономической социологии мы вносим вклад в изучение рынков и рыночной динамики. На рынках ключевая роль отведена конкуренции, кооперации, ограниченной рациональности и стремлению к прибыли. Вот о чём думают рыночные игроки. Так что мы вполне органично встраиваем интерес к социальной структуре рынков в ряд ключевых задач экономической социологии. И я считаю поэтому очень важной для нового институционализма в экономической социологии работу Харрисона Уайта, основополагающую работу по социологической теории рыночной структуры.

— *Хотя вроде бы он больше известен как представитель сетевого направления.*

— Ну, в своей книге «From Networks to Markets» («От сетей к рынкам») [White 2002]... Немногие читали эту книгу, потому что она тяжеловата.

— *Я не читал.*

— У Харрисона есть сходство с Толкоттом Парсонсом в том, что его английский довольно непрост. Эту книгу я вынужден был прочитать очень внимательно, потому что меня попросили прокомментировать её на конференции, организованной в 2005 г., вскоре после того, как она была издана. Конференция была организована Нилом Флигстином и Дагом Гатри (Doug Guthrie) в Рокфеллерском центре «Белладжио» в северной части Италии. И там был Харрисон Уайт. Он сидел за соседним от меня столом. Конечно, я уже был знаком с Харрисоном, потому что я учился в аспирантуре в Гарварде, а он там преподавал, когда я был аспирантом. Так что я знал, что мне надо сделать комментарии, которые показывали бы, что я понимаю его работу. Мне пришлось внимательно прочитать его книгу. Оказалось, что «From Networks to Markets» — это определённо институциональный анализ, где сети помещаются в институциональную среду фирм, рынка. В моей статье для «Handbook of Economic Sociology» есть многоуровневая диаграмма Венна, которая показывает, что Харрисон вполне вписывается в новую институциональную экономическую социологию. В своей книге, а также на той конференции он критиковал Грановеттера за то, что тот говорит, как антрополог, призывает изучать случай за случаем без выработки теории, которая обладала бы предсказательной способностью. Вот что он критиковал.

— *И Вы вслед за ним.*

— Возможно, даже раньше него, потому что статья «Embeddedness and Beyond» была опубликована в 1998 г. Хотя мы все думали в похожем направлении. В теории рынка Харрисона Уайта главный двигатель имеет неэкономическую природу. Уайт основывается на сигнальной теории Майкла Спенса и утверждает: «Вот двигатель, который толкает теорию рынков фирм-производителей». Таким образом, фирмы посылают сигналы друг другу и организуют на производственном рынке иерархию, или табель о рангах. И я полагаю, что в своей статье для «American Journal of Sociology», опубликованной в 1980 или 1982 г. (точно не помню) [White 1981], и в своей книге он демонстрирует то, что я понимаю под обменом между экономической социологией и экономической теорией, так как в обеих работах Уайт активно опирался на экономическую теорию: на сигнальную теорию Майкла Спенса и на теорию потребления Шервина Розена. Обе были важны для теории производственных рынков Уайта. Он многое взял из экономической теории того, что добавило предсказательной способности его собственной теории рынков фирм-производителей. В этом смысле он существенно отличается от Грановеттера. Жаль, что в его основополагающей статье возрождение экономической социологии было проведено через полемику с Уильямсоном. В этой полемике он противопоставил экономическую социологию экономической теории, нас — им: если мы правы, то они ошибаются, а если правы они, то ошибаемся мы. Это неправильный путь налаживания отношений между экономической социологией и экономической теорией. Правильный путь — это тот, которым пошёл Харрисон, с самого начала. Экономсоциологом, который (я думаю, это очень важно) одним из первых начал писать о взаимоотношениях между экономической теорией и социологией, был Джордж Хоманс. Он утверждал, что в теории социальных отношений и обмена социологи обладают общим пониманием социального обмена, а экономисты — специализированным видением этого обмена и выделяют те же самые механизмы социального обмена, но только в рамках рыночного обмена. Хоманс написал книгу об этом, называвшуюся «The Nature of Social Science» («Природа социальной науки») [Homans 1967], и, думаю, предложил правильный путь. Каждая социальная наука сильно отличается от остальных, они — как враждующие племена. Да, они — враждующие племена, но мы все являемся частью одной социальной науки о человеческом поведении, поведенческими науками.

— *Я не думаю, что экономисты согласятся быть частью чего-либо.*

— Да нет, они приближаются к этому. Я думаю, что Грейф прав. В экономической науке происходит социологический поворот. Им стали интересны институты, им стали интересны сети.

— *А разве они отказались от того, чтобы считать экономический подход абсолютным оружием?*

— Да, есть экономический империализм беккеровского толка. Безусловно, это есть.

— *Особенно неоклассическое ядро.*

— Экономическая теория разнообразна: неоклассики игнорируют неоинституциональную экономическую теорию и нередко очень скептически отзываются о теории игр и о сетевом анализе. Если речь о неоклассике, то полагаю, что Вы правы, но стоит обратить внимание на очень активный интерес экономистов к социальным нормам, сетям и к институтам в социологии. Думаю, у нас есть шанс добиться состояния, которое мы сейчас видим в другом поле, где я проводил исследования, — это иммиграция; там экономисты и социологи спокойно цитируют друг друга, если видят вклад в понимание процесса миграции. Бесспорно, каждая дисциплина обращена внутрь себя. Это касается и социологии, и экономической теории. Это очевидно; это часть эпистемологии знания. Но вот на границах каждой дисциплины... Никакие границы не покрывают текущие идеи. Нам нужны прозрачные границы. И сегодня общий тренд в науках состоит в создании междисциплинарных институтов и департаментов: биофизика, биохимия, информатика и многие другие области наиболее быстрого прогресса в естественных науках используют именно такой тип интеллектуального обмена, пересечение дисциплин. Именно там происходит наиболее быстрое развитие. И если социология хочет прогрессировать, ей следует быть открытой для обмена с родственными дисциплинами, для интеллектуального обмена. Это не значит, что мы должны следовать за ними, но нужно быть открытыми для обмена идеями, и, как мы видим, это очень хорошо работает в области изучения иммиграции и в других областях.

— *Почему же это случилось в области изучения иммиграции? Ведь в других областях ситуация не так хороша, как Вы описали.*

— Справедливый вопрос. В области изучения иммиграции работы экономистов и социологов обычно довольно эмпиричны, поэтому здесь говорят на одном языке: есть эмпирические события, и люди получают новые результаты, подкреплённые не только теоретическими аргументами, но и эмпирическими данными. Данные и результаты достаточно устойчивы, а методология довольно строга, чтобы исследователи — экономисты и социологи — признали их. Также преимущество состоит в том, что исследования миграции часто основаны на одних и тех же базах данных.

— *Так исследователи могут проверить друг друга.*

— Могут проверить валидность результатов друг друга. Демография (множество социологических исследований иммиграции были проведены демографами) является технически развитым разделом социологии. И демографы никогда не спорили по методологическим или теоретическим вопросам с экономистами, потому что на своём рабочем уровне они соглашались, что для анализа больших баз данных необходимы определённые процедуры, и базы данных используются совместно, так что люди могут отследить работу друг друга.

— *Так-то оно так, но после применения статистических процедур нужно интерпретировать результаты, что невозможно без теории. Так что они делают? Заимствуют аргументы экономистов?*

— Нет. В качестве примера приведу работу Дугласа Масси, социального демографа из Принстона. В его главной работе по миграции из Мексики в США [Durand, Massey 2002] методологическая инновация состояла в том, чтобы изучать миграцию не только с точки зрения принимающего общества, но и с точки зрения отправляющего общества. Совместно с мексиканскими социологами он провёл исследование мексиканской миграции, рассматривая её с позиций тех городков и деревень, которые посылают мигрантов в США, и выдвинул теорию «кумулятивной причинности», в которой показал, что издержки миграции наиболее высоки для первых мигрантов, но с того момента, как установится миграционная цепь, миграционные издержки для последующих мигрантов становятся всё ниже и ниже. Почему? Авторы книги утверждают, что сеть, которая обеспечивает информацией новых иммигрантов, помогает справиться с неопределённостью и предоставляет им помощь. Таким образом, теория «кумулятивной причинности», которую предложил Масси и подтвердил её результатами, утверждает, что все желающие мигрировать в конечном счёте мигрируют. И это становится новой точкой равновесия, потому что издержки миграции сокращаются по мере того, как больше людей мигрируют. Вот теория среднего уровня, подтверждённая эмпирически. После окончания работы Масси сделал свою базу данных доступной для исследователей, социологи и экономисты могли пользоваться ею. Но уже первые сообщения авторов о своих результатах заслуживали доверия, потому что это была подтверждённая данными теория среднего уровня, которая выходила за рамки экономической теории выталкивающих (*pull*) и притягивающих (*push*) факторов и предлагала объяснение того, почему с течением времени иммиграция становится самовозрастающей. Объяснение состояло в том, что издержки иммиграции снижаются по мере того, как мигранты на своей родине получают всё больше информации о процессе иммиграции, и по мере того, как возникают сети, которые предлагают конкретную помощь новым мигрантам, что подталкивает к переезду всё новых людей. Все, кто хочет переехать, переезжают. Это первый пример.

— *Я понимаю, почему эту работу могут принять экономисты: автор использует термины «равновесие» и «издержки».*

— Возможно, это моя интерпретация их логики. Хотя, наверное, и Масси излагал подобным образом. Опять же, Масси — это социальный демограф, и если пристальнее рассмотреть его неявные предположения, то это ограниченная рациональность, на которую опираются все общественные науки.

— *В конце концов, Герберт Саймон был экономистом.*

— Политологом. Он был признанным политологом, не экономистом.

— *Но он же получил Нобелевскую премию по экономике?*

— Это так. За политическую науку ему не дали Нобелевскую премию, но в своём понимании общественных наук он был по духу близок Джорджу Хомансу. Саймон верил, что нельзя быть социальным учёным, пока не начнёшь публиковаться в разнообразных журналах: экономических, психологических, политологических и социологических. И он это делал, но свою степень PhD он получил на факультете политических наук Йельского университета, как и Джеймс Марч. Важно то, что его работа была признана не только в политической науке, но также и в экономической теории, психологии и социологии. Это вполне отражает внешнюю валидность размышлений Герберта Саймона о понимании человеческого поведения, хотя образование он получил по политическим наукам. Но вы этого никогда не узнаете по его публикациям, которые выходили в ведущих журналах по психологии, экономической теории, политологии и т. п. Мне кажется, что он публиковался и в социологических журналах, хотя не уверен. Да, публиковался в «American Sociological Review». Он формализовал теорию обмена Джорджа Хоманса.

— *Значит, границы могут быть преодолены.*

— Цель нашей работы не в том, чтобы убедить экономистов.

— *Не переубедить, а поспорить.*

— Верно. Я думаю, что если спор ведётся только с помощью слов и общетеоретических рамок и эссе, то, конечно, экономисты проигнорируют его. Мы все изобретательны, когда дело касается концепций. Мы всегда можем рассуждать о том, что важно, что упущено, что надо сделать, но в действительности теории среднего уровня специфицируются по-другому. Нужны теории, которые содержат неявную или формальную модель. Затем такие модели направляют эмпирическое исследование и подтверждаются им. Это довольно трудная работа — измерить идею, довести её до исследования и изучать действительное поведение людей. Непростая задача, но если это сделано, то может убедить скептически настроенных людей из той же дисциплины, людей из других дисциплин, которые, естественно, ещё более скептически (экономисты крайне скептически относятся к тому, что социологам есть что им сказать интересного). Масси, изучая миграцию из одной страны в другую, разработал теорию и добыл данные с помощью впечатляющего эмпирического исследования. Это привлекает внимание не только внутри своей дисциплины, но и в среде родственных дисциплин.

— *Почему такие дискуссии, разговоры столь редки? Не потому ли, что работам социологов чего-то не хватает?*

— Начнём с того, что междисциплинарное признание, которое получил Герберт Саймон, а недавно — Элинор Остром (тоже политолог)...

— *Может быть, ещё Джеймс Коулман?*

— Да, Коулман тоже. И Канеман с Тверски. Они психологи, но их работы широко признаны экономистами. Если помните, они поставили под сомнение предпосылку об абсолютной рациональности в рамках неоклассической парадигмы и указали на её недостатки, после чего возродился интерес к поведенческой экономике, которая сегодня является очень важным направлением. Это не означает, что наша работа не важна, пока она не добьётся внешней валидности, но наиболее важными работами среди производимых в рамках дисциплины являются те, что признаны скептически настроенной аудиторией в соседних дисциплинах. Мы не читаем все работы экономистов, но на нас влияют те из них, которые мы считаем надёжными, и наше признание кого-либо ещё в другой дисциплине может продвинуть нашу собственную работу. Мы заимствовали сигнальную теорию Спенса, ограниченную рациональность у Герберта Саймона, из новой институциональной экономики пришло влияние Норта и Уильямсона.

— *Их понимание институтов как правил игры?*

— Да, это. Идея пришла от Норта. Экономическая же теория ранее импортировала идею институтов из социологии, а потом переформулировала её в правила игры. Так что заимствования идут в двух направлениях. Они импортировали институты, мы — обратно — правила игры.

— *Своего рода двойное заимствование.*

— Да. Они импортировали сетевой анализ и развили его до уровня сложных больших сетей и динамики, и кое-что из их работ было заимствовано обратно в социологию такими людьми, как Майкл Мейси,

мой коллега в Корнелльском университете, который совмещает должности в социологии и информационных науках. Это новый факультет в Корнелле, в Инженерной школе, и многие на этом факультете — выходцы из информатики.

— *У них хорошая математическая база. Им проще.*

— Да, проще изучать сложные сети. Но наиболее интересные работы в гуманитарных, естественных и социальных науках располагаются на стыке дисциплин. Вовлечённым людям не так важно, из какой ты науки; им более интересны достижения — теоретические или эмпирические. На мой взгляд, социологи чрезмерно увлечены концептуальными разработками, отсюда их бесконечные статьи, ограниченные разработкой концептов, обсуждением чужих концептов, комментариями по истории социальной мысли. Да ещё они утверждают, что это и есть теория. Но всё не так. В логике науки теория всегда нацелена на эмпирическое исследование, будь то физика или социальные науки. Однако не все социологи этому следуют. Вот почему социальная теория развилась как поле истории идей. Происходит обсуждение идеи, комментирование идеи, предлагается дальнейшее усовершенствование идей...

— *Комментарии на комментарии комментариев. И так до бесконечности.*

— Да, вот поэтому я очень ценю подход Роберта Мертсона, согласно которому прогресс в социологии достигается длинным и трудным путём разработки специальных теорий среднего уровня, которые направляют, мотивируют исследования и подтверждают (или нет), что мы с пользой тратим время.

— *Тогда мой последний вопрос. Что Вы думаете о перформативном подходе? Каллон, Маккензи, Кнорр-Цетина. Я полагаю, что он противостоит тезису об укоренённости. Как Вы думаете?*

— Основываясь на том немногом, что я читал, могу сказать, что перформативный подход изучает использование экономических моделей в финансовой индустрии для организации рынков или для применения новых финансовых инструментов. На это обращено их внимание: использование экономических моделей практиками для введения новых финансовых инструментов. Я не имею ничего против этого. Это расширение социальных исследований науки до изучения того, как экономическая дисциплина, модели экономистов используются финансовой индустрией. Я особенно ценю работу Маккензи и его исследование долгосрочных основных фондов [MacKenzie 2003; 2006]. Это классика и очень хорошее расширение работы, сделанной Латуром и другими в рамках социальных исследований науки. Эти специалисты не просто остановились на изучении научных лабораторий и организации науки, но распространили свой подход на социальные науки, на то, как экономическая теория и её модели производят перформативный эффект на финансовые услуги, финансовые рынки. Я не вижу, почему это связано с укоренённостью.

— *Это может означать следующее: хватит изучать укоренённость, потому что экономические модели формируют экономическую реальность и это и есть настоящий объект исследования для социологов. Нет никакой укоренённости. Это всё не важно.*

— Да, для использующей перформативный подход литературы это не важно. Она действительно о том, как экономические модели, скажем, долгосрочных основных фондов, были использованы, чтобы построить хедж-фонд, индустрию хедж-фондов. Я рассматриваю её как расширение социальных исследований науки на изучение экономической теории. Заметьте, что они не изучают социологию.

— *Может быть, пока...*

— Да, возможно, это произойдёт в будущем. Рынки не организованы вокруг социологических идей.

— Спасибо большое!

Беседовал Александр Куракин.
Москва, октябрь 2012 г.

Литература

- DiMaggio P. 1987. Nonprofit Organizations in the Production and Distribution of Culture. In: Powell W. W. (ed.) *The Nonprofit Sector: A Research Handbook*. New Haven: Yale University Press; 27–42.
- Durand J., Massey D. S. 2002. *Beyond Smoke and Mirrors: Mexican Immigration in an Age of Economic Integration*. New York: Russell Sage Foundation.
- Granovetter M. 1985. Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness. *American Journal of Sociology*. 91 (3): 481–510. См. также рус. перевод: Грановеттер М. 2002. Экономическое действие и социальная структура: проблема укоренённости. *Экономическая социология*. 3 (3): 44–58. URL: <http://ecsoc.hse.ru/2002-3-3.html>
- Greif A. 1994. Cultural Beliefs and the Organization of Society: A Historical and Theoretical Reflection on Collectivist and Individual Societies. *Journal of Political Economy*. 102: 912–950.
- Greif A. 2006. *Institutions and the Path to the Modern Economy: Lessons from Medieval Trade*. New York, NY: Cambridge University Press. См. также рус. перевод: Грейф А. 2013. *Институты и путь к современной экономике. Уроки средневековой торговли*. М.: Изд. дом ВШЭ.
- Homans G. 1967. *The Nature of Social Science*. New York: Harcourt, Brace and World.
- MacKenzie D. 2003. Long-Term Capital Management and the Sociology of Arbitrage. *Economy and Society*. 32 (3): 349–380.
- MacKenzie D. 2006. *An Engine, not a Camera: How Financial Models Shape Markets*. Cambridge, MA: The MIT Press.
- Meyer J. W., Rowan B. 1978. The Structure of Educational Organizations. In: Meyer M. W. (ed.) *Environments and Organizations*. San Francisco: Jossey-Bass; 78–109.
- Nee V. 1998. Norms and Networks in Economic and Organizational Performance. *American Economic Review*. 87 (4): 85–89.
- Nee V. 2005. The New Institutionalisms in Economics and Sociology. In: Smelser N., Swedberg R. (eds) *The Handbook of Economic Sociology*. 2nd ed. Princeton: Princeton University; 49–74.
- Nee V., Ingram P. 1998. Embeddedness and Beyond: Institutions, Exchange and Social Structure. In: Brinton M., Nee V. (eds) *The New Institutionalism in Sociology*. New York: Russell Sage Foundation; 19–45.
- Nee V., Opper S. 2012. *Capitalism from Below: Markets and Institutional Change in China*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

- Powell W. W. 1985. *Getting into Print: The Decision-Making Process in Scholarly Publishing*. Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Schumpeter J. A. 2004. *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle*. New Brunswick, London: Transaction Publishers. См. также: Шумпетер Й. А. 2007. *Теория экономического развития*. М.: Директ-Медиа.
- Simon H. A. 1952. A Formal Theory of Interaction in Social Groups. *American Sociological Review*. 17: 202–212.
- Swedberg R. 1990. *Economics and Sociology. Redefining Their Boundaries: Conversations with Economists and Sociologists*. Princeton: Princeton University Press.
- White H. C. 2002. *Markets from Networks: Socioeconomic Models of Production*. Princeton: Princeton University Press.
- White H. C. 1981. Where Do Markets Come From? *American Journal of Sociology*. 87: 938–983.
- Zukin S., DiMaggio P. 1990. Introduction. In: Zukin S., DiMaggio P. (eds) *Structures of Capital: The Social Organization of the Economy*. New York: Cambridge University Press; 1–31.

INTERVIEWS

Interview with Victor Nee: Sociology Should be Open to Intellectual Trade with Ally Disciplines (Part 2)

NEE, Victor — Professor of Sociology, Department of Sociology; Frank and Rosa Rhodes Professor of Economic Sociology, Director of the Center for the Study of Economy and Society, Cornell University. Address: 312/330, Uris Hall Cornell University, Ithaca, New York 14853-7601, USA.

Email: vgn1@cornell.edu

Abstract

Economic Sociology's May issue includes the continuation of our conversation with Prof. Victor Nee held in October 2012. (See the March issue for the first half, Vol. 15. No 2. Pp. 11–21.) The interview was conducted by Alexander Kurakin, a senior lecturer at National Research University Higher School of Economics in Moscow. Here, Professor Nee re-emphasizes the importance of developing middle-range theories in order for economic sociology to progress by obtaining external validity. He cites some examples of this, including his recent research on the rise of capitalism in contemporary China that resulted in the book "Capitalism from Below" [Nee, Opper 2012], and the ongoing study of the knowledge economy in New York City. Both are empirical, evidence-based studies that rely on common conceptual frameworks that take into account the salience of the relationship between formal and informal institutions.

According to Nee, there is one more important condition contributing to the fruitful development of sociology; that is it should be open to intellectual trade with ally disciplines. In this context, immigration is mentioned as a field of inquiry where successful cooperation among economists, sociologists, demographers and representatives of other disciplines can be found. Within this research perspective, scholars communicate across disciplines, with an emphasis on the importance of revealed facts and regularities. The external validity of internal achievements serves as recognition of their significance for the behavioral sciences in general.

Key words: embeddedness; middle-range theory; networks; institutions; capitalism; China; innovation; institutional change; economic growth.

References

- DiMaggio P. (1987) Nonprofit Organizations in the Production and Distribution of Culture. *The Nonprofit Sector: A Research Handbook* (ed. W. W. Powell), New Haven: Yale University Press, pp. 27–42.
- Durand J., Massey D. S. (2002) *Beyond Smoke and Mirrors: Mexican Immigration in an Age of Economic Integration*, New York: Russell Sage Foundation.
- Granovetter M. (1985) Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness. *American Journal of Sociology*, vol. 91, no 3, pp. 481–510.
- Greif A. (1994) Cultural Beliefs and the Organization of Society: A Historical and Theoretical Reflection on Collectivist and Individual Societies. *Journal of Political Economy*, vol. 102, pp. 912–950.
- Greif A. (2006) *Institutions and the Path to the Modern Economy: Lessons from Medieval Trade*, New York, NY: Cambridge University Press.

- Homans G. (1967) *The Nature of Social Science*, New York: Harcourt, Brace and World.
- MacKenzie D. (2003) Long-Term Capital Management and the Sociology of Arbitrage. *Economy and Society*, vol. 32, no 3, pp. 349–380.
- MacKenzie D. (2006) *An Engine, not a Camera: How Financial Models Shape Markets*, Cambridge, MA: The MIT Press.
- Meyer J. W., Rowan B. (1978) The Structure of Educational Organizations. *Environments and Organizations* (ed. M. W. Meyer), San Francisco: Jossey-Bass, pp. 78–109.
- Nee V. (1998) Norms and Networks in Economic and Organizational Performance. *American Economic Review*, vol. 87, no 4, pp. 85–89.
- Nee V. (2005) The New Institutionalisms in Economics and Sociology. *The Handbook of Economic Sociology*, 2nd ed. (eds. N. Smelser, R. Swedberg), Princeton: Princeton University, pp. 49–74.
- Nee V., Ingram P. (1998) Embeddedness and Beyond: Institutions, Exchange and Social Structure. *The New Institutionalism in Sociology* (eds. M. Brinton, V. Nee), New York: Russell Sage Foundation, pp. 19–45.
- Nee V., Opper S. (2012) *Capitalism from Below: Markets and Institutional Change in China*, Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Powell W. W. (1985) *Getting into Print: The Decision-Making Process in Scholarly Publishing*, Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Schumpeter J. A. (2004) *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle*, New Brunswick, London: Transaction Publishers.
- Simon H. A. (1952) A Formal Theory of Interaction in Social Groups, *American Sociological Review*, vol. 17, pp. 202–212.
- Swedberg R. (1990) *Economics and Sociology. Redefining Their Boundaries: Conversations with Economists and Sociologists*, Princeton: Princeton University Press.
- White H. C. (2002) *Markets from Networks: Socioeconomic Models of Production*, Princeton: Princeton University Press.
- White H. C. (1981) Where Do Markets Come From? *American Journal of Sociology*, vol. 87, pp. 938–983.
- Zukin S., DiMaggio P. (1990) Introduction. *Structures of Capital: The Social Organization of the Economy* (eds. S. Zukin, P. DiMaggio), New York: Cambridge University Press, pp. 1–31.

НОВЫЕ ТЕКСТЫ

Д. Х. Ибрагимова

Потребительские ожидания населения России (1996–2009): как взаимосвязаны когорты, поколения и возраст¹

ИБРАГИМОВА Диляра Ханифовна — кандидат исторических наук, доцент, заместитель заведующего кафедрой экономической социологии, старший научный сотрудник ЛЭСИ НИУ ВШЭ. Адрес: Россия, 101000, Москва, ул. Мясницкая, д. 20.

Email: dibragimova@hse.ru

Статья посвящена исследованию детерминант потребительских ожиданий населения, которые, очевидно, зависят от многих социально-демографических характеристик — от уровня среднедушевого дохода, возраста, образования, места проживания, пола и др. В работе акцентируется внимание на влиянии переменной «возраст», поскольку она представляет собой смешение трёх следующих факторов: (а) собственно возраст, то есть биологические и отчасти психологические характеристики; (b) когорта, то есть условия социализации и становления жизненного опыта в определённых условиях; и (с) время, отражающееся в социально-политических, экономических, информационных явлениях макросреды. Решение проблемы идентификации (то есть дифференциации указанных трёх эффектов), неизбежно возникающей при когортном анализе, основывается на предложенной автором концептуальной модели исследования. Суть её состоит в том, что совокупный индекс потребительских настроений (ИПН), как показывают результаты эмпирического тестирования, отражает (в соответствии с теоретическими представлениями психологической экономики Дж. Катоны) общую социально-экономическую ситуацию в стране в определённый исторический период. Иначе говоря, этот индикатор можно использовать как квинтэссенцию конкретного временного момента. Информационной базой исследования являются данные регулярных потребительских опросов, хотя и не панельных, но проводимых в течение 15-летнего периода по одной и той же методологии и выборке. Все 79 волн одномоментных опросов были конвертированы в «квазилонгитюдный дизайн», общее количество респондентов в объединённом массиве за 1996–2009 гг. составило 182 507 человек. Регрессионный анализ показывает, что принадлежность индивида к когорте (при контроле других факторов) действительно является одной из значимых детерминант потребительских настроений, однако обнаруженный нелинейный характер связи свидетельствует о том, что приращение оптимизма и (или) пессимизма в отношении экономического и социального развития страны происходит неравномерно от одной когорты к другой. Кроме того, в статье предпринята попытка реализации подхода к дифференциации поколений,

¹ В данной научной работе использованы результаты, полученные в ходе выполнения проекта № 12-01-0228, осуществлённого в рамках Программы «Научный фонд НИУ ВШЭ» в 2013–2014 гг.

Выражаю самую искреннюю благодарность С. А. Николаенко (Внешэкономбанк, Москва), чьи дружеские советы и идеи не раз помогали мне в данном исследовании, а также О. Е. Кузиной (НИУ ВШЭ, Москва) за поддержку и ценные рекомендации при подготовке данной статьи.

основанного не на возрастных различиях, а на взаимосвязи с историческими событиями. Исследование показало, что такой индикатор, как ИПН, может быть одним из инструментов определения временных границ поколений.

Ключевые слова: потребительские ожидания; когортный анализ; анализ поколений; индекс потребительских настроений; поведение потребителей; сберегательное поведение.

Введение

В рыночной экономике роль потребителей чрезвычайно важна, поскольку их расходы играют в конечном счёте определяющую роль в динамике внутреннего спроса и соответственно в ускорении или замедлении темпов экономического роста. Принятие потребителями решений об осуществлении тех или иных покупок (особенно крупных) или о формировании сбережений зависит не только от объективных причин, каковыми являются уровни личных доходов и цен на потребительском рынке. Воздействие этих факторов на поведение людей в современной экономике неизбежно опосредуется их субъективными воззрениями, то есть представлениями, оценками и ожиданиями относительно своего материального положения, занятости, динамики цен, общеэкономических перспектив развития страны в целом. Индекс потребительских настроений и есть тот самый уникальный индикатор, рассчитываемый на основе социологической по характеру информации (опросных данных), который даёт возможность учёта этих субъективных факторов на макроуровне.

Очевидно, что потребительские ожидания людей зависят от многих социально-демографических характеристик — от уровня среднедушевого дохода, возраста, образования, места проживания, пола и др. Например, анализ данных одномоментных опросов потребителей показывает, что больше, чем в среднем, оптимизм в оценках и ожиданиях относительно экономической ситуации в стране демонстрируют молодые люди, тогда как у лиц старшего возраста потребительские настроения ниже среднего уровня [Ибрагимов, Николаенко 2005: 46]. На первый взгляд картина вполне тривиальна: лица, имеющие такой социальный ресурс, каким является молодость, более оптимистичны, более активны, в том числе и на потребительском рынке.

Однако сама по себе переменная «возраст» достаточно коварна. Будучи в арифметическом выражении разностью между текущим годом и годом рождения, она представляет собой смешение трёх факторов — собственно возраста, то есть биологических и отчасти психологических характеристик; когорты (в данном случае когорты по году рождения), то есть условий социализации и становления жизненного опыта в определённых условиях, и времени, отражающегося в социально-политических, экономических, информационных явлениях макросреды.

Иными словами, будут ли различаться, и если да, то каким образом, потребительские ожидания 20-летнего гражданина России в 1998 г. и россиянина такого же возраста в 2007 г.? Или, каковы, к примеру, потребительские ожидания поколения россиян, вступившего в трудоспособный возраст в 2000-х гг., и когорты, чьё личностное становление пришлось на переходный период конца 1980-х — начала 1990-х гг.?

Изучение данных вопросов представляет, на наш взгляд, интерес с нескольких позиций. Во-первых, ответы на эти вопросы важны для того, чтобы понять общую динамику потребительских ожиданий и их детерминант. Предположение о значимости эффекта когорты позволяет допустить, что, к примеру, люди, чьё взросление пришлось на благоприятный экономический период 2000-х гг., могут быть и в зрелом возрасте более оптимистичны, чем поколения их отцов и дедов. Или же, напротив, ощущая в последнее время усиление застойных явлений в экономике, они и в среднем возрасте будут выказывать меньший оптимизм, чем люди того же возраста в другое время. А поскольку, как было установле-

но, «потребительские настроения предсказывают будущие изменения в тратах домохозяйств» [Carroll, Fuhrer, Wilcox 1994: 1398], эти психологические, по сути, факторы могут оказать значимое влияние на макроэкономические процессы, если большая группа людей одновременно изменит своё поведение, решив потратить или, наоборот, сберечь денежные средства.

Во-вторых, когортный анализ потребительских ожиданий может быть основой для оценки уровня общего оптимизма различных социальных групп, что косвенным образом свидетельствует об их адаптивном потенциале². Начало измерений ожиданий потребителей в послевоенной Америке было в основном стимулировано желанием бизнеса знать, собирается ли население тратить сбережения, но со временем выяснилось, что ИПН даёт ответ и на более общий вопрос об уровне и динамике оптимизма в отношении экономического и социального развития страны в целом [Ибрагимова, Николаенко 2005: 11–12].

В-третьих, исследование динамики потребительских настроений в разрезе когорт в изучаемый период способно обогатить имеющиеся знания о процессе становления рыночного поведения населения. Можно ли (и в какой мере) говорить об адаптации представителей различных когорт к новым экономическим реалиям или же об их, условно говоря, «рыночной социализации»³? К примеру, как было выявлено Ю. Левадой, уровень поддержки населением экономических реформ в 1994–1999 гг. изменялся незначительно, тогда как по возрастным группам, наблюдаемым со сдвигом во времени, наоборот, весьма заметно [Левада 1999]. Это свидетельствует как раз о наличии эффекта когорты, то есть о различиях в результатах социализации, возникших в переходный период.

Цель исследования состоит в том, чтобы (1) определить профиль потребительских ожиданий по возрасту на примере различных когорт, сравнив профили когорт между собой; (2) выявить влияние эффекта когорты на потребительские настроения.

Статья строится следующим образом: сначала сделан краткий обзор теоретических подходов к использованию когортного анализа в социальных науках в целом и для изучения потребительских ожиданий в частности, затем описывается концептуальная модель нашего исследования и даётся анализ количественных эмпирических данных. Мы рассмотрим общую динамику потребительских настроений за 13-летний период в целом и в разрезе возрастных и (или) когортных групп, с помощью регрессионного анализа выявим роль социально-демографических факторов в формировании потребительских ожиданий, включив в качестве отдельного предиктора принадлежность индивида к определённой когорте. Отдельный сюжет — это анализ взаимосвязи когорт, поколений и исторического процесса.

Обзор теоретических подходов

Поскольку анализу теоретико-методологических основ нашего исследования уже была посвящена отдельная статья (см.: [Ибрагимова 2014]), то здесь мы ограничимся кратким тезисным обзором.

Отправной точкой изучения потребительских ожиданий населения является психологическая экономика Дж. Катоны, из которой следует, что в условиях неопределённости экономические ожидания по-

² См., например, исследование: [Кесельман, Мацкевич 1998].

³ В широком смысле слова «адаптация» означает процесс приспособления человека к изменяющимся внешним условиям. Однако это приспособление к новой среде и обстоятельствам не отрицает, а, напротив, подразумевает и сохранение, хотя бы частичное, своей организованности и идентичности в этой среде. Иными словами, самая устойчивая адаптация, как указывает Ю. А. Левада, «не означает полной ассимиляции человека с системой социальных требований» [Левада 2000: 469]. В противном случае можно говорить о социализации. В кризисных условиях адаптация может приобретать «функциональную эквивалентность с процессом социализации и ресоциализации» [Головин 2004: 22].

ребителей существенно влияют на экономику в целом. Потребительские расходы (имеются в виду прежде всего расходы на товары длительного пользования) зависят не только от возможности, но и от желания покупать. Под возможностью покупать (*ability to buy*) подразумеваются уровень текущего дохода потребителей, имеющиеся финансовые активы, а также доступ к кредитам. Желание же покупать (*willingness to buy*) обусловлено личными оценками и ожиданиями людей относительно своего материального положения и общеэкономических перспектив развития страны в целом [Katona 1968: 22]. По предположению Катона, люди будут тратить сбережения и даже увеличивать расходы, если снижение дохода рассматривается как временное, но долгосрочные ожидания в целом оптимистичны, однако если ожидается дальнейшее падение дохода, то люди предпочтут сократить потребление и увеличивать сбережения [Katona 1975: 242].

За прошедшие десятилетия появилось много эмпирических исследований, посвящённых анализу характера ожиданий (рациональные, ограниченно рациональные, адаптивные) (см.: [Noble, Windsor Fields 1982; Baghestani 1992; Grant, Thomas 1999; Howrey 2001; Carroll 2003] и др.), а также проверке и объяснению предсказательной силы прогнозов, основанных на данных потребительских ожиданий. При этом влияние ожиданий исследуется сквозь призму их взаимодействия с различными макроэкономическими индикаторами, как теми, влияние потребителей на которые проявляется опосредованно (динамика доходов, производства, занятости, цен; см.: [Carroll, Dunn 1997; Thomas 1999; Das, Soest 2000; Curtin 2003; 2010] и др.), так и теми, которые отражают результаты деятельности самих потребителей (например, потребительские расходы и сбережения; см.: [Adams 1964; Juster, Wachtel 1972; Mishkin et al. 1978; Carroll, Fuhrer, Wilcox 1994; Kwan, Cotsomitis 2004; Ludvigson 2004; Souleles 2004; Easaw, Garratt, Heravi 2005; Heim 2010] и др.).

Отдельную группу работ представляют исследования, нацеленные на выявление детерминант потребительских ожиданий, на понимание того, как они формируются, и на анализ их структуры.

Директор Мичиганского центра обследования потребителей (Survey Research Center, University of Michigan, Ann Arbor) Р. Куртин, изучая формирование ожиданий безработицы как «зеркало» ожиданий относительно личных трудовых доходов, сравнивает влияние личной и публичной информации (*private and public information*). Он приходит к выводу, что именно субъективные факторы (то есть отражающие личностное, частное восприятие людьми экономических процессов) доминируют в формировании ожиданий безработицы над объективной макроэкономической информацией [Curtin 2003: 552]. И, хотя представления населения об экономике основаны на житейском опыте, а не на научных знаниях, именно личный опыт потребителей, приобретаемый ими в процессе изменения локальных условий дохода и занятости, цен и наличия товаров на местных рынках, и является значимым фактором формирования ожиданий. Применительно к нашей проблематике отметим, что жизненный опыт и есть отражение эффекта когорты, то есть общих условий социализации группы людей, родившихся в определённый период времени.

В другом исследовании Р. Куртина проводится анализ различий в уровне потребительского оптимизма населения России и США в зависимости от дохода и возраста респондентов [Curtin 2000]. Корреляционный анализ показывает наличие отрицательной взаимосвязи между возрастом и оценкой экономических перспектив развития страны; на массиве российских данных связь заметна гораздо сильнее, чем на американских. Это означает, что молодые люди в России гораздо более оптимистичны в оценках относительно будущего экономики страны, чем люди среднего и старшего возрастов. Особенно отчётливо возрастные различия в России и США проявляются в вопросе о крупных покупках [Curtin 2000: 9].

Осмысливая полученные результаты, автор предполагает, что, вероятно, в России зависимость между возрастом и компонентами ИПН отражает влияние других факторов, например, способности к адап-

тации и умения приспособиться к новым экономическим условиям [Curtin 2000: 14]. Добавим, что отчасти такая ситуация может быть связана с распределением доходов и всего объёма накопленных ресурсов на протяжении жизненного цикла: российская специфика в 1990-х — начале 2000-х гг. заключалась в том, что молодые люди являлись одновременно и более материально обеспеченными, тогда как с возрастом этот уровень обеспеченности довольно резко снижался. Во многих же развитых странах личный доход, стартуя, как правило, с относительно невысокого уровня на ранних возрастных стадиях, довольно скоро затем возрастает, достигает пика к концу среднего возраста и падает (но не так стремительно, как в России) в дальнейшем [Ибрагимова, Николаенко 2005: 47].

Однако и «классическая» кривая в форме горба, отражающая изменения в доходе и (или) в объёме накопленных ресурсов с возрастом, может не соответствовать действительности, если не учитывать эффект когорты, на что обратил внимание А. Шоррокс: снижение объёма имеющихся активов с определённого возраста, наблюдаемое на данных одномоментных опросов (*cross-section data*), может быть результатом того, что рассматриваются разные поколения в разные периоды их жизни, а следовательно, вывод о соответствии кривой модели жизненного цикла будет ложным [Shorrocks 1975: 158]. С тех пор стало практически общепринятым учитывать когортный и временной эффекты в эмпирических исследованиях потребительского и сберегательного поведения населения.

Конечно же на анализ различий в рамках когорт исследователи обращали внимание и ранее. Сам термин, как и метод когортного анализа, пришёл в социологию из демографии. В демографическом понимании «когорты» — это группа людей, у которых в один и тот же период времени произошло определённое демографическое событие (рождение, вступление в брак и т. д.). Теоретической основой социологического же подхода к пониманию когорт является концепция поколений Карла Мангейма. В ней можно выделить два основных постулата. Первый из них заключается в том, что «индивидам, принадлежащим к одному и тому же поколению, родившимся в один год, свойственно общее местоположение (*location*) в исторической протяжённости социального процесса» [Mannheim 1952: 290]. Однако историческая локализация для поколения имеет лишь потенциальную значимость, поскольку о поколении как реальности следует говорить лишь в том случае (и в этом заключается второй тезис К. Мангейма), если между современниками существуют «узы» (*bond*), проявляющиеся в сфере ментальности посредством социальных и интеллектуальных симптомов. Таким образом, поколения рассматриваются как общности, отражающие разные этапы человеческой жизни с точки зрения социализации и наличия определённых социокультурных характеристик. Данный подход относится и к когортам в их социологическом понимании.

Концептуальная рамка использования когортного анализа именно в социальных науках была очерчена знаменитым демографом Норманом Райдером, который прямо призывал социологов обратить пристальное внимание на изучение эффекта когорты для лучшего понимания глубинных факторов общественных изменений [Ryder 1965: 861]. Он определял когорту как «агрегат индивидов... переживших одно и то же событие в одном и том же временном интервале», при этом каждая когорта представляет собой «не просто сумму индивидуальных историй», а «обладает отличительной структурой и характером, отражающим условия её уникальной организации и истории» [Ryder 1965: 845]. «Когортный подход к социальному анализу получает сильную поддержку от непрерывности индивидуальной жизни, от специфического временного и потому исторически локализованного основания. Прошлое личности влияет на её настоящее, а настоящее — на будущее» [Ryder 1965: 856].

В этой взаимозависимости влияния трёх факторов — возраста, когорты и исторического периода — и заключается специфика когортного анализа. Все три признака взаимосвязаны между собой, поскольку возраст представителей когорт и исторический период измеряются по одной и той же линейной шкале времени с годичным интервалом. Априори невозможно исключение ни одного из эффектов: каждый из

них описывается уравнением, в состав которого входят два других эффекта. Дифференциация влияний эффектов, известная как «проблема идентификации» (*identification problem*), и составляет основную сложность при проведении когортного анализа [Науэн 2006: 139]. Неслучайно в зарубежной литературе даже есть специальный термин — APC-анализ (Age-period-cohort analysis), подразумевающий когортный анализ, направленный на разделение указанных эффектов. К настоящему времени исследователями накоплен определённый опыт в решении данной проблемы, хотя идеального и универсального варианта нет, да и вряд ли он возможен.

Одна из возможных стратегий решения проблемы идентификации заключается в её устранении ещё в самом начале исследования путём введения различных ограничений и допущений (как теоретических, так и математических). Среди таковых могут быть: пренебрежение одним из измерений, например, календарным временем [Baltes, Reinert 1969: 169] или возрастом [Heckman, Robb 1985]; установление ограничений на коэффициенты, когда временные эффекты в сумме приравняются к нулю и считаются ортогональными временному тренду [Deaton, Paxson 1994: 347]⁴; допущение одинакового действия эффектов на зависимую переменную, по крайней мере в двух (или более) когортах — возрастных группах — временных периодах, благодаря чему становится возможной оценка влияния эффектов с помощью регрессионного моделирования⁵ [Mason et al. 1973] и т. д. Поиск более-менее универсального способа дифференциации эффектов возраста, периода и когорты с использованием различных статистических процедур продолжается, хотя со стороны ряда авторов эти усилия представляются бесполезными («*a futile quest*»), если только не допустить вероятность нелинейного характера взаимосвязи между тремя переменными [Glenn 2005: 6, 20–21]

Альтернативой формально-количественным процедурам решения проблемы идентификации является другой подход, нацеленный на понимание того, от чего зависят эффекты времени и когорты. Этот поиск «реальных факторов» влияния может осуществляться разными способами (визуальный анализ, привлечение экспертных мнений, проведение глубинных интервью, использование статистической информации и массмедиа и т. д.), но объединяет их стремление выйти за рамки мультиколлинеарности трёх указанных эффектов путём рассмотрения первоначальных факторов изменений, из которых эти эффекты складываются.

В рамках этого подхода весьма продуктивным представляется решение проблемы идентификации, реализованное известным немецким социологом-эмпириком Х.-П. Блоссфельдом в исследовании, посвящённом карьерным возможностям немецкой молодёжи [Blossfeld 1986]. Для моделирования эффекта времени он использовал данные социально-экономической статистики. С помощью факторного анализа временных рядов (1950–1982 гг.) из 14 показателей экономического и социального развития ФРГ были выделены два латентных фактора (применён метод главных компонент), объясняющих 96,4% дисперсии. Поскольку выделенные факторы ортогональны, появляется возможность включить их в одно уравнение, тем самым решить проблему разделения когортных и временных эффектов [Blossfeld 1986: 215]. Ценность решения Блоссфельда состоит в том, что оно даёт «конкретный пример анализа латентного влияния исторического периода на социализацию когорт» [Головин 2004: 115].

⁴ Этот же подход был использован в работе О. Аттаназио, посвящённой сберегательному поведению американских домохозяйств, принадлежащих к разным когортам [Attanasio 1998], применён к анализу сберегательного поведения домохозяйств Норвегии [Halvorsen 2003] и в ряде других случаев.

⁵ Возраст, период и когорты преобразуются в множество дамми-переменных (каждая из них представляет определённый временной интервал), которые служат предикторами в модели. При этом для запуска программы с наборами фиктивных переменных одна переменная из какого-либо множества должна быть пропущена. Критики метода указывают, что субъективный выбор двух идентичных эффектов может быть ошибочным, а следовательно, существенно изменить результаты анализа. Такой технический способ решения проблемы не может быть признан удовлетворительным, поскольку главное допущение об аддитивном характере эффектов представляется некорректным [Glenn 2005: 15–16].

Ещё один методологический вопрос, который нельзя обойти вниманием, касается взаимосвязи когорт и поколений. При всём богатстве теоретических подходов к исследованию проблемы поколений⁶ единства по поводу эмпирического использования данного концепта нет. Это связано с трудностями операционализации данного понятия: «Каковы границы, разделяющие поколения? Как отличить одно поколение от другого в непрерывной череде смены поколений? На основании каких критериев можно судить о поколениях?» [Семёнова 2005: 81]. Нам, если не вдаваться в подробности дифференциации поколений, представляется обоснованным тезис М. Науэн о том, что «по сравнению с поколенческим подходом в социологии метод когортного анализа позволяет проводить более дифференцированный анализ общественной динамики, так как “когорта” представляет собой меньшую социальную общность, чем “поколение”, легче поддающуюся описанию, операционализации и эмпирическому анализу» [Науэн 2006: 142]. Иными словами, поколение может объединять различное число когорт, выделенных, к примеру, по году рождения. Вместе с тем это ни в коем случае не означает, что когортный анализ является чисто «техническим». Суть его состоит именно в объяснении динамики каких-либо процессов различиями в социализации людей и сменой когорт, образующихся под влиянием отдельных событий или их совокупности.

Из этого следует, что при проведении когортных исследований целесообразно придерживаться историко-социологического подхода в качестве методологической парадигмы. Это означает, что временные периоды как прошлого, так и современности необходимо рассматривать как социально-исторические целостности со своими конфигурациями общественных условий и уникальными событиями, со своими альтернативами и многонаправленностью различных процессов⁷.

Концептуальная модель исследования

Опыт измерений потребительских настроений в различных странах показывает, что ИПН является обобщённым макроэкономическим показателем, действительно отражающим, а зачастую и предсказывающим динамику экономического развития страны в целом. Иными словами, можно выделить два направления «использования» ИПН, связанных соответственно с его объясняющей и прогнозирующей составляющими. Хотя лидирующая роль индекса по отношению к макроэкономическим индикаторам чрезвычайно интересна и показательна⁸, для построения концептуальной модели нашего исследования важен именно ответ на вопрос, в какой степени ИПН отражает динамику экономического развития страны.

Для этого следует посмотреть на взаимодействие компонентов индекса потребительских настроений с теми показателями макроэкономического развития России, которые лежат вне сферы непосредствен-

⁶ См., например: [Дубин 1995а; 1995b; Савельева, Полетаев 1997; Глотов 2004; Левада 2005; Шанин 2005] и др.

⁷ Подробнее об исторической социологии как подходе к изучению общества см.: [Шанин 1997]; об исторической социологии как стратегии исследования социализации см.: [Головин 2004: 78–89].

⁸ Например, в США — стране, являющейся родиной опросов потребителей, — индекс потребительских настроений выступает одним из компонентов совокупного опережающего индекса (Composite Index of Leading Indicators), который наряду с синхронным (Composite Index of Coincident Indicators) и запаздывающим индексами (Composite Index of Lagging Indicators) служит для анализа и прогнозирования циклов развития американской экономики. Надо сказать, что из всех индикаторов, включаемых в указанные макроэкономические индексы, ИПН — единственный измеряемый на основе социологических опросов (проводимых Центром исследования потребителей Мичиганского университета). Все другие показатели собираются на основе данных статистической отчетности. Подробнее см.: URL: <http://www.investopedia.com/university/conferenceboard/conferenceboard2.asp>. В течение 20 лет (1975–1995) эти индексы рассчитывались и публиковались Бюро экономического анализа Министерства торговли США (Bureau of Economic Analysis, US Department of Commerce), а с 1996 г. — крупнейшей научно-исследовательской организацией Conference Board [Moylan 2010: 3]. О прогнозном потенциале ИПН применительно к российским условиям подробнее см.: [Ибрагимов, Николаенко 2005: 106–113].

ного влияния со стороны потребителей, но оказывают существенное воздействие на их материальное положение (например, динамика доходов, производства, занятости, цен). Регрессионный анализ временных рядов в целом за 1997–2010 гг. показывает, что темпы роста реальных доходов населения выступают значимым предиктором оценок людьми произошедших изменений в личном материальном положении за прошедший год (доля объяснённой дисперсии составляет 57%)⁹. Если же в качестве зависимой переменной использовать совокупный индекс потребительских настроений, то в целом за 1997–2010 гг. 83% его колебаний объясняются показателями текущего состояния безработицы, 12-месячного прироста выпуска пяти базовых отраслей экономики и уровня инфляции¹⁰. Характер влияния этих показателей вполне соответствует теоретическим представлениям, то есть рост безработицы и цен отражается негативно на динамике ИПН, а рост производства — позитивно. Высокий уровень корреляции указанных макроэкономических показателей и настроений потребителей свидетельствует о том, что население России адекватно воспринимает происходящие в экономике события [Ибрагимова, Николаенко 2005: 105–106].

Таким образом, характер взаимодействия ИПН и его компонентов с макроэкономическими показателями позволяет утверждать, что этот индекс аккумулирует в себе эффект времени, понимаемого в данном случае как совокупность социально-экономических характеристик развития страны в конкретный момент измерения.

Вместе с тем уникальность ИПН состоит в том, что, являясь, по сути, независимым обобщённым макроэкономическим показателем, он строится на базе массовых социологических опросов населения, то есть на основе микроданных, тем самым отражая настроения большинства жителей страны. Это обусловлено самой методикой построения ИПН, заключающейся в том, что данный индекс агрегирует частные мнения тысяч рядовых людей, не зависящих друг от друга и не влияющих друг на друга. Для построения индекса используются пять базовых вопросов¹¹, отражающих следующие показатели: (1) оценки респондентами изменений в личном материальном положении за прошедший год; (2) ожидания относительно изменения личного материального положения в предстоящий год; (3) ожидания относительно экономических перспектив развития страны в предстоящий год; (4) ожидания относительно экономических перспектив развития страны в предстоящие пять лет; (5) оценки респондентами экономических условий для того, чтобы покупать товары длительного пользования. На основании ответов респондентов на каждый из пяти вопросов балансовым методом рассчитываются частные индексы, средняя арифметическая из которых представляет собой совокупный индекс. Математически это можно представить следующим образом [Curtin 2002: 4]:

$$CSI_t = \sum_{j=1}^5 (P_{jt}^f - P_{jt}^u)100 + 100 \quad (1),$$

где:

CSI_t — индекс потребительских настроений (*Consumer Sentiment Index*) в момент времени t ;

P_{jt}^f — доля в выборке позитивных (*favorable*) ответов на j -вопрос в момент времени t ;

P_{jt}^u — доля в выборке негативных (*unfavorable*) ответов на j -вопрос в момент времени t .

⁹ См. приложение, уравнение 1 в таблице П2 ; подробнее см.: [Ибрагимова, Николаенко 2005: 97–106].

¹⁰ См. приложение, уравнение 1 в таблице П1.

¹¹ Отметим, что формулировки вопросов и методика расчёта ИПН в разных странах могут отличаться, соответствуя, однако, при этом самой концепции психологической экономики.

По своей методологической природе ИПН, как и любой другой обобщённый индекс, представляет собой величину, искусственно полученную в результате обработки ряда эмпирических данных, своего рода «надындивидуальную целостность» [Левада 2000: 346]. Это означает, что любые личностные различия в данном случае нивелируются, хотя формула (1) расчёта ИПН может быть выражена и в категориях индивидуальных ответов [Curtin 2002: 5]:

$$CSI_t = \sum_{j=1}^5 \sum_{i=1}^n \frac{x_{ijt}}{n} (100) + 100 \quad (2),$$

где:

CSI_t — индекс потребительских настроений (*Consumer Sentiment Index*) в момент времени t ;

$x_{ijt} = 1$, если дан позитивный ответ на j -вопрос i -респондентом в момент времени t ;

$x_{ijt} = -1$, если дан негативный ответ на j -вопрос i -респондентом в момент времени t ;

$x_{ijt} = 0$ для всех других ответов на j -вопрос i -респондентом в момент времени t .

На основе формулы (2) можно рассчитать и индивидуальные индексы для каждого респондента:

$$CSI_{it} = \sum_{j=1}^5 x_{ijt} (100) + 100 \quad (3),$$

где:

CSI_{it} — индекс потребительских настроений (*Consumer Sentiment Index*) i -респондента в момент времени t .

Значения индивидуального (как и обобщённого) индекса могут изменяться в пределах от 0 до 200. Индекс равен 0, если ответы респондента на все базовые вопросы являются негативными, и 200 в случае, когда все ответы положительны.

От чего зависит индивидуальный индекс? Очевидно, что оценки и ожидания отдельного потребителя обусловлены внешними и внутренними факторами. Под внешними факторами подразумевается общая социально-экономическая ситуация в стране, единая для всех, но, естественно, она преломляется в сознании каждого человека специфическим образом в зависимости от его индивидуальных социально-демографических характеристик, совокупность которых и образует внутренние факторы. Иными словами, эти внутренние факторы есть не что иное, как дифференцированное проявление эффекта «социально-экономического» времени у отдельного индивида.

$$CSI_{it} = f(E_t, \Omega_t) \quad (4),$$

где:

E_t — внешние факторы (общая социально-экономическая ситуация) в момент времени t ;

Ω_t — внутренние факторы (совокупность индивидуальных социально-демографических характеристик) в момент времени t .

Поскольку, как было показано ранее, совокупный индекс потребительских настроений как раз и отражает общую социально-экономическую ситуацию в стране в конкретный момент времени, из этого логически следует, что отклонения в значениях индивидуального индекса от обобщённого у отдельного респондента вызваны его личными социально-демографическими характеристиками. Математически это означает, что, если

$$E_t = CSI_t,$$

то формула (4) принимает вид:

$$CSI_{it} - CSI_t = f(\Omega_t) \quad (5).$$

Социально-демографические характеристики включают целый спектр показателей: пол, возраст, уровень образования, доход, место проживания, статус занятости и т. д. Мы предлагаем рассмотреть ещё и показатель когорты по году рождения для того, чтобы протестировать, существует ли влияние эффекта когорты на потребительские ожидания. Под эффектом когорты понимаются «те различия в социальных характеристиках членов когорт, которые наблюдаются между разными когортами при сравнении их характеристик за длительный период и объяснимы различным восприятием социальной реальности и исторических событий, которые застают их в разном возрасте и в различном социальном положении» [Головин 2004: 86]. Иными словами, люди одного и того же года рождения проходят процесс социализации и накапливают жизненный опыт в одинаковых социально-экономических, общественно-политических и культурных условиях исторического времени. Вместе с тем условия социализации, безусловно, различаются в зависимости от других характеристик — пола, уровня образования, места проживания, социального и имущественного статуса и т. д. Именно поэтому мы планируем учесть в нашем исследовании максимально возможное число социально-демографических показателей, включив их в регрессионную модель для того, чтобы выявить «чистое» влияние эффекта когорты. Нельзя сбрасывать со счётов и зависимость эффекта когорты от сугубо демографических показателей (например, численность когорт, уровень рождаемости и смертности и т. п.). Эта информация будет использоваться для анализа и интерпретации результатов как описательной статистики, так и регрессионного моделирования. Таким образом, зависимость, которая подлежит тестированию, принимает на основе детализации формулы (5) следующий вид:

$$CSI_{it} - CSI_t = f(\text{gender}, \text{age}_t, \text{educ}_t, \text{income}_t, \text{empl}_t, \text{settlm}_t, \text{cohort}) \quad (6),$$

где:

gender — пол респондента;

age_t — возраст респондента в момент времени *t*;

educ_t — уровень образования в момент времени *t*;

income_t — уровень дохода в момент времени *t*;

empl_t — статус занятости в момент времени *t*;

settlm_t — место проживания респондента в момент времени *t*;

cohort — принадлежность респондента к когорте по году рождения.

Другой вариант заключается в том, чтобы использовать в качестве зависимой переменной не отклонение индивидуального индекса от обобщённого, а само значение индивидуального индекса для каждого респондента, при этом применяя совокупный индекс потребительских настроений в качестве прокси-переменной, заменяющей показатель времени (формула (7)). Таким образом, содержательно решается проблема идентификации (то есть разделения эффектов возраста, периода и когорты) на основании теоретических представлений о характере потребительских ожиданий и результатов эмпирического тестирования, позволяющих, на наш взгляд, использовать ИПН как квинтэссенцию конкретного временного момента:

$$CSI_{it} = f(CSI_t, \Omega_t) \quad (7).$$

Обратимся теперь к рассмотрению концептуального определения самого термина «когорты». В социологическом понимании, восходящем своими истоками к теории поколений К. Мангейма и подходам, предложенным Н. Райдером, когорта представляет собой группу людей, процесс социализации которых происходит в одних и тех же условиях исторического периода. Иными словами, представители одной когорты накапливают свой жизненный опыт сквозь призму восприятия одних и тех же — исторически и социально значимых — событий.

Но возникает вопрос: что подразумевается под социализацией и существуют ли (если да, то каковы они) хронологические рамки этого процесса? В самом широком понимании социализация означает процесс формирования личности, то есть индивида как социального существа. В ходе этого процесса происходит освоение имеющихся в обществе представлений, ценностей, норм, ролей, навыков и т. д., на основе которых и формируются установки, являющиеся основой мотивации поведения людей в любой сфере общественной жизни.

Можно выделить два подхода к решению вопроса о том, какие фазы жизненного пути человека являются важными в процессе формирования личности. Гипотеза «социализационного лага» (*a socialization hypothesis*), выдвинутая Р. Инглехартом в рамках теории межгенерационной перемены ценностей, говорит о том, что «состояние социально-экономической среды и ценностные приоритеты не соотносятся между собой непосредственно: между ними вклинивается существенный временной лаг, ибо базовые ценности индивида в значительной степени отражают условия тех лет, которые предшествовали совершеннолетию» [Инглехарт 1997: 10]. Эта гипотеза, как указывает её автор, базируется на одном из самых распространённых концептов социальной науки, проходящем через литературу от Платона до Фрейда, о базовой структуре человеческой личности, которая обычно складывается к моменту достижения индивидом зрелости и относительно мало меняется в дальнейшем [Инглехарт 1997: 10]. Это означает, что в жизни индивида существуют так называемые формативные годы (*formative age*), или те, которые являются наиболее значимыми для его личностного становления.

Такой подход позволяет объяснить многие «странности» индивидуального поведения; например, «скряги, испытавшего бедность в юные годы и упорно продолжающего копить богатство много лет спустя после достижения материальной обеспеченности» и др. [Инглехарт 1997: 10]. В недавно опубликованной статье «Growing up in a Recession» («Выросший в рецессии») П. Гульяно и А. Спиллиберго задаются вопросом о влиянии макроэкономической среды, окружавшей индивида в период его становления, на восприятие и предпочтения в различных сферах. Используя данные нескольких опросов, а именно General Social Survey — социологического опроса американцев в 1972–2010 гг., опроса населения 37 стран в рамках Всемирного обследования ценностей (World Value Survey) и опроса National Longitudinal Survey of the High School Class, проведённого в 1972 г. среди учащихся-старшеклассников (17–18 лет), авторы тестируют гипотезу «восприимчивых годов» (*impressionable years hypothesis*),

закрывающуюся в том, что базис установок, предпочтений, характеристик восприятия и проч. кристаллизуется в период ранней взрослости (*young adulthood*) и остаётся практически неизменным впоследствии [Giuliano, Spilimbergo 2013: 2]. Результаты показывают, что люди, пережившие в юности существенные макроэкономические шоки (рецессия, кризис и т. п.), в большей степени придерживаются статусных и коррупционных стратегий успеха, нежели меритократических, поддерживают государственные меры по перераспределению национального богатства в целях ликвидации неравенства, чаще голосуют за партии левого толка. При этом влияние пережитых макроэкономических катаклизмов является «долгоиграющим» (*long-lasting*) [Giuliano, Spilimbergo 2013: 27].

Сторонники данного подхода не отрицают возможности изменений в установках и ценностях взрослого человека (то есть в его ресоциализации, или вторичной социализации), но указывают на наличие внешних и внутренних обстоятельств, которые снижают вероятность глубоких личностных перемен (снижение активности, жизненного тонуса, интереса к событиям, далёким от собственной жизни, и т. д.), тем самым подтверждая тезис о «возрастной стабильности» (*aging-stability thesis*) [Glenn 1980].

Н. А. Головин отмечает, что нельзя смешивать понятия «ресоциализация» и «адаптация». Приспособление человека к изменяющимся внешним условиям, не влекущее за собой изменений в идентичности, приобретения новых ценностей и личностных качеств, отражает феномен адаптации, являющийся весьма распространённым в обществе. Однако в кризисных условиях, в эпоху глубоких перемен, адаптация может приобретать «функциональную эквивалентность с процессом социализации и ресоциализации» [Головин 2004: 21–22].

Представители другого подхода отрицают наличие доминантных годов в формировании личности, указывая, что социализация происходит на протяжении всей жизни, в течение которой человек остаётся открытым новым идеям и впечатлениям, корректируя или изменяя свои установки в ответ на меняющиеся жизненные обстоятельства (*lifelong openness hypothesis*). Одним из первых эта идея была высказана социальным психологом О. Бримом [Brim 1966; Brim, Kagan 1980], а затем стала составной частью активно крепнущей в последние годы «психологии развития на протяжении жизненного цикла» (*life-span developmental psychology*), которую профессор Пол Балтес из Института Макса Планка назвал теоретической перспективой исследований [Baltes 1987: 622]. Идея заключается в непрерывной — от рождения до смерти — эволюции человека. Люди на всём протяжении жизни сталкиваются с вызовами, возможностями и ситуациями, которые служат источником внутреннего развития, различного по своей направленности, характеру и мощи. При этом Балтес трактует развитие не как движение по нарастающей (*incremental growth*), а как процесс, в котором совмещаются периоды роста (*growth* — *gain*) и спада (*decline* — *loss*) [Baltes 1987: 613].

Преимущество первого из охарактеризованных подходов заключается в том, что на основании существования формативного периода в жизни индивида становится возможным выделение когорт и их содержательное разграничение в рамках эмпирического исследования. Следующим шагом в рамках этого подхода является поиск ответа на вопрос о том, к какому именно возрасту относятся формативные годы. У Инглехарта этот период обозначен как «*pre-adult years*» [Inglehart 1990: 68], что переводят как годы, предшествующие совершеннолетию. Под совершеннолетием в данном случае понимается именно «содержательная» зрелость, зрелость. В трактовке М. С. Науэн, это «период с позднего юношеского до раннего взрослого возраста» [Науэн 2006: 138], а не только формально-юридический статус, отражающий наступление полной гражданской дееспособности. В работе Р. Дэлтона предпринята попытка оценить влияние экономической среды в различные возрастные периоды становления личности на формирование её ценностей [Dalton 1977]. В качестве общеэкономического индикатора используется сезонно сглаженный индекс ВВП; информационной базой исследования служат данные опроса 1973 г. населения семи европейских стран, а в качестве вышеуказанных возрастных точек выделяются

10 лет (как отражение периода 8–12 лет), 15 лет (13–17 лет) и 20 лет (18–22 года)¹². Автор упомянутой работы на основе регрессионного моделирования приходит к выводу, что наиболее сильное влияние экономической среды на формирование личности наблюдается в возрасте 8–12 лет [Dalton 1977]. Однако в исследовании не учитывается конкретно-исторический аспект социализации, а также страновая специфика. К примеру, Дания была нейтральна в Первую мировую войну и пережила гораздо более мягкую оккупацию во время Второй мировой войны, нежели другие европейские страны, жители которых участвовали в данном опросе [Abramson 2011: 4]. Соответственно и социализация населения этих стран проходила в разных условиях. Это говорит о том, что при выделении формативного возраста необходимо учитывать особенности социально-экономической, правовой и культурно-исторической сред.

П. Гульяно и А. Спиллиберго в уже упоминавшейся работе тестируют различные возрастные интервалы в качестве «восприимчивых годов» (при контроле многих других переменных) и приходят к выводу о наибольшей значимости периода 18–25 лет, когда формируется большинство установок и ценностей [Giuliano, Spilimbergo 2013: 13]¹³.

Н. Головин, исследуя процессы политической социализации, выделяет фазы развития личности с учётом российской специфики, базируясь на традиционном для отечественных социальных наук принципе участия человека в трудовой деятельности, на критических точках возраста, выявленных в результате опроса экспертов-социологов, а также с учётом биопсихосоциального подхода [Головин 2004: 21–22].

Ввиду вышеизложенного в нашем исследовании мы определили формативный период как 15–24 года, вехами которого являются начало трудоспособного возраста, окончание (в советское время) восьмилетней школы (15 лет); так называемое раннее совершеннолетие, увеличение правовой ответственности, приписка к Вооружённым Силам (16 лет)¹⁴; призыв в армию, право голосования, право вступления в брак, адаптация к послешкольной жизни (18 лет); окончание вуза, вступление на путь самостоятельной деятельности, бракосочетание (22–23 года); начало профессиональной карьеры, модальный возраст рождения у женщин первого ребенка (24–25 лет, в постсоветском обществе наблюдается «откладывание» рождения).

Исходя из второго подхода к пониманию процесса социализации содержательное разграничение когорт в рамках эмпирического исследования весьма затруднительно, можно даже сказать, что почти невозможно. С целью некоторого приближения к реализации данного подхода мы планируем проанализировать влияние исторических событий (обозначив их хронологически в виде совокупности переменных) на формирование потребительских настроений и уровня оптимизма в отношении развития страны в целом. В данном случае можно отследить, конечно, события только общественной, но не индивидуальной жизни, вследствие чего отражение процесса непрерывной социализации является, безусловно, неполным. Вместе с тем включение данной переменной в качестве независимой в тестируемое уравнение (формулы (6), (7)) позволяет содержательно рассмотреть когорту как группу лиц, переживших ряд общественно значимых событий не только в свои формативные годы, но и на всем протяжении жизненного цикла.

¹² Используется среднее значение сезонно сглаженного индекса ВВП за пятилетний период. Например, для когорты, возраст членов которой в 1973 г. был 51–55 лет, оценка формативного возраста, обозначенного как 10 лет, делается через использование среднего значения ВВП за 1928–1932 гг., то есть за период, когда членам этой когорты было 8–12 лет [Dalton 1977: 471].

¹³ Для формирования политических убеждений предстает важным ещё и возраст 26–33 лет.

¹⁴ В постсоветской России приписка к ВС относится к 14 годам, но поскольку в обследовании удельный вес когорт, выросших после распада СССР, меньше в сравнении с другими, мы сочли целесообразным не опускать нижнюю возрастную границу формативного периода.

Информационная база исследования

Проведение когортного анализа выдвигает особые требования к данным, главные из которых (1) полнота информации и (2) лонгитюдность. Иными словами, идеальным источником являются панельные обследования на одну и ту же тему, проводимые в течение довольно длительного времени. При отсутствии таковых возможный выход состоит в конструировании так называемых синтетических панелей, то есть в конвертации данных одномоментных опросов в «квазилонгитюдный дизайн». В этом случае становится возможным выделить когорты и проследить динамику их мнений в течение жизненного цикла (или хотя бы какого-то его длительного отрезка). Такие опросы должны проводиться с определённой регулярностью на протяжении относительно долгого времени и по единообразной методологии.

Этим требованиям удовлетворяет база данных, собранная в ходе реализации проекта «Индекс потребительских настроений» (1996–2008)¹⁵. Социологические опросы для измерения ИПН проводились Левада-Центром¹⁶ один раз в два месяца (шесть раз в год), начиная с мая 1996 г., по специально спроектированной многоступенчатой стратифицированной выборке, репрезентирующей мнение взрослого (16 лет и старше) населения страны. Общее число респондентов в каждой волне — 2100 чел. Для достижения лучшей репрезентативности данные взвешиваются по полу, возрасту, уровню образования, региону, типу населённого пункта и политическим предпочтениям (голосование на последних выборах). Общая статистическая погрешность выборки не превышает трёх процентных пунктов. В каждой волне задавались не только базовые вопросы для построения ИПН, но и дополнительные, позволяющие выявить причины формирования тех или иных мнений. Таким образом, имеются 72 волны опросных данных регулярной периодичности, начиная с мая 1996 г. и заканчивая июнем 2008 г.¹⁷, когда проект в силу разных причин прекратил своё существование. В течение нескольких последующих месяцев опросы с целью измерения ИПН Левада-Центром не проводились, а с декабря 2008 г. возобновились на ежемесячной основе уже в рамках их собственного инициативного обследования. Впоследствии мы использовали массивы, переданные Левада-Центром в Единый архив экономических и социологических данных (ЕАЭСД). К сожалению, не во всех переданных в архив массивах наличествуют базовые вопросы для построения ИПН: они есть только в шести массивах за 2009 г. (февраль, май, июнь, июль, август, сентябрь) и в двух за 2010 г. (ноябрь и декабрь). Надо сказать, что с декабря 2008 г. был немного изменён дизайн общероссийской выборки: сократился её объём (до 1600 чел.), а начальный возраст респондентов повысился до 18 лет. Несмотря на это обстоятельство, а также то, что опросы потребителей с целью измерения ИПН периодически проводятся и другими социологическими службами, мы сочли целесообразным после июня 2008 г. использовать данные именно Левада-Центра, чтобы, во-первых, сохранить преемственность и, во-вторых, технически сопоставить и совместить две выборки.

Таким образом, все данные первичных опросов с мая 1996 г. по сентябрь 2009 г.¹⁸ были «слиты» в объединённый массив (общее количество респондентов составило 182 507 чел.), который и послужил базой для последующего анализа.

Операционализация данных

Для того чтобы содержательно разграничить когорты, агрегировав их в интервальные группы по году рождения, необходимо следующее: (1) выделить наиболее общественно значимые события, которые

¹⁵ Подробнее о проекте, истории его возникновения и результатах см.: [Ибрагимова, Николаенко 2005].

¹⁶ Именно в Левада-Центре были сделаны в 1993 г. первые пробные шаги по измерению ИПН в России, подробнее см.: [Ибрагимова, Николаенко 2005: 14–18].

¹⁷ В марте 2008 г. опрос не проводился.

¹⁸ Мы исключили 2010 г. из анализа, поскольку за этот год имеются только два массива с необходимыми данными, что нивелирует принцип непрерывности и регулярности, являющийся краеугольным камнем концепции мониторинга ИПН.

могли повлиять на установки когорт; (2) связать эти значимые события с временными периодами; (3) соотносить временные периоды с группами людей, переживших эти события в свои формативные годы. Поскольку формативные годы определяются нами как 10-летний период (15–24 года), то и временные периоды должны быть такой же продолжительности, дабы исключить «пересечение» когорт в рамках их формативных годов. Хотя изначально понятно, что этапы и периоды российской истории XX века содержательно невозможно «уложить» в указанные временные интервалы, а сам исторический процесс характеризуется, как правило, многонаправленностью, тем не менее мы попытались — с определёнными допущениями — выделить такие более-менее однородные периоды.

Что представляют собой выделенные когорты с точки зрения конкретно-исторических условий их социализации (см. табл. 1)? Люди, родившиеся в 1902–1911 гг., объединены в первую когорту (понятно, что их совсем немного — в объединённом массиве лишь 79 чел.). Годы их интенсивной социализации совпали с переломными событиями в истории страны — с революциями, Первой мировой войной, установлением советской власти на местах, в том числе в результате Гражданской войны и политики «военного коммунизма». Конфискационный характер этой политики вызывал резкий отпор на местах, вылившийся в широкомасштабные антиправительственные крестьянские выступления. Лишь реальная угроза потери власти заставила большевиков постепенно, начиная с 1921 г., пойти на уступки, вылившиеся в новую экономическую политику (НЭП). Однако уже в конце 1926 — начале 1927 г. началось наступление на НЭП, когда развернувшийся хлебозаготовительный кризис явился толчком для возвращения в систему управления жёстких административных методов¹⁹.

Таблица 1

Исторические периоды и поколения* российского общества XX века

Когорты по годам рождения (в скобках указан номер когорты)	Годы социализации (формативные годы)	Возраст в начальный год исследования (1996 г.), лет	Возраст в последний год исследования (2009 г.), лет
1902–1911 (К 1)	1917–1926	85–94	98–107
1912–1921 (К 2)	1927–1936	75–84	88–97
1922–1931 (К 3)	1937–1946	65–74	78–87
1932–1941 (К 4)	1947–1956	55–64	68–77
1942–1951 (К 5)	1957–1966	45–54	58–67
1952–1961 (К 6)	1967–1976	35–44	48–57
1962–1971 (К 7)	1977–1986	25–34	38–47
1972–1981 (К 8)	1987–1996	15–24	28–37
1982–1991 (К 9)	1997–2006	5–14**	18–27

* В данном случае «поколение» понимается как совокупность равного числа когорт по году рождения.

** Не участвовали в опросе.

Когорта, объединившая людей 1912–1921 годов рождения (когорты № 2), представляет собой, по сути, первое поколение советских людей. Они пережили в детстве лишения, связанные с Гражданской войной, а в годы социализации — процессы индустриализации, коллективизации, ликвидации безграмотности, интенсивной урбанизации и массовой трудовой мобилизации. «Десятки миллионов женщин были привлечены к труду, а дети отправлены в детские ясли и сады. Семья продолжила терять своё социализирующее значение» [Головин 2004: 123]. Иными словами, личностное становление этих людей пришлось на период формирования экономических, социальных, политических и идеологиче-

¹⁹ Дальнейшая судьба этого поколения, в основном адаптировавшегося к советскому общественному строю, изучена на примере людей 1906 года рождения советским демографом Б. Ц. Урланисом и описана им в книге «История одного поколения» [Урланис 1968].

ских основ советского общества. Политическим выражением этого периода стала Конституция СССР 1936 г., идеологическим — «Краткий курс истории ВКП(б)» (1938). Итог этого периода — «сталинское дисциплинирование общества», определившее новые условия повседневной жизни вплоть до начала оттепели [Головин 2004: 122].

Юность и молодость людей, родившихся в 1922–1931 гг. (когорта № 3), пришлось на довольно однородный с точки зрения исторических условий период, главным содержанием которого были войны — необъявленная война на Дальнем Востоке 1939 г., советско-финская война, начало Второй мировой войны (1 сентября 1939 г.) и сама Великая Отечественная, победа в которой имела экзистенциальное значение. Это поколение в свои формативные годы пережило тяготы и лишения военного времени, потерю родных и близких (не только на фронтах, но и в тылу, в оккупации, а также в результате массовых сталинских репрессий накануне войны), постоянное напряжение всех сил в довольно молодом возрасте, но выстояло, выжило, что позволяет называть их поколением победителей²⁰. «Война не только сплотила общество, но и придала советской идентичности новый смысл, внося в её содержание победу над фашизмом как заслугу перед всем человечеством» [Головин 2004: 133].

Люди 1932–1941 годов рождения (когорта № 4) пережили войну в детстве, а интенсивную социализацию прошли уже в период послевоенного восстановления экономики, начала «холодной войны», возникновения ядерной угрозы, ужесточения политического режима, нового витка сталинских репрессий, восстановления «железного занавеса», борьбы с «космополитизмом» и широкого наступления против «западного влияния» на отечественную культуру.

Формирование мировоззрения людей, объединённых в когорту № 5 (1942–1951 годы рождения), пришлось на период хрущёвской оттепели. Разоблачение культа личности Сталина, демократизация политического режима, экономические реформы, освоение целины, достижения науки и техники, ослабление идеологического давления в сфере культуры и т. д. — все эти важнейшие общезначимые события и процессы повлияли и во многом сформировали самосознание «шестидесятников»²¹. И хотя хронологически конец оттепели связывается с отставкой Н. С. Хрущёва в 1964 г., многие авторы говорят о «славном десятилетии» или о том, что эпоха 1960-х гг. содержательно продолжалась с 1957 по 1967 г. [Воронков 2005: 177–178]. Иными словами, реформаторские идеи этого периода (при всей их непоследовательности) повлияли на формирование не только «детей войны», но и людей, родившихся уже после её окончания, вплоть до начала 1950-х гг. Они и объединены нами в социальную общность лиц 1942–1951 годов рождения.

Годы социализации людей, рождённых в 1952–1961 гг. (когорта № 6), пришлось главным образом на период «стабилизации жизни советского общества», что соотносится с приходом к власти Л. И. Брежнева, положившего конец всякой критике и самокритике. В 1967 г., по случаю 50-летнего юбилея советской власти, было провозглашено наступление в стране «развитого социализма». Этот период ознаменован и попытками реформы в экономике, которые связывают с именем А. Н. Косыгина (расширение самостоятельности предприятий, изменение ценовой политики, сокращение директивных плановых показателей и акцент на прибыли и рентабельности, широкое использование методов материального стимулирования и т. д.). Однако события Пражской весны 1968 г., явившиеся толчком для ужесточения внешнеполитического курса, привели к активизации сопротивления проводившимся реформам и их открытому «торпедированию» в начале 1970-х гг.

²⁰ Головин называет его «поколением защитников Родины» [Головин 2004: 133].

²¹ Подчеркнём, что речь идёт не только и не столько о «шестидесятниках» (как указывает Н. Головин, этот термин «закрепился за представителями творческой интеллигенции, поддержавшими в 1950-е и 1960-е гг. своим творчеством критику культа личности» [Головин 2004: 134]), а о поколении людей, чьи формативные годы пришлось на период оттепели.

Личностное становление людей 1962–1971 годов рождения (когорта № 7) совпало с периодом, получившим позже название «застой». В это время наблюдается переход «от мобилизационной экономики с её жёсткой трудовой дисциплиной к демобилизационной, хотя и по-прежнему плановой» [Головин 2004: 124], когда стало возможным появление «несунов», различных дисциплинарных вольностей, развитие метода приписок на фоне официального «движения за коммунистическое отношение к труду». Двоемыслие, несоответствие разговоров «на кухне» и публичной риторики стало практически нормой. К началу 1980-х гг. усилились стагнирующие явления в экономике, дефицит товаров достиг невиданных масштабов, несмотря на значительные капиталовложения в сельское хозяйство (в 1982 г. была принята Продовольственная программа) и значительный импорт продовольствия. К истощению экономики вели и попытки расширения советской сферы влияния на различных континентах, финансирование неэффективных режимов, а также Афганская война (1979–1989), растянувшаяся на долгие 10 лет. Одновременно, в 1970-е гг., активизируются выступления против системы и соответственно борьба с инакомыслием (Хельсинкская группа, восстание на «Сторожевом» 1975 г. под руководством В. Саблина, масштабная еврейская эмиграция, высылка из страны многих представителей творческой интеллигенции и т. д.).

Можно предположить, что когорта № 7, пожалуй, более неоднородна, чем все другие²², поскольку период интенсивной первичной социализации людей 1968–1971 годов рождения (последние годы выделенного интервала когорты), а также лиц, рождённых в последующее десятилетие (1972–1981 гг. — когорта № 8), пришёлся уже на время масштабной трансформации советского и постсоветского общества, начало которой хронологически относится к апрелю 1985 г. (Пленум ЦК КПСС и приход к власти М. С. Горбачёва), а фактически — к 1987 г., когда на январском Пленуме ЦК КПСС была провозглашена перестройка как направление дальнейшего развития страны. Последующие годы характеризуются насыщенностью историческими событиями поистине кардинального характера, что позволяет говорить о целостной смене условий социализации. Реформы политических институтов, отмена ст. 6 Конституции СССР о руководящей роли КПСС, проведение в 1989 г. альтернативных выборов депутатов на Съезд народных депутатов СССР, а в 1990 г. — в Верховный Совет СССР, политика гласности и возможность публичной полемики, принятие законов о кооперативах, об индивидуальной трудовой деятельности, о совместных предприятиях с иностранным участием, политика «нового мышления» в международных делах, падение Берлинской стены, путч 1991 г. и распад СССР — даже из простого перечня (причём далеко не полного) событий, произошедших за четыре-пять лет, ясно, что речь идёт о трансформации всего общественного устройства. Однако последующие события, особенно в экономической сфере, были ещё более радикальными и часто именуется «шоковая терапия»: либерализация цен в январе 1992 г., последовавшая за ней гиперинфляция и обесценивание сбережений населения, ликвидация товарного дефицита, ваучерная приватизация, либерализация внешней торговли и т. д. Иными словами, формативные годы рассматриваемой когорты пришлись на период перехода от общества всеобщего распределения на уравнилельных принципах к рыночной экономике со всеми её плюсами и минусами.

Самая молодая когорта в нашей выборке объединяет людей 1982–1991 годов рождения (когорта № 9). В силу своего возраста они не участвовали в первых волнах исследования, но и к 2009 г. самым старшим из них было лишь 27 лет. Это люди, в сознательном возрасте уже не заставшие советскую систему, для них принципы рыночной конкуренции являются повседневными, а их взросление пришлось на относительно благоприятный период экономической и политической стабилизации 2000-х гг.

Рассмотрим выделенные когорты с точки зрения их социально-демографических характеристик (см. табл. 2). Наблюдаемое смещение гендерного распределения в сторону женщин в старших когортах связано с существующим значительным разрывом в ожидаемой продолжительности жизни между муж-

²² Было бы неверно думать о гомогенности сознания представителей других выделенных когорт. Большой однородностью, наверное, отличается лишь когорта победителей — людей, участвовавших в Великой Отечественной войне, выживших и одержавших историческую победу.

чинами и женщинами. По уровню образования закономерность также вполне очевидна: чем моложе когорта, тем выше её суммарный образовательный уровень²³. Но здесь необходимо подчеркнуть, что было бы ошибкой ставить уровень образованности в зависимость от возраста, — вследствие совершенствования в последние десятилетия системы школьного и профессионального образования речь идёт об эффекте именно когорты и исторического периода, а не возраста. По типу поселения картина предстаёт в разрезе когорт практически однородной и соответствует ситуации в целом по выборке. По уровню дохода более обеспеченными являются средние и молодые когорты, наименее обеспеченными выступают не самые старшие когорты, а люди, родившиеся в 1932–1941 гг., то есть те, кто сложный в экономическом плане период середины 1990-х гг. встретил в предпенсионном и раннем пенсионном возрасте.

Таблица 2

Социально-демографический профиль когорт

	Выделенные когорты (в скобках указаны годы рождения)*								В целом по массиву
	К 2 (1912–1921)	К 3 (1922–1931)	К 4 (1932–1941)	К 5 (1942–1951)	К 6 (1952–1961)	К 7 (1962–1971)	К 8 (1972–1981)	К 9 (1982–1991)	
Численность когорт, чел.**	2 088	14 301	22 925	20 876	32 087	31 257	32 241	16 638	172 492
<i>Социально-демографические характеристики</i>									
Пол:	% по столбцам								
мужской	28,5	36,7	42,1	45,0	46,5	47,6	48,8	50,8	45,7
женский	71,5	63,3	57,9	55,0	53,5	52,4	51,2	49,2	54,3
<i>Образование:</i>									
ниже среднего	79,8	79,1	67,5	45,5	35,6	28,8	35,7	62,5	46,6
среднее, среднее специальное	16,6	16,3	25,1	42,6	52,0	56,6	51,7	32,5	42,8
высшее, в том числе и незаконченное	3,7	4,6	7,4	11,9	12,4	14,6	12,6	5,0	10,6
<i>Тип поселения:</i>									
Москва и Санкт-Петербург	14,9	10,3	9,8	10,8	9,8	9,7	9,2	9,0	9,8
большие города	18,7	20,5	22,5	25,5	25,5	25,6	27,2	26,0	25,0
малые города	37,3	36,8	37,3	39,1	40,7	40,1	39,4	40,2	39,3
село	29,1	32,4	30,4	24,5	24,0	24,6	24,2	24,7	25,9
<i>Квинтильные группы по уровню среднедушевого дохода:</i>									
1-я (с наименьшими доходами)	9,1	11,0	13,9	19,6	23,4	25,0	21,4	21,7	20,1
2-я	22,5	26,0	29,1	20,7	17,8	17,6	16,3	15,4	20,0
3-я	28,0	34,2	31,3	19,6	15,9	15,3	14,5	16,2	19,9
4-я	29,0	21,6	17,0	19,5	20,8	19,4	20,5	21,4	20,0
5-я (с наибольшими доходами)	11,4	7,2	8,6	20,5	22,2	22,8	27,3	25,2	19,9

* В таблице не приводятся данные по когорте № 1 из-за её малочисленности (79 чел.).

** Численность указана с учётом коэффициентов взвешивания.

²³ Исключение составляет только когорта, объединяющая людей 1982–1991 годов рождения, где доля лиц с образованием ниже среднего составляет 62,5%, но это связано с тем обстоятельством, что многие респонденты из этой когорты в момент опроса ещё окончили только школу.

Основное предположение и результаты исследования

Прежде чем сформулировать нашу основную гипотезу, обратимся к характеристике общей динамики потребительских настроений в целом и в разрезе возрастных или когортных групп. Это послужит отправной точкой для дальнейших предположений.

Если взглянуть на общую динамику потребительских настроений за 13-летний период, то можно выделить несколько этапов (см. рис. 1). В 1996 г. преобладали пессимистические настроения в обществе (общий уровень индекса был ниже 70 пунктов), но затем начавшееся было в относительно успешном 1997 г. улучшение ожиданий прервалось кризисом 1998 г. Однако процесс восстановления был довольно быстрым, и с конца 1999 г. начался уверенный рост потребительских оценок и ожиданий, а значения ИПН в первой половине 2000-х гг. вышли на новый уровень, равный в среднем 92–93 пунктам. Летом 2004 г. наблюдалось некоторое ухудшение настроений, вызванное «мини-кризисом» в банковской системе, после чего траектория динамики индекса выровнялась и вплоть до осени 2008 г. была умеренно восходящей, а значения ИПН даже превысили пороговую отметку в 100 пунктов. В результате кризиса 2008 г. произошла резкая смена баланса в сторону преобладания негативных оценок и ожиданий (значения индекса снизились до уровня 1997 г.). И хотя некоторое улучшение настроений наблюдалось уже в конце весны 2009 г., достигнуть докризисных показателей удалось только к середине 2012 г. Иными словами, этот кризис, в отличие от 1998 г., был затяжным и более глубоким по своим последствиям.

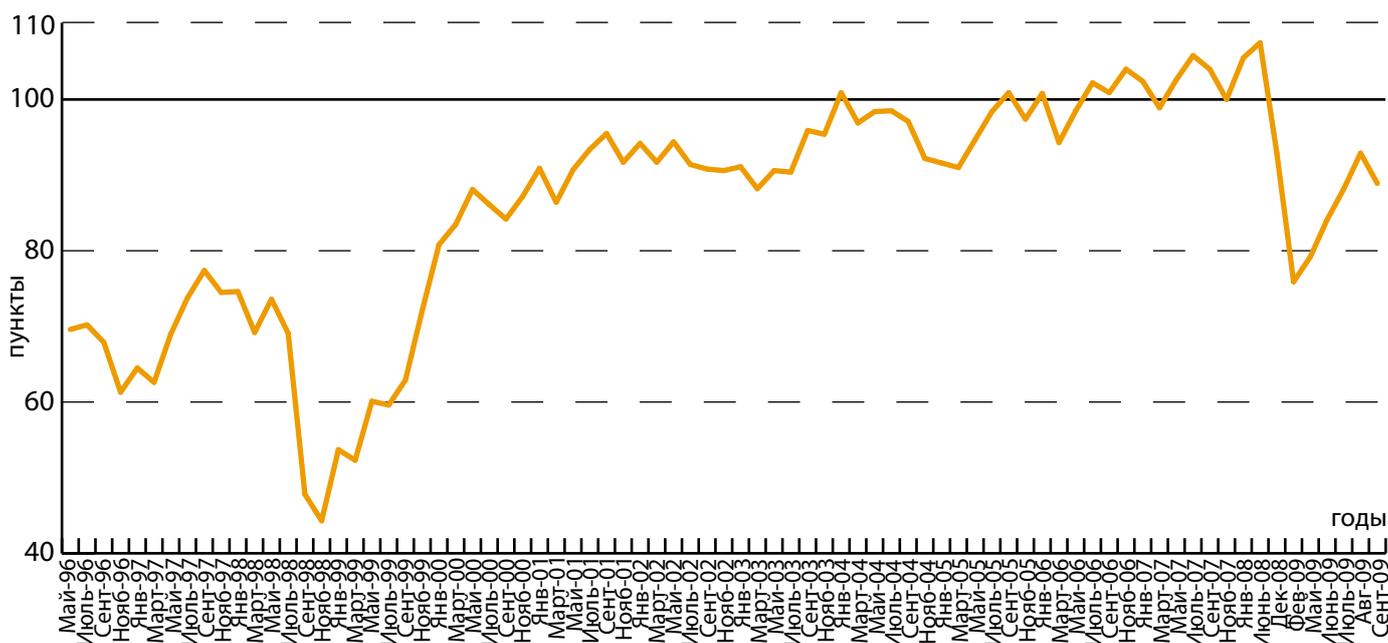


Рис. 1. Динамика индекса потребительских настроений, 1996–2009 гг.

На рисунке 2 представлена динамика отклонений ИПН по возрастным группам от значений ИПН в целом по выборке. Сразу бросается в глаза очевидное: молодые люди оптимистичнее лиц старшего возраста. Однако есть нюансы. Во-первых, разрыв между отдельными возрастными группами неодинаков: между людьми 35–44 лет и 25–34 лет он максимален, тогда как в более старших возрастах видимых различий меньше. Во-вторых, более пессимистичными предстают не самые пожилые люди, а группа 65–74 лет. В-третьих, кризис 2008 г. был ощутимее по своим последствиям для людей моложе 40 лет. В-четвёртых, оценки и ожидания людей 35–44 лет фактически отражают динамику совокупного ИПН в целом по выборке.

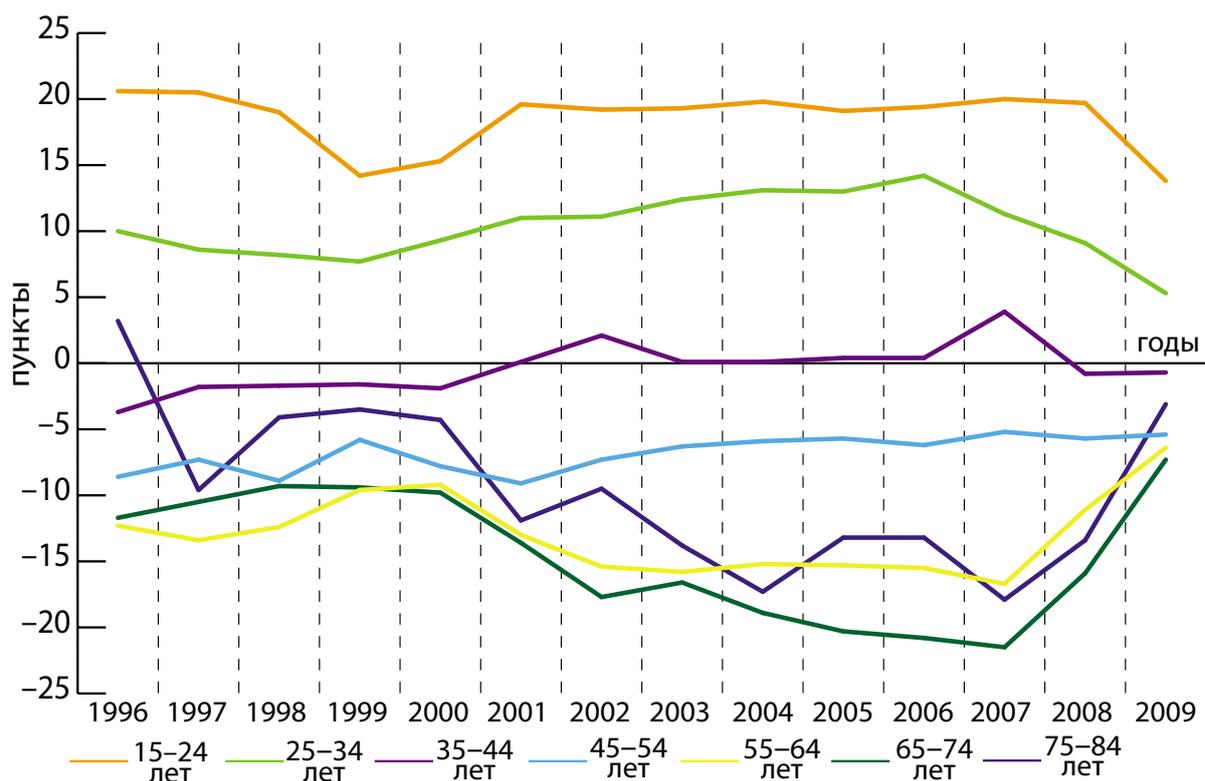
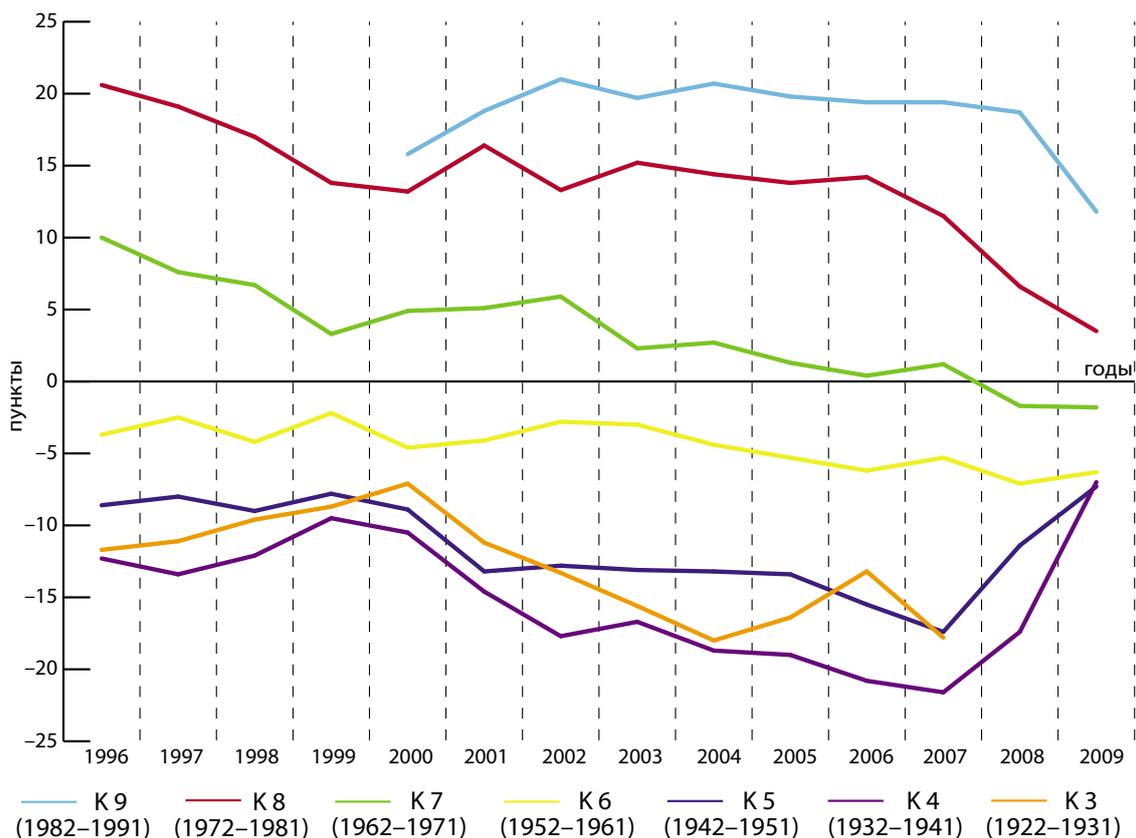


Рис. 2. Динамика отклонений ИПН по возрастным группам от значений ИПН в целом по выборке, 1996–2009 гг., среднегодовые значения

Посмотрим теперь на такой же график, но в разрезе когорт, которые, в отличие от «жестких» возрастных групп, являются «плавающими», то есть сдвигающимися по времени в объединённом массиве (см. рис. 3). Наибольший разрыв наблюдается между когортами 1962–1971 и 1972–1981 годов рождения. Это, думается, связано с тем, что люди, рождённые в 1962–1971 гг., частично прошли социализацию в советский период, а затем, в свои более поздние формативные годы, столкнулись с совершенно новыми конкретно-историческими условиями, вызванными перестройкой и последующим реформированием общества. Разрыв в оценках и ожиданиях представителей самых старших когорт невелик, тем не менее наиболее пессимистичным предстаёт не военное поколение, а «дети войны», чьё становление пришлось на период позднего сталинизма.

Посмотрим на профиль ИПН по возрасту в разрезе когорт, то есть на изменение потребительских оценок и ожиданий по мере «старения» людей различных годов рождения (см. рис. 4). Если у самой молодой когорты (1982–1991 годы рождения) значения индекса на протяжении всего исследуемого периода находятся существенно выше пороговой отметки в 100 пунктов, то уже у их предшественников (людей 1972–1981 годов рождения) оптимизм «просыпается» после 30 лет. Очевидно, что в данном случае необходимо учитывать эффект периода; к примеру, 25-летие людей 1981 и 1971 годов рождения приходится на совершенно разные с точки зрения конкретно-исторических условий годы (2006 г. и 1996 г. соответственно). Бросается в глаза и то, что, несмотря на общую схожесть профилей, кривые, отображающие изменения по возрасту представителей трёх самых старших когорт, находятся почти в одном диапазоне значений индекса (тогда как у последующих поколений эти диапазоны уже отличаются). Другими словами, люди, которые на начальный период исследования (1996 г.) были в возрасте 45 лет и старше, более похожи в своих потребительских настроениях, нежели их молодые современники. Можно предположить, что это связано с различной степенью адаптации представителей выделенных когорт к изменившимся условиям, то есть с дифференцированным социализационным воздействием постсоветского периода на разные поколения.



Примечание: Когорта № 2 (1912–1921) не представлена вследствие её малочисленности по отдельным годам.

Рис. 3. Динамика отклонений ИПН по когортам от значений ИПН в целом по выборке, 1996–2009 гг., среднегодовые значения

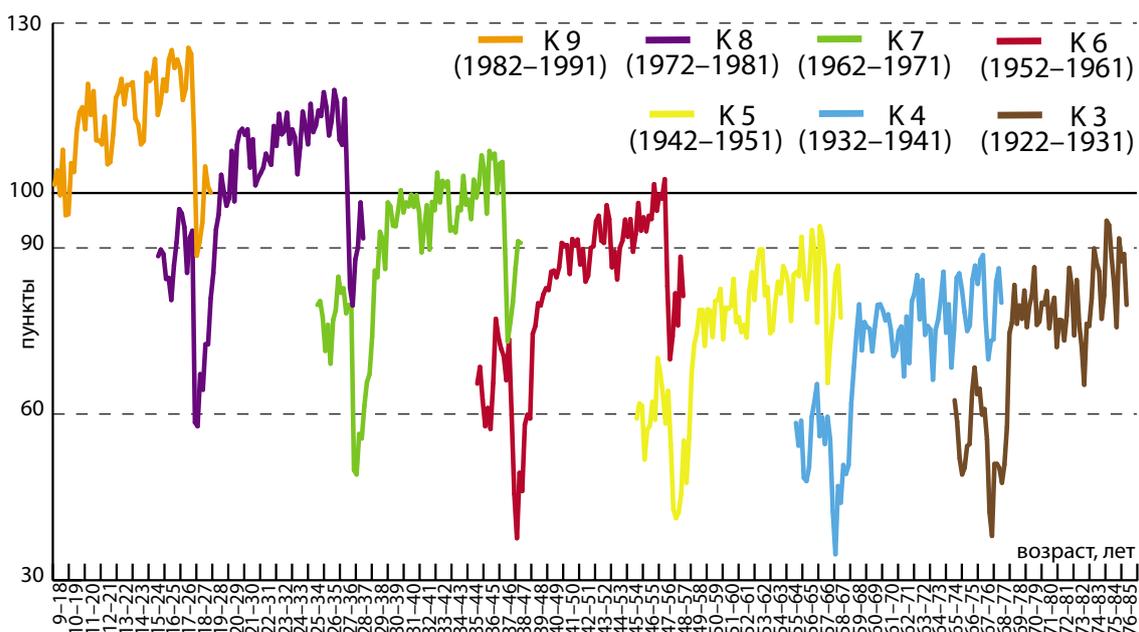


Рис. 4. Профиль ИПН по возрасту в разрезе различных когорт, 1996–2009 гг.

На основании всего вышеизложенного сформулируем нашу основную гипотезу:

Н 1. Эффект когорты в формировании потребительских ожиданий значим, но зависимость будет нелинейной, то есть приращение оптимизма и (или) пессимизма в отношении экономического и социального развития страны происходит неравномерно от одной когорты к другой.

Для проверки гипотезы сначала обратимся к самой простой модели множественной регрессии в соответствии с формулой (6), включив в неё в качестве предикторов только количественную переменную возраста и совокупность дихотомических переменных, отражающих принадлежность к когортам. Самые старшие когорты — К 1 (1902–1911) и К 2 (1912–1921) — вследствие своей малочисленности были удалены из массива. В качестве базовой категории была взята самая молодая когорта — К 9 (1982–1991). Регрессионный анализ осуществлялся на основе пошагового подхода (*stepwise regression*)²⁴.

Таблица 3

Регрессионная модель зависимости потребительских настроений от возраста и когорты
(зависимая переменная — отклонения в значениях индивидуального индекса потребительских настроений от совокупного ИПН; $N = 170\ 324$; период: 1996–2009 гг.)

Номер модели	R^2	Независимые переменные	Нестандартизованные коэффициенты		Стандартизованные коэффициенты B	t -статистика	Значимость	Степень мультиколлинеарности VIF^*	
			B	Стандартная ошибка					
1	0,086	(константа)	28,667	0,243		117,769	0,000		
		Возраст	- 0,660	0,005	- 0,293	- 126,586	0,000	1,000	
		(константа)	29,689	0,387		76,670	0,000		
		Возраст	- 0,566	0,007	- 0,251	- 77,345	0,000	1,985	
8**	0,094	<i>Принадлежность к когортам; база: К 9 (1982–1991)</i>							
		К 8 (1972–1981)	- 0,964	0,326	- 0,010	- 2,961	0,003	2,017	
		К 7 (1962–1971)	- 5,775	0,304	- 0,057	- 18,973	0,000	1,720	
		К 6 (1952–1961)	- 8,270	0,296	- 0,083	- 27,982	0,000	1,654	
		К 5 (1942–1951)	- 10,105	0,340	- 0,085	- 29,702	0,000	1,542	
		К 4 (1932–1941)	- 7,947	0,355	- 0,070	- 22,356	0,000	1,824	

* VIF (Variance Inflation Factor) — фактор роста дисперсии, значение которого, близкое к 1, свидетельствует об отсутствии мультиколлинеарности для переменной x .

** Всего было построено восемь регрессионных уравнений, в таблице 3 приведены параметры последнего уравнения (под № 8), в котором отсутствует когорта № 3 (1922–1931): программа ее исключила на основе алгоритма пошагового подхода к регрессии.

²⁴ Суть пошагового подхода состоит во включении или удалении из уравнения регрессии предикторов на основе серии F -тестов. При проверке значимости введённого фактора определяется, насколько уменьшается сумма квадратов остатков и увеличивается величина множественного коэффициента корреляции. Одновременно используется и обратный метод, то есть исключение факторов, ставших незначимыми на основе t -критерия Стьюдента. Фактор является незначимым, если его включение в уравнение регрессии только изменяет значение коэффициентов регрессии, не уменьшая значительно суммы квадратов остатков и не увеличивая их значения. Если при включении в модель соответствующего факторного признака величина множественного коэффициента корреляции увеличивается, а коэффициент регрессии не изменяется (или меняется несущественно), то данный признак существен, и его включение в уравнение регрессии необходимо.

Отклонения в значениях индивидуального индекса потребительских настроений от совокупного на 8,6% объясняются переменной возраста, при этом зависимость обратная, то есть с каждым прожитым годом оптимизм уменьшается на 0,66 пункта (см. табл. 3, уравнение 1). Включение переменной когорты повышает долю объяснённой дисперсии до 9,4% (для такого большого массива это неплохой показатель), что свидетельствует о значимости эффекта когорты. Наблюдается нелинейная зависимость, самой пессимистичной предстаёт когорта № 5 (люди 1942–1951 годов рождения), у представителей которых значения ИПН более чем на 10 пунктов ниже, чем у представителей самой молодой когорты (К 9). Затем следуют когорты № 6 (1952–1961) и № 4 (1932–1941), разрыв у которых по сравнению с базовой категорией составляет около 8 пунктов. Люди 1972–1981 годов рождения (К 8), то есть те, чьи формативные годы пришлись фактически на постсоветский период, по уровню потребительского оптимизма близки к своим самым молодым современникам. Что же касается лиц 1962–1971 годов рождения (К 7), то они по своим оценкам и ожиданиям ближе к соседствующей с ней старшей когорте, нежели к младшей. Скорее всего, это связано с тем, что эти люди, в отличие от более молодого поколения, не совсем нашли себя в новом обществе и не очень-то надеются на полную самореализацию в будущем. Находясь на этапе первой половины своего жизненного цикла либо в его середине (то есть будучи в среднем моложе 40 лет), эти люди такое несоответствие желаемого и действительного ощущают особенно остро.

Уместно обратиться к исследованию Ю. А. Левады, посвящённому анализу динамики мнений внутри выделенных им пятилетних «поколенческих» групп (когорт). Данные показывают, что именно по границе людей, родившихся в 1965–1969 гг. либо в 1960–1964 гг. (III и IV когорты у Ю. Левады), происходит смена установок по отношению к социально-экономической реальности²⁵. Например, за пять наблюдаемых им лет (1993–1998 гг.) «демонстративная ностальгия» по прошлому, выражаемая «в достаточно общей и потому универсально-привлекательной форме (“если бы всё оставалось так, как было до...”»), усилилась во всех группах, за исключением молодых. Соответствующий индекс вырос во всех когортах, начиная с III (1965–1969 г. р.), а заметно снизился только в I и II когортах (1970–1979 г. р.)» [Левада 1999: 20–21]. Также в молодых когортах преобладает предпочтение рынка (значение соответствующего индикатора меньше 100), а люди, рождённые в 1964 г. и ранее, выбирают плановую экономику, причём эти симпатии за наблюдаемые пять лет усиливались. И позитивное отношение к реформам сохраняется к 1998 г. лишь у тех, кому в этот период менее 40 лет [Левада 1999: 22]. Иными словами, именно люди, формативные годы которых пришлись на период «застоя», являются первым поколением, оказавшимся перед вызовом экономической и политической ресоциализации в 1990-е гг.

Посмотрим теперь на значимость эффекта когорты в формировании потребительских настроений, включив в уравнение более широкий спектр социально-демографических характеристик в соответствии с формулой (6). В качестве предикторов, помимо возраста и принадлежности к когортам, использовали также следующие переменные:

- пол (1 — мужской, 0 — женский);
- высшее образование (да или нет);
- проживание в Москве или Санкт-Петербурге (да или нет)²⁶;

²⁵ См. приложение, табл. ПЗ.

²⁶ Опыт измерений показывает, что именно население мегаполисов более чутко, более резко, более, так сказать, явственно реагирует на любые изменения в экономической и политической жизни страны, что отражается на динамике и темпах изменений потребительских настроений [Ибрагимова, Николаенко 2005: 51]. Именно поэтому в качестве индикатора «тип поселения» была взята переменная, отражающая проживание в одной из двух столиц.

- среднедушевой доход (взята в виде переменной децильных доходных групп, где 1 — группа с наименьшим среднедушевым доходом, 10 — с наибольшим)²⁷;
- статус занятости: работает (1) или нет (0)²⁸.

Таблица 4

Регрессионная модель зависимости потребительских настроений от социально-демографических характеристик

(зависимая переменная — отклонения в значениях индивидуального индекса потребительских настроений от совокупного ИПН; $N = 170\ 324$; период: 1996–2009; $R^2 = 0,142$)

Независимые переменные	Нестандартизованные коэффициенты		Стандартизованные коэффициенты B	t -статистика	Значимость	Степень мультиколлинеарности VIF^*
	B	Стандартная ошибка				
(константа)	11,288	0,467		24,161	0,000	
Возраст	– 0,542	0,008	– 0,241	– 70,643	0,000	2,072
Среднедушевой доход по децильным группам	3,111	0,034	0,230	91,245	0,000	1,131
Пол (мужской — 1)	0,754	0,187	0,010	4,022	0,000	1,023
Наличие высшего образования	– 1,430	0,446	– 0,008	– 3,209	0,001	1,028
Проживание в Москве или Санкт-Петербурге	– 0,828	0,337	– 0,006	– 2,457	0,014	1,069
Занятость (работает — 1)	– 0,696	0,220	– 0,009	– 3,158	0,002	1,425
<i>Принадлежность к когортам; база: К 9 (1982–1991)</i>						
К 8 (1972–1981)	– 1,592	0,352	– 0,016	– 4,525	0,000	2,179
К 7 (1962–1971)	– 5,509	0,337	– 0,055	– 16,346	0,000	1,994
К 6 (1952–1961)	– 8,100	0,328	– 0,081	– 24,676	0,000	1,944
К 5 (1942–1951)	– 10,218	0,356	– 0,087	– 28,680	0,000	1,637
К 4 (1932–1941)	– 6,980	0,358	– 0,062	– 19,502	0,000	1,826

* VIF (Variance Inflation Factor) — фактор роста дисперсии, значение которого, близкое к 1, свидетельствует об отсутствии мультиколлинеарности для переменной x .

Построенная модель объясняет 14,3% дисперсии, при этом переменная когорты остаётся значимой (см. табл. 4). Наблюдается положительная взаимосвязь потребительского оптимизма с уровнем среднедушевого дохода и полом респондента. Мужчины немного оптимистичнее женщин, при этом, как

²⁷ Предварительная проверка формы зависимости ИПН от дохода (измеренного как совокупность 10 дихотомических переменных, отражающих принадлежность к децильным группам) показала, что она является линейной, хотя и не прямо пропорциональной. Включение в регрессионную модель одной переменной, отражающей номер децильной доходной группы, является поэтому оправданным.

²⁸ Статус занятости в данном случае определялся на основе самоидентификации респондента, то есть его ответов на вопрос об основном занятии.

показывает анализ, они проявляют больше оптимизма в оценках сегодняшних реалий (личное благосостояние и ситуация на потребительском рынке), нежели в ожиданиях относительно будущего [Ибрагимова, Николаенко 2005: 42]. Влияние фактора дохода на потребительские настроения гораздо сильнее, чем других социально-демографических характеристик: переход респондента из одной в другую, более высокую децильную группу повышает оптимизм на 3,1 пункта. Такая закономерность характерна и для потребителей экономически развитых стран: чем выше уровень личного благосостояния людей, тем оптимистичнее их оценки настоящего и будущего.

Из тех предикторов, которые имеют обратную связь с зависимой переменной, наибольший коэффициент (не считая переменной когорты, которую мы рассмотрим отдельно) даёт образование. Это означает, что наличие высшего образования у респондента уменьшает в среднем оптимизм на 1,4 пункта, проживание в столицах — на 0,8, а наличие работы — на 0,7 пункта. Объяснение такой ситуации представляется следующим: люди, обладающие этими характеристиками (одной или в совокупности), как правило, более информированы (вследствие своей территориальной локализации), способны (благодаря более высокому уровню их человеческого капитала) к адекватному и грамотному анализу окружающих рыночных реалий, которые зачастую далеко не радужны, а включенность в рынок труда обеспечивает реальными знаниями о производстве, безработице, динамике доходов и об экономической ситуации в целом.

Что касается переменной когорты, то тип её взаимосвязи с уровнем потребительского оптимизма сохраняется (как и в предыдущем уравнении), то есть включение дополнительных социально-демографических характеристик не меняет нелинейный характер функции, более того, и значения коэффициентов остаются почти прежними. Если говорить о конкретных когортах, то сохраняется некоторое особенное положение людей 1962–1971 годов рождения; эти люди по своим настроениям ближе к более старшей когорте, чем к своим молодым современникам. Безусловно, каждое поколение уникально по-своему, но когорта № 7 отличается тем, что принадлежащие к ней люди практически полностью социализировались (окончание школы, армия, поступление и даже окончание вуза, начало трудовой деятельности) в рамках советских реалий, тогда как взрослая жизнь пошла уже за пределами советского строя. И нужно было найти в этом новом, фундаментально меняющемся мире «какую-то новую форму существования, потому что возникало огромное количество валентностей — экономических, социальных, карьерных. Ведь 1990-е были очень рискованным временем: с одной стороны, фантастические карьеры, с другой стороны, какие-то невероятные драмы и падения... И при этом огромное число людей были поставлены — или их поставили — в ситуацию элементарного выживания...» [Куренной 2014]. Конечно, приспособляться к новым обстоятельствам пришлось всем, но поколению, о котором идёт речь, было несколько сложнее, причиной тому — этап жизненного цикла, на котором они находились. По сути, у них возникла необходимость не только в адаптации, но и в ресоциализации, повторном самоопределении себя в новой реальности.

Обращает на себя ещё внимание отсутствие среди оставшихся переменных после выполнения пошаговой регрессии (и в первой, и во второй моделях) когорты людей 1922–1931 годов рождения. Это означает, что они по своему уровню потребительского оптимизма близки к категории, которая является базовой (в данном случае это самая молодая когорта: 1982–1991 годы рождения, К 9). Чтобы убедиться в этом, была построена дополнительная регрессионная модель, где базовой являлась К 6 (1952–1961). Такой выбор обусловлен тем, что оценки и ожидания её представителей наиболее приближены, как следует из анализа общей динамики настроений, к «среднему» уровню, то есть к значениям ИПН в целом по массиву. Как видно из таблицы П4 (см. приложение), в этом случае коэффициенты у переменных, отражающих принадлежность к самой старшей (1922–1931) и к самой молодой (1982–1991) когортам, с учётом стандартной ошибки практически равны. Это означает, что по уровню своего по-

требительского оптимизма (относительно базовой когорты) представители военного поколения и «поколения *next*» весьма близки, то есть «деды» более схожи в оценках текущих реалий и ожиданиях относительно будущего со своими внуками и правнуками, чем с детьми. Факт, безусловно, весьма любопытный и заставляет задуматься о процессе смены поколений и характере событий, пережитых ими в процессе социализации, о взаимосвязи с историческим процессом.

Дискуссия вокруг этой проблемы идёт уже несколько столетий, и исходным пунктом является вопрос о том, что первично — биологически обусловленная генеалогическая смена поколений или внешние события и обстоятельства. В большинстве работ второй половины XIX века смена поколений рассматривалась в качестве движущей силы исторического процесса, то есть как первичный фактор (О. Конт, Ж. Дромель, Дж. Милль, Г. Феррари, О. Лоренц). Альтернативная точка зрения, согласно которой смена поколений — следствие исторических событий, была впервые чётко сформулирована немецким философом В. Дальтеем в работах, опубликованных в 1860–1870-е гг. (см.: [Савельева, Полетаев 1997: 364–365]). Позже эта гипотеза была развита К. Мангеймом, рассматривающим поколения как общности, которые отражают разные этапы человеческой жизни с точки зрения социализации и наличия определённых социокультурных характеристик. Согласно достигнутому после Второй мировой войны консенсусу «подавляющее большинство исследователей склоняется к мысли о том, что поколение формируется событием, т. е. является производным исторических изменений. Вместе с тем, однажды сформировавшись, социальное поколение определяет черты конкретного периода истории, т.е. становится первичным фактором исторического процесса» [Савельева, Полетаев 1997: 366]. Но остаётся вопрос о сроках «жизни» поколений и связанных с ними циклах. В литературе распространён цикл, состоящий из двух поколений и основанный на вечном конфликте отцов и детей, хотя многие историки оперируют циклами, состоящими из четырёх поколений. Однако, как указывают И. Савельева и А. Полетаев, «к середине XX в. сформировалось понимание того, что систематическое деление исторического процесса на поколения-интервалы вряд ли приемлемо с научной точки зрения» [Савельева, Полетаев 1997: 370], но идея цикличности по-прежнему привлекает к себе внимание исследователей. В 1990-е гг. довольно большую популярность не только в научных, но и в практико-ориентированных кругах получила теория поколений, созданная экономистом и демографом Нейлом Хоувом совместно с историком и драматургом Вильямом Штраусом и изложенная в наиболее полном виде в их второй книге «The Fourth Turning» («Четвёртый поворот»; 1997).

Ключевая идея данной теории состоит в том, что общество в своей истории проходит чередующиеся этапы кризиса и подъёма, сопровождающиеся сменой поколений, каждое из которых отличается своими ценностными установками и моделями поведения. На основе анализа американского социума со времён Колумба авторы выделяют четыре архетипа, называя каждый из них «пророками», «кочевниками», «героями» и «художниками» [Strauss, Howe 1997: 105]. Одна из причин того, почему эти типы повторяются, состоит в том, что «молодое поколение пытается исправить или компенсировать те черты старшего поколения, которые кажутся ему чрезмерными у людей среднего возраста, находящихся у власти» [Исаева 2011: 292], поэтому «одно поколение не похоже на поколение, воспитавшее его, а имеет больше общего с поколением, воспитавшим поколение родителей» [Strauss, Howe 1997: 79]. Концепция довольно схематична и условна (вряд ли выделенные архетипы остаются неизменными на протяжении столетий), да и сама идея спиралевидного развития не нова, но тем не менее даёт пищу для размышлений.

Люди, родившиеся в первой половине интервала 1922–1931 гг., принадлежат к «поколению победителей» (в терминах Штрауса и Хоува — к «героям»), которое вошло в историю благодаря своему коллективному военному триумфу, для них жизнь является непрерывной борьбой за созидание, и при этом вера в идеалы «светлого будущего» непоколебима (что, конечно, связано с историческими условиями

их социализации). По уровню оптимизма, как было сказано ранее, к ним близки люди самой молодой когорты (К 9: 1982–1991) — представители поколения Миллениума, или, как их ещё обозначают, поколения Y («игрек»), *next*. Для них, выросших в эпоху высоких технологий (не случайно их порой называют «поколением большого пальца»²⁹), характерны высокая контактность, которая реализуется в социальных сетях и блогах, склонность к командной игре, несмотря на существование в виртуальной реальности, поскольку именно сети, как отмечает Н. Хоув, используются ими как инструмент создания сообществ. «Поколение Миллениума полностью перевернуло социальную задачу информационных технологий, с тем чтобы вновь обрести сообщество, группу... Они подвергаются серьёзному испытанию, потому что они все время оказываются под пристальным вниманием друг друга, чужого взгляда. Но потребность в сообществе заставляет идти на эти издержки. Они ещё очень молоды, всё работает скорее, на уровне инстинктов, которые говорят им: добиваться изменений надо эволюционным путём, на условиях взаимной поддержки и взаимной заботы. Они стремятся к консенсусу и солидарности... хотят строить, а не разрушать» [Альбац 2011]. В условиях ослабления общественных институтов и усиления кризисных явлений в экономике для возрождения страны могут вновь потребоваться «герои», и поколение Y, по мнению координатора проекта «Теория поколений в России — RuGenerations» Евгении Шамис, «может ими стать для других поколений, несмотря на то что сами не всегда хотят быть героями» [Соколова 2010]. Не случайно одной из тенденций нового времени является возникновение и активизация молодёжных движений с политическим и общественным подтекстами. Однако подробный разговор о сущностных чертах людей 1982–1991 годов рождения еще преждевременен, чтобы быть корректным: в последний год исследуемого нами периода им не было ещё и 30 лет.

Мы попытались реализовать и другой подход к выделению когорт, проанализировав влияние общественно значимых событий, пережитых людьми на протяжении своей жизни. Для этого был создан набор дихотомических переменных, которые в своей последовательности отражали каждый прожитый человеком год жизни. Значение переменной равно 1, если респондент пережил указанный год в возрасте 15 лет и старше (поэтому начальным является 1937 г., то есть тот год, когда достигли 15-летия люди самого старшего возраста в базе, родившиеся в 1922 г.³⁰), при этом учитывался ещё и год проведения опроса (например, если опрос проходил в 1997 г., то последующие годы людьми ещё не были прожиты). Всего таких переменных получилось 70 (с 1937 по 2008 г. включительно), которые вошли в регрессионную модель наряду с указанными ранее социально-демографическими характеристиками. Понятно, что в данном случае переменная, отражающая принадлежность индивида к той или иной когорте по году рождения, уже не участвовала в анализе. В ходе пошаговой регрессии многие переменные-годы автоматически (на основе проверки значимости) были удалены. Из оставшихся в конечной модели 18 переменных некоторые (как правило, близлежащие) получились «парными» вследствие высокой мультиколлинеарности. В этом случае был оставлен тот год (переменная), который в уравнениях пошаговой регрессии появлялся раньше (как правило, такая переменная имеет и более высокие значения коэффициентов в паре годов). В итоге модель выглядит так, как показано в таблице 5.

²⁹ Название связано с привычкой набирать эсмэски одним большим пальцем руки, в которой находится мобильный телефон.

³⁰ Годы детства исходя из содержательно-концептуальных предпосылок нами не учитывались.

Таблица 5

Регрессионная модель зависимости потребительских настроений от социально-демографических характеристик и пережитых событий
 (зависимая переменная — отклонения в значениях индивидуального индекса потребительских настроений от совокупного ИПН; $N = 170\ 324$; период: 1996–2009, $R^2 = 0,143$)

Независимые переменные	Нестандартизованные коэффициенты		Стандартизованные коэффициенты B	t -статистика	Значимость	Степень мультиколлинеарности VIF *
	B	Стандартная ошибка				
(константа)	12,468	0,619		20,133	0,000	
Возраст	– 0,648	0,025	– 0,288	– 25,700	0,000	22,418
Среднедушевой доход по децильным группам	3,105	0,034	0,229	91,109	0,000	1,131
Пол (мужской — 1)	0,760	0,187	0,010	4,056	0,000	1,024
Наличие высшего образования	– 1,646	0,452	– 0,009	– 3,645	0,000	1,057
Проживание в Москве или Санкт-Петербурге	– 0,825	0,337	– 0,006	– 2,449	0,014	1,069
Занятость (работает — 1)	– 0,562	0,220	– 0,007	– 2,550	0,011	1,428
<i>Пережитые годы в возрасте от 15 лет и старше</i>						
1939	5,307	0,873	0,016	6,080	0,000	1,226
1945	3,831	0,632	0,026	6,060	0,000	3,292
1948	3,602	0,618	0,029	5,830	0,000	4,378
1953	2,512	0,504	0,025	4,981	0,000	4,442
1958	2,601	0,492	0,029	5,286	0,000	5,351
1967	– 1,240	0,421	– 0,015	– 2,945	0,003	4,873
1973	– 1,012	0,400	– 0,013	– 2,528	0,011	4,705
1982	– 1,984	0,444	– 0,024	– 4,469	0,000	5,227
1986	– 1,949	0,453	– 0,022	– 4,305	0,000	4,779
2005	0,743	0,265	0,008	2,810	0,005	1,438

* VIF (Variance Inflation Factor) — фактор роста дисперсии, значение которого, близкое к 1, означает отсутствие мультиколлинеарности для переменной x .

Обращает на себя внимание следующее: (1) положительные значения коэффициентов первых пяти годов-переменных (1939–1958), затем довольно резкий спад и уход в область отрицательных значений и восстановление позитивной связи с зависимой переменной в 2005 г. Это означает, что люди, пережившие события 1939–1958 гг. в возрасте 15 лет и старше (то есть люди 1924–1943 годов рождения), по уровню своего потребительского оптимизма выше, чем последующие когорты; (2) максимальное положительное влияние на оценки людьми настоящего и будущего имеют годы, так или иначе связанные с военным периодом нашей истории: 1939 г. — расширение западных границ СССР, начало Второй мировой войны, советско-германский пакт о ненападении, советско-финская война; 1945 г. — историческая победа в Великой Отечественной войне; 1948 г. — трудно выделить какое-то знаковое событие, но общая обстановка так или иначе была связана с начавшейся чуть ранее «холодной войной»;

(3) в группе годов, негативно влияющих на уровень потребительского оптимизма, выделяются 1982 г. и 1986 г.: первый из них ассоциируется с агонизирующим этапом эпохи «застоя» и смертью Л. И. Брежнева, а второй — с началом кардинально нового периода, вошедшего в историю под названием «перестройка»; (4) из всего постсоветского периода в регрессионной модели присутствует только 2005 г., причём с положительным коэффициентом, и это не случайно: по многим экономическим параметрам он был знаковым, например, в сфере личных денежных доходов населения был достигнут уровень 1991 г. (в реальном выражении), объём ВВП сравнялся с соответствующим показателем дореформенного года и т. д.³¹

Основываясь на близости значений коэффициентов переменных, отражающих влияние пережитых людьми годов (в возрасте 15 лет и старше) на уровень потребительского оптимизма, можно попытаться эмпирически выделить поколения как «форму социальной связи и фокус символической солидарности действующих индивидов» [Дубин 2005: 63]. В определении понятия «поколение», данном Б. В. Дубиным, акцентируется внимание именно на социологической трактовке термина, подразумевающей группу людей, родившихся в одно время и имеющие общий жизненный опыт, ориентации или настроения. Это тот компонент, который, как указывает В. Семёнова, отличает понимание данного термина от демографического понятия «когорты» как «людей, рождённых в одно время и составляющих структуру населения» [Семёнова 2005: 81]. Иными словами, важна не просто временная, но, по К. Мангейму, «историческая локализация» общности. Подход к дифференциации поколений, основанный не на возрастных различиях, а на взаимосвязи с историческими событиями или процессами, представляется поэтому абсолютно оправданным: «Естественно, что границы между такими условными поколениями будут размытыми, но основным критерием будет эффект влияния исторического события на большинство генерации, родившейся на протяжении определённых десятилетий» [Семёнова 2005: 83]. Подчёркнём, что мы оставляем за рамками нашего внимания в данном исследовании анализ специфики каждого поколения (он требует комплексного эмпирического изучения) и остановимся лишь на одной его составляющей, связанной с общеэкономическими настроениями.

Первое наблюдаемое поколение образуется историческими событиями 1939–1948 гг., которые, будучи пережитыми людьми в возрасте 15 лет и старше, положительно влияют на уровень потребительского оптимизма. Соответственно это люди 1922–1933 годов рождения³². Их формативные годы пришлись на предвоенный и военный периоды, которые с точки зрения условий социализации, как отмечает Н. Головин, можно считать довольно однородными, требующими постоянной мобилизации и дисциплинирования общества [Головин 2004: 132]. В. Семёнова, основываясь на «исторической локализации жизненного опыта» индивидов, называет их «околовоенным» поколением, прошедшим все тяготы этого времени, но оставшимся верным идеалам коммунистического строительства, отличающимся эмоциональным отношением к Родине (речь идёт о смысловом замещении властного символа «государство» символом «Родина» как конструкта массового сознания), а также идентифицирующим себя с социальным целым [Семёнова 2005: 94]. Правда, определяемые ею временные рамки этого поколения чуть шире: 1920 г. — первая половина 1940-х гг. [Семёнова 2005: 88]. Н. Головин называет это поколение «поколением защитников Родины» и относит к нему когорты 1919–1933 годов рождения, отмечая высокую степень их политического единства [Головин 2004: 133–134].

Следующее поколение формируется историческими событиями 1950-х — первой половины 1960-х гг. (в регрессионную модель вошли 1953 и 1958 гг. из этого периода, причём с положительным знаком). Соответственно это люди 1934–1951 годов рождения³³, то есть те, кто пережил войну в детстве (только

³¹ См.: [Андрущак et al. 2011: 10–12].

³² К этому поколению, скорее всего, принадлежат и люди более старшего возраста (родившиеся раньше 1922 г.), однако в имеющейся базе их доля чрезвычайно мала, поэтому конкретный разговор в данном случае затруднителен.

³³ Верхнюю границу интервала точно определить сложно; ясно только, что люди, которым в 1967 г. было 15 лет (то есть родившиеся в 1952 г.), сюда уже не входят (если судить по значениям коэффициентов регрессионной модели).

часть входящих в это поколение когорт), и чья социализация пришлась в основном на период оттепели. С одной стороны, они «меньше поражены экзистенциальным страхом военных лет и в меньшей степени затронуты сталинским дисциплинированием общества» [Головин 2004: 135]; с другой — это поколение больше внутренне дифференцировано, «фрагментировано по своему социальному опыту... самое духовно активное и рефлексизирующее поколение как относительно себя и своего места в обществе, так и относительно общества в целом» [Семёнова 2005: 99]. Влияние пережитых ими в формативный период исторических годов на уровень потребительских настроений положительно, но этот оптимизм более «тихий» в отличие от предыдущего поколения.

Третье наблюдаемое поколение образуется событиями второй половины 1960-х — 1970-х гг. и объединяет когорты 1952–1966 годов рождения. Многие исследователи называют его поколением «застоя», хотя временные границы входящих в него когорт могут и немного различаться: Левада относит к ним родившихся с середины 1940-х до конца 1960-х гг. (1944–1968) [Левада 2005: 44], Головин — людей 1953–1964 годов рождения [Головин 2004: 144]. Наиболее точной характеристикой времени, на которое пришлась социализация этого поколения, является, пожалуй, выражение «никаких перемен». Неудивительно, что влияние этого исторического периода на уровень потребительского оптимизма людей, переживших его в свои формативные годы, предстаёт негативным, хотя и в меньшей степени, чем последующий исторический период.

Новая историческая реальность эпохи перестройки сформировала и соответствующее поколение, объединяющее людей 1967–1972 годов рождения. (Эти границы определены нами на основании близости значений коэффициентов переменных, представляющих годы, пережитые людьми в возрасте от 15 лет.) Детство этих людей пришлось на спокойный и в определённой степени социально защищённый период «застоя», а наиболее важные для социализации юношеские и ранние взрослые годы — уже на период перестройки. Иными словами, в жизненном опыте этих людей «в качестве смыслового ядра всегда остаётся “сравнение”» [Семёнова 2005: 100]. На основе изучения лексических форм самопрезентации поколения (свободных высказываний представителей поколения относительно своего поколения) В. Семёнова делает вывод о том, что этой генерации присущи синдромы раннего разочарования и ностальгии по прошлому: «В коллективном сознании не отрефлексированы цели собственного (или коллективного) дальнейшего движения. Это привело к раннему психологическому кризису, вследствие которого наметился поворот к более понятным целям прошлого, доперестроечного периода» [Семёнова 2005: 102]. Вместе с тем люди этого поколения деятельны, активны, предприимчивы, неплохо приспособились к изменившимся условиям, добившись определённого успеха в жизни. Но порой «они не понимают ни того, за что борются, ни того, что выйдет из их усилий» [Семёнова 2005: 102]. Видимо, этой «потерянностью» и объясняется отрицательный максимум влияния пережитых ими годов в процессе социализации на уровень потребительских настроений.

В регрессионной модели из последующих годов присутствует только 2005-й, причём влияние его на зависимый показатель положительно, а разница в значениях нестандартизованных коэффициентов с предыдущей переменной-годом довольно значительна (2,7 пункта). Это позволяет говорить о новом поколении людей, время рождения которых относится к середине 1980-х — началу 1990-х гг. В литературе их называют «поколение относительной стабилизации» (Н. Головин) или «послеперестроечное поколение» (В. Семёнова), чья социализация пришлась на относительно благополучный период 2000-х гг. Людей этой генерации отличают «ясное представление о целях своей социальной активности как созидательной, самостоятельной деятельности, направленной на достижение личного успеха и благополучия», «ориентация на гедонизм и раскрепощённость», «активистская окраска патриотизма вместо пассивно окрашенной “любви и преданности”» [Семёнова 2005: 104].

Возникает вопрос о поколении людей, рождённых в 1973 г. — первой половине 1980-х гг., чьи годы активной социализации (конец 1980-х–1990-е гг.) оказались не включёнными в регрессионную модель.

Причины отсутствия этих годов в уравнении пока не очень понятны, но ясно, что речь идёт о людях, формирование личности которых пришлось на период постсоветской кризисной трансформации общества. Они в основном привержены принципам рынка и экономической конкуренции, а советское прошлое для них просто незначимо [Левада 2005: 59].

Заключение

Цель данной работы состояла в том, чтобы выявить влияние эффекта когорты на формирование потребительских настроений. Под эффектом когорты понимаются различия в условиях социализации и жизненном опыте людей, аккумулированные на массовом уровне. Наша основная гипотеза (H 1) подтвердилась: принадлежность индивида к когорте действительно выступает одной из значимых детерминант потребительских настроений, однако обнаруженный нелинейный характер связи означает, что приращение оптимизма и пессимизма в отношении экономического и социального развития страны происходит неравномерно от одной когорты к другой.

Регрессионный анализ показывает, что самой пессимистичной (при контроле других социально-демографических факторов) предстает когорта людей 1942–1951 годов рождения, тогда как представители самой старшей когорты в выборке (1922–1931 годы рождения) гораздо оптимистичнее и в этом смысле более схожи в своих оценках текущих реалий и ожиданиях относительно будущего со своими внуками и правнуками, чем с детьми. Подчеркнём, что речь идёт не столько о характеристике когорт как оптимистичных или пессимистичных, сколько об исторических ситуациях, располагающих соответственно к оптимизму и (или) пессимизму. К примеру, оптимизм людей 1922–1931 годов рождения, думается, во многом связан с тем, что, пройдя все тяготы и лишения, связанные с войной, и выжив в этих условиях, они настолько укрепили свою закалку, что никакие последующие события не могли поколебать эту позитивную составляющую мировоззрения³⁴. Обнаруживается и особое положение людей 1962–1971 годов рождения, которые практически полностью социализировались (окончание школы, армия, поступление и даже окончание вуза, начало трудовой деятельности) в рамках советских реалий, тогда как их взрослая жизнь пришлась уже на постсоветский период. Люди этой когорты по своим оценкам и ожиданиям ближе к соседствующей с ней старшей когорте, нежели к младшей.

В начале статьи уже говорилось о теоретических подходах к проблеме поколений и трудностях их эмпирической дифференциации. Включение в регрессионную модель в качестве предикторов переменных, отражающих пережитые людьми (в возрасте 15 лет и старше) годы в их хронологической последовательности, позволило не только выявить влияние исторических событий на формирование потребительских настроений, но и попытаться на этой основе определить временные границы поколений. Изначально это не входило в список наших задач, однако исследование показало, что такой индикатор, как индекс потребительских настроений, может быть одним из инструментов её решения. Дальнейшее направление исследований видится нам именно в верификации выделенных границ поколений с помощью дополнительных индикаторов (например, отражающих социально-психологические и политические аспекты) и в анализе специфики генераций («паттерна поколений») на основе привлечения различных социологических данных (как количественных, так и качественных), исторических свидетельств и других источников.

³⁴ Напомним, что речь идёт о «чистом» эффекте когорты, с учётом возраста, конечно, потребительские настроения этих людей (1922–1931 годы рождения) пессимистичнее.

Приложение³⁵

Таблица П1

Результаты оценки регрессионных уравнений для совокупного индекса потребительских настроений (сезонно сглаженные переменные)

	Уравнение 1	Уравнение 2	Уравнение 3
Период оценивания	01.1997– 06.2010	01.1997– 06.2004	07.2004– 06.2010
Независимые переменные	Coeff./t-st.	Coeff./t-st.	Coeff./t-st.
Const.	110,3 86,5	107,4 54,8	103,6 28,4
Отношение официального числа безработных к числу зарегистрированных свободных мест	– 4,72 – 12,0	– 4,51 – 9,9	– 7,04 – 5,8
Выпуск пяти базовых отраслей, 12-месячные темпы прироста	0,84 9,0	0,56 3,9	1,36 17,8
Индекс потребительских цен, 12-месячные темпы прироста	– 0,34 – 14,2	– 0,30 – 12,8	0,72 3,5
R^2	0,826	0,856	0,885
DW (коэффициент Дарбина—Уотсона)	0,4	0,6	1,2

Таблица П2

Результаты оценки регрессионных уравнений для индекса произошедших изменений в материальном положении потребителей (сезонно сглаженные переменные)

	Уравнение 1	Уравнение 2	Уравнение 3
Период оценивания	01.1997– 06.2010	01.1997– 06.2004	07.2004–06.2010
Независимые переменные	Coeff./t-st.	Coeff./t-st.	Coeff./t-st.
Const.	66,5 56,4	60,9 49,6	79,26435 36,5
Реальные личные располагаемые доходы на душу населения, 12-месячные темпы прироста	1,37 14,4	1,34 14,7	0,732 3,7
R^2	0,565	0,712	0,161
DW (коэффициент Дарбина—Уотсона)	0,4	0,6	0,3

³⁵ Регрессионные модели, представленные в таблицах П1, П2, рассчитаны С. А. Николаенко.

Таблица ПЗ

Динамика социальных установок по пятилетним когортам *

Пятилетние когорты*	Согласны ли Вы, что лучше было бы... как до 1985 г.? Индекс**			План или рынок? (Какая экономическая система кажется Вам более правильной?) Индекс***			Нужно ли продолжать реформы? Индекс****		
	1993 г.	1998 г.	Изменение	1993 г.	1998 г.	Изменение	1993 г.	1998 г.	Изменение
I. 1975–1979 г. р. (К 8)	98	81	– 17	77	82	+ 5	110	129	+ 19
II. 1970–1974 г. р. (К 7, К 8)	96	80	– 16	59	67	+ 8	137	124	– 13
III. 1965–1969 г. р. (К 7)	80	110	+ 30	89	76	– 7	138	104	– 34
IV. 1960–1964 г. р. (К 6, К 7)	88	98	+ 10	94	110	+ 16	137	101	– 36
V. 1955–1959 г. р. (К 6)	97	119	+ 22	95	104	+ 9	129	105	– 24
VI. 1950–1954 г. р. (К 5, К 6)	89	106	+ 17	102	121	+ 19	139	89	– 50
VII. 1945–1949 г. р. (К 5)	128	121	– 7	109	136	+ 27	125	92	– 33
VIII. 1940–1944 г. р. (К 4, К 5)	129	140	+ 11	135	144	+ 9	109	86	– 23
IX. 1935–1939 г. р. (К 4)	127	140	+ 13	121	155	+ 34	116	76	– 40
X. 1930–1934 г. р. (К 3, К 4)	136	150	+ 14	125	118	– 7	104	67	– 37
XI. 1925–1929 г. р. (К 3)	131	139	+ 8	119	154	+ 35	109	81	– 28

Источник: [Левада 1999: 21].

* Когорты, как у Ю. Левады, обозначены римскими цифрами; в скобках указаны номера когорт, выделенных в нашем исследовании.

** Индекс = «согласен» (%) – «не согласен» (%) + 100.

*** Индекс = % предпочитающих плановую экономику – % предпочитающих рыночную экономику + 100.

**** Индекс = «продолжать» (%) – «прекратить» (%) + 100.

Таблица П4

Регрессионная модель зависимости потребительских настроений от социально-демографических характеристик

(зависимая переменная — отклонения в значениях индивидуального индекса потребительских настроений от совокупного ИПН; $N = 170\ 324$; период: 1996–2009, $R^2 = 0,142$)

Независимые переменные	Нестандартизованные коэффициенты		Стандартизованные коэффициенты B	t -статистика	Значимость	Степень мультиколлинеарности VIF^*
	B	Стандартная ошибка				
(константа)	3,526	0,997		3,537	0,000	
Возраст	– 0,550	0,021	– 0,244	– 26,377	0,000	15,278
Среднедушевой доход по децильным группам	3,111	0,034	– ,230	91,245	0,000	1,131
Пол (мужской — 1)	0,753	0,188	– 0,010	4,017	0,000	1,023
Наличие высшего образования	– 1,460	0,452	– 0,008	– 3,229	0,001	1,058
Проживание в Москве или Санкт-Петербурге	– 0,827	0,337	– 0,006	– 2,456	0,014	1,069
Занятость (работает — 1)	– 0,689	0,221	– 0,009	– 3,118	0,002	1,434
<i>Принадлежность к когортам; база – К 6 (1952–1961)</i>						
К 9 (1982–1991)	7,876	0,663	–0,058	11,870	0,000	4,189
К 8 (1972–1981)	6,360	0,512	0,063	12,413	0,000	4,620
К 7 (1962–1971)	2,518	0,365	0,025	6,890	0,000	2,344
К 5 (1942–1951)	– 2,047	0,390	– 0,017	– 5,246	0,000	1,963
К 4 (1932–1941)	1,270	0,535	0,011	2,373	0,018	4,083
К 3 (1922–1931)	8,346	0,712	0,061	11,717	0,000	4,800

* VIF (Variance Inflation Factor) — фактор роста дисперсии, значение которого, близкое к 1, свидетельствует об отсутствии мультиколлинеарности для переменной x .

Литература

- Альбац Е. 2011. Они выросли в циничной среде. Историк Нейл Хоув — The New Times. *The New Times*. 02 (197). 24 января. URL: <http://newtimes.ru/articles/detail/33302>
- Андрущак Г. В. et al. (авторский коллектив, руководитель Ясин Е. Г.). 2011. *Уровень и образ жизни населения России в 1989–2009 годах*: докл. к XII Международной научной конференции по проблемам развития экономики и общества, Москва, 5–7 апреля 2011 г., Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики». М.: Изд. дом ВШЭ.
- Воронков В. 2005. Проект «шестидесятников»: движение протеста в СССР. В сб.: Левада Ю. А., Шанин Т. (ред.). *Отцы и дети: поколенческий анализ современной России*. М.: Новое Литературное обозрение; 168–200.
- Глотов М. Б. 2004. Поколение как категория социологии. *Социологические исследования*. 10: 42–49.
- Головин Н. Л. 2004. *Теоретико-методологические основы исследования политической социализации*. СПб.: Издательство СПбГУ.
- Дубин Б. В. 1995а. О поколенческом механизме социальных сдвигов. В сб.: Заславская Т. И. (отв. ред.). *Куда идёт Россия? Альтернативы общественного развития*. М.: Аспект-Пресс; 237–247.
- Дубин Б. В. 1995b. Социальный статус, культурный капитал и разрыв поколений. *Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены*: 1: 12–16.
- Дубин Б. В. 2005. Поколение: смысл и границы понятия. В сб.: Левада Ю. А., Шанин Т. (ред.). *Отцы и дети: поколенческий анализ современной России*. М.: Новое Литературное обозрение; 61–79.
- Ибрагимова Д. Х. 2014. Когортный анализ потребительских ожиданий населения России (1996–2010): теоретико-методологические основы исследования. *Экономическая социология*. 15 (2): 99–118. URL: http://ecsoc.hse.ru/data/2014/03/31/1317148973/ecsoc_t15_n2.pdf#page=99
- Ибрагимова Д. Х., Николаенко С. А. 2005. *Индекс потребительских настроений*. М.: Поматур.
- Инглехарт Р. 1997. Постмодерн: меняющиеся ценности и изменяющиеся общества. *Политические исследования*. 4: 6–32.
- Исаева М. А. 2011. Поколения кризиса и подъёма в теории В. Штрауса и Н. Хоува. *Знание. Понимание. Умение*. 3: 290–295.
- Кесельман Л. Е., Мацкевич М. Г. 1998. Межгенерационный сдвиг индивидуального оптимизма/пессимизма в современном российском обществе. *Журнал социологии и социальной антропологии*. 1 (2): 113–120.
- Куренной В. 2014. От 1990-х к 2000-м: пути и путь. Новая дискуссия на «Гефтере» философа и публициста Бориса Межуева и культуролога, философа Виталия Куренного. *Гефтер*. 05.02. URL: <http://gefter.ru/archive/11257>
- Левада Ю. А. 1999. Пятилетние группы — пятилетние сдвиги (опыт ретроспективного анализа). *Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены*. 2: 19–24.

- Левада Ю. А. 2000. Человек приспособленный. В кн.: Левада Ю. *От мнений к пониманию: социологические очерки 1993–2000*. М.: Московская школа политических исследований; 467–488.
- Левада Ю. А. 2005. Поколения XX века: возможности исследования. В сб.: Левада Ю. А., Шанин Т. (ред.). *Отцы и дети: поколенческий анализ современной России*. М.: Новое Литературное обозрение; 39–60.
- Левада Ю., Шанин Т. 2005. *Отцы и дети: поколенческий анализ современной России*. М.: Новое Литературное обозрение.
- Науэн М. С. 2006. Метод когортного анализа в социологии. *Журнал социологии и социальной антропологии*. 9 (3): 137–144.
- Савельева И. М., Полетаев А. В. 1997. Смена поколений. В кн.: Савельева И. М., Полетаев А. В. *История и время: в поисках утраченного*. М.: Языки русской культуры; 360–371.
- Семёнова В. В. 2005. Современные концепции и эмпирические подходы к понятию «поколение» в социологии. В сб.: Левада Ю. А., Шанин Т. (ред.). *Отцы и дети: поколенческий анализ современной России*. М.: Новое Литературное обозрение; 80–107.
- Соколова Н. 2010. Поколение Игрек. *Профиль*. 34 (685) 20 сентября. URL: <http://www.profile.ru/archive/item/58878>
- Урланис Б. Ц. 1968. *История одного поколения. Социально-демографический очерк*. М.: Мысль.
- Шанин Т. 1997. Постскрипtum: Вопросы выбора. В кн.: Шанин Т. *Революция как момент истины: Россия 1905–1907 — 1917–1922 годы*. Пер. с англ. Е. М. Ковалёва. М.: Весь Мир.
- Шанин Т. 2005. История поколений и поколенческая история. В сб.: Левада Ю. А., Шанин Т. (ред.). *Отцы и дети: поколенческий анализ современной России*. М.: Новое Литературное обозрение; 17–39.
- Abramson P. R. 2011. Critiques and Counter-Critiques of the Postmaterialism Thesis: Thirty-four Years of Debate. *CSD Working Papers*, Center for the Study of Democracy, UC Irvine. URL: <http://escholarship.org/uc/item/3f72v9q4>
- Adams F. 1964. Consumer Attitudes, Buying Plans, and Purchases of Durable Goods: A Principal Components, Time Series Approach. *The Review of Economics and Statistics*. 46 (4): 347–355.
- Attanasio O. P. 1998. Cohort Analysis of Saving Behavior by U.S. Households. *The Journal of Human Resources*. 33 (3). Summer: 575–609.
- Baghestani H. 1992. Survey Evidence on the Muthian Rationality of Inflation Forecasts of US consumers. *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*. May: 173–186.
- Baltes P. 1987. Theoretical Propositions of Life-Span Developmental Psychology: On the Dynamics Between Growth and Decline. *Developmental Psychology*. 2.1 (5): 611–626.
- Baltes P. B., Reinert G. 1969. Cohort Effects in Cognitive Development of Children as Revealed by Cross-sectional Sequences. *Developmental Psychology*. 1 (2): 169–177.

- Blossfeld H.-P. 1986. Career Opportunities in the Federal Republic of Germany: A Dynamic Approach to the Study of Life-Course, Cohort, and Period Effects. *European Sociological Review*. 2 (3). December: 208–225.
- Brim O. G., Jr. 1966. Socialization through the Life-Cycle. In: Brim O. G., Jr., Wheeler S. (eds). *Socialization after Childhood: Two Essays*. New York: Wiley; 1–49.
- Brim O. G., Jr., Kagan J. 1980. Constancy and Change: A View of the Issues. In: Brim O. G., Jr., Kagan J. (eds) *Constancy and Change in Human Development*. Cambridge, MA: Harvard University Press; 1–25.
- Carroll C. 2003. Macroeconomic Expectations of Households and Professional Forecasters. *The Quarterly Journal of Economics*. 118 (1): 269–298.
- Carroll C., Dunn W. 1997. Unemployment Expectations, Jumping (S, s) Triggers, and Household Balance Sheets. Eds B. S. Bernanke, J. Rotemberg. *NBER Macroeconomics Annual*. 12: 165–230. URL: <http://www.nber.org/chapters/c11039.pdf>
- Carroll C., Fuhrer J., Wilcox D. 1994. Does Consumer Sentiment Forecast Household Spending? If So, Why? *The American Economic Review*. 84 (5): 1397–1408.
- Curtin R. 2000. *The Structure of Consumer Confidence: Comparisons between the United States and Russia*. URL: <http://www.sca.isr.umich.edu/fetchdoc.php?docid=24781>
- Curtin R. 2002. *Surveys of Consumers: Theory, Methods, and Interpretation*. NABE 44th Annual Meeting. September 30. Washington, DC. URL: <http://www.sca.isr.umich.edu/fetchdoc.php?docid=26396>
- Curtin R. 2003. Unemployment Expectations: The Impact of Private Information on Income Uncertainty. *Review of Income and Wealth*. 49 (4): 539–554.
- Curtin R. 2010. Inflation Expectations: Theoretical Models and Empirical Tests. In: Sinclair P. (ed.). *Inflation Expectations*. London: Routledge; 34–61.
- Dalton R. 1977. Was There A Revolution?: A Note on Generational Versus Life Cycle Explanations of Value Differences. *Comparative Political Studies*. 9 (4): 459–473.
- Das M., Soest A. van. 2000. *Expected Versus Realized Income Expectations: A Test of the Rational Expectations Hypothesis*. URL: <http://fmwww.bc.edu/RePEc/es2000/1750.pdf>
- Deaton A., Paxson C. 1994. Saving, Aging, and Growth in Taiwan. In: Wise D. (ed.). *Studies in the Economics of Aging*. Chicago: University of Chicago Press; 331–362.
- Easaw J., Garratt D., Heravi S. 2005. Does Consumer Sentiment Accurately Forecast UK Household Consumption? Are There Any Comparisons To Be Made With The US? *Journal of Macroeconomics*. 27: 517–532.
- Giuliano P., Spilimbergo A. 2013. Growing up in a Recession. *The Review of Economic Studies* (Advance Access published December 25, 2013). URL: <http://restud.oxfordjournals.org/content/early/2013/12/25/restud.rdt040.full.pdf>

- Glenn N. 1980. Values, Attitudes and Beliefs. In: Brim O. G., Jr., Kagan J. (eds) *Constancy and Change in Human Development*. Cambridge, MA: Harvard University Press; 596–640.
- Glenn N. 2005. *Cohort Analysis*. 2nd rev. ed. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications (Quantitative Applications in the Social Sciences Series).
- Grant A. P., Thomas L. B., Jr. 1999. Inflationary Expectations and Rationality Revisited. *Economic Letters*. 62: 331–338.
- Halvorsen E. 2003. *A Cohort Analysis of Household Saving in Norway*. Discussion Papers No. 354. August 2003 Statistics Norway, Research Department. URL: <http://www.ssb.no/a/publikasjoner/pdf/DP/dp354.pdf>
- Heckman J., Robb R. 1985. Using Longitudinal Data to Estimate Age, Period and Cohort Effects in Earnings Equations. In: Mason W. M., Fienberg S. E. (eds) *Cohort Analysis in Social Research*. New York: Springer; 137–150.
- Heim J. 2010. The Impact of Consumer Confidence on Consumption and Investment Spending. *The Journal of Applied Business and Economics*. 11 (2). August: 37–54.
- Howrey P. 2001. The Predictive Power of the Index of Consumer Sentiment. *Brookings Papers on Economic Activity*. 1: 175–216.
- Inglehart R. 1990. *Culture Shift in Advanced Industrial Society*. Princeton: Princeton University Press.
- Juster T., Wachtel P. 1972. Anticipatory and Objective Models of Durable Goods Demand. *The American Economic Review*. 62 (4): 564–579.
- Kapteyn A., Alessie R., Lusardi A. 2005. Explaining the Wealth Holdings of Different Cohorts: Productivity Growth and Social Security. *European Economic Review*. 49 (5). July: 1361–1391.
- Katona G. 1951. *Psychological Analysis of Economic Behaviour*. New York: McGraw-Hill.
- Katona G. 1968. Consumer Behavior: Theory and Findings on Expectations and Aspirations. *The American Economic Review*. 58 (2). Papers and Proceedings of the Eightieth Annual Meeting of the American Economic Association (May, 1968); 19–30.
- Katona G. 1975. *Psychological Economics*. New York: Elsevier.
- Kwan A., Cotsomitis J. 2004. Can Consumer Attitudes Forecast Household Spending in the United States? Further Evidence from the Michigan Survey of Consumers. *Southern Economic Journal*. 71 (1). July: 136–144.
- Lahiri K., Zhao Y. 2013. *Determinants of Consumer Sentiment: Evidence from Household Survey Data*. Discussion Papers from University at Albany, SUNY, Department of Economics. URL: <http://EconPapers.repec.org/RePEc:nya:albaec:13-12>
- Ludvigson S. 2004. Consumer Confidence and Confidence Spending. *Journal of Economic Perspectives*. 18 (2): 29–50.

- Mannheim K. 1952. The Problem of Generations. In: Mannheim K. (ed.). *Essays on the Sociology of Knowledge*. New York: Oxford University Press; 276–321.
- Mason K. O. et al. 1973. Some Methodological Issues in Cohort Analysis of Archival Data. *American Sociological Review*. 38 (2): 242–258.
- Mishkin F. et al. 1978. Consumer Sentiment and Spending on Durable Goods. *Brookings Papers on Economic Activity*. 1: 217–232.
- Moylan C. 2010. Cyclical Indicators for the United States. *Third International Seminar on Early Warning and Business Cycle Indicators*. Moscow, Russian Federation, November 17–19. URL: http://www.bea.gov/papers/pdf/US_Cyclical_Indicators_Moscow.pdf.
- Noble N., Windsor Fields T. 1982. Testing the Rationality of Inflation Expectations Derived from Survey Data: A Structure-Based Approach. *Southern Economic Journal*. 49 (2): 361–373.
- O'Brien R. M., Hudson K., Stockard J. 2008. A Mixed Model Estimation of Age, Period, and Cohort Effects. *Sociological Methods & Research*. 36: 402–428.
- Ryder N. 1965. The Cohort as a Concept in the Study of Social Change. *American Sociological Review*. 30 (6): 843–861.
- Sasaki M., Suzuki T. 1987. Changes in Religious Commitment in the United States, Holland, and Japan. *American Journal of Sociology*. 92: 1055–1076.
- Shorrocks A. F. 1975. The Age-Wealth Relationship: A Cross Section and Cohort Analysis. *Review of Economics and Statistics*. 57 (2). May: 155–163.
- Souleles N. 2004. Expectations, Heterogeneous Forecast Errors, and Consumption: Micro Evidence Form. The Michigan Consumer Sentiment Surveys. *Journal of Money, Credit and Banking*. 36 (1). February: 39–72.
- Strauss W., Howe N. 1997. *The Fourth Turning: An American Prophecy — What the Cycles of History Tell Us About America's Next Rendezvous with Destiny*. New York: Broadway Books.
- Thomas L. B., Jr. 1999. Survey Measures of Expected U.S. Inflation. *Journal of Economic Perspectives*. 13 (4): 125–144.

NEW TEXTS

Dilyara Ibragimova

Consumer Expectations of Russian Population (1996–2009): How are Cohort, Generation and Age Related?

IBRAGIMOVA, Dilyara

Khanifovna — Candidate of Sciences in History, Associate Professor, Deputy Head, Department of Economic Sociology; Senior Research Fellow, Laboratory for Studies in Economic Sociology, National Research University Higher School of Economics. Address: 20 Myasnitskaya str., Moscow, 101000, Russian Federation.

Email: dibragimova@hse.ru

Abstract

The research deals with the analysis of consumer expectations of Russian population, which are mediated by many socio-demographic characteristics: income, age, education, place of residence, sex, etc. The paper points up the influence on variable “age” because it is rather complex itself. First, actual age represents biological characteristics. Second, “age” represents a unique birth cohort in terms of socialization and formation of life experience. Finally, all ages feature influence by a time period effect that reflects the socio-political, economic, and informational phenomena of the macro environment. Solving the problem of “identification” (i. e. the separation of these three effects), which inevitably arises in case of cohort analysis, is based on theoretical views concerning the character of consumer expectations

and the results of empirical testing. Its point is that the aggregated Consumer Sentiment Index (CSI) reflects the general socio-economic situation in a country at a certain time and allows us to use the CSI as a distillation of a specific time moment. The information base of research is the data of consumer survey although not the panel, but conducted over a 15-year period on the same methodology and sample. All 79 waves of cross-section data (from May 1996 to September 2009) were converted into a “quasi-longitudinal design”, the total sample of dataset was 182,507 respondents. The regression analysis demonstrates that belonging to a cohort actually determines significantly consumer sentiments. However, the nonlinear correlation describing such dependence showed that an increase of optimism/pessimism in respect for the economic and social development of the country happens non-uniformly from one cohort to another. In addition, the article attempts to implement approach to differentiation of generations, is not based on age differences, and the relationship with historical events. The research shows that an indicator such as the CSI could be one instrument for defining the time boundaries of the generations.

Key words: consumer expectations; cohort analysis; generation analysis; consumer sentiment index; consumption; saving.

References

- Abramson P. R. (2011) Critiques and Counter-Critiques of the Postmaterialism Thesis: Thirty-four Years of Debate. *CSD Working Papers*, Center for the Study of Democracy, UC Irvine. Available at: <http://escholarship.org/uc/item/3f72v9q4> (accessed on 3 May 2014).
- Adams F. (1964) Consumer Attitudes, Buying Plans, and Purchases of Durable Goods: A Principal Components, Time Series Approach. *The Review of Economics and Statistics*, vol. 46, no 4, pp. 347–355.

- Al' bats E. (2011) Oni vyrosli v tsinichnoy srede. Istorik Neyl Khov — The New Times [They Grew Up in the Cynical Environment. Neil Howe, a Historian]. *The New Times*, no 02 (197). 24 January. Available at: <http://newtimes.ru/articles/detail/33302> (accessed on 3 May 2014) (in Russian).
- Andrushchak G. V., Burdyak A. Ya., Gimpel'son V. E., et al. (rukovoditel' avtorskogo kollektiva Yasin E. G.). *Uroven' i obraz zhizni naseleniya Rossii v 1989–2009 godakh* [The Level of Welfare and Way of Life of Russian Population in 1989–2009 years]: doklad k XII Mezhdunar. nauch. konf. po problemam razvitiya ekonomiki i obshchestva, Moskva, 5–7 April 2011, Moscow: HSE Publishing House (in Russian).
- Attanasio O. P. (1998) Cohort Analysis of Saving Behavior by U.S. Households. *The Journal of Human Resources*, vol. 33, no 3, Summer, pp. 575–609.
- Baghestani H. (1992) Survey Evidence on the Muthian Rationality of Inflation Forecasts of US consumers. *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, May, pp. 173–186.
- Baltes P. (1987) Theoretical Propositions of Life-Span Developmental Psychology: On the Dynamics Between Growth and Decline. *Developmental Psychology*, vol. 2.1, no 5, pp. 611–626.
- Baltes P. B., Reinert G. (1969) Cohort Effects in Cognitive Development of Children as Revealed by Cross-Sectional Sequences. *Developmental Psychology*, vol. 1, no 2, pp. 169–177.
- Blossfeld H.-P. (1986) Career Opportunities in the Federal Republic of Germany: A Dynamic Approach to the Study of Life-Course, Cohort, and Period Effects. *European Sociological Review*, vol. 2, no 3, December, pp. 208–225.
- Brim O. G., Jr. (1966) Socialization through the Life-Cycle. *Socialization after Childhood: Two Essays* (eds. O. G. Brim, Jr., S. Wheeler), New York: Wiley, pp. 1–49.
- Brim O. G., Jr., Kagan J. (1980). Constancy and Change: A View of the Issues. *Constancy and Change in Human Development* (ed. by O. G. Brim, Jr., J. Kagan), Cambridge, MA: Harvard University Press, pp. 1–25.
- Carroll C. (2003) Macroeconomic Expectations of Households and Professional Forecasters. *The Quarterly Journal of Economics*, vol. 118, no 1, pp. 269–298.
- Carroll C., Dunn W. (1997) Unemployment Expectations, Jumping (S, s) Triggers, and Household Balance Sheets. *NBER Macroeconomics Annual* (eds. B. S. Bernanke, J. Rotemberg), vol. 12, pp. 165–230. Available at: <http://www.nber.org/chapters/c11039.pdf> (accessed on 27 February 2014).
- Carroll C., Fuhrer J., Wilcox D. (1994) Does Consumer Sentiment Forecast Household Spending? If So, Why? *The American Economic Review*, vol. 84, no 5, pp. 1397–1408.
- Curtin R. (2000) *The Structure of Consumer Confidence: Comparisons between the United States and Russia*. Available at: <http://www.sca.isr.umich.edu/fetchdoc.php?docid=24781> (accessed on 27 February 2014).
- Curtin R. (2002) *Surveys of Consumers: Theory, Methods, and Interpretation*. NABE 44th Annual Meeting, September 30, 2002, Washington, DC. Available at: <http://www.sca.isr.umich.edu/fetchdoc.php?docid=26396> (accessed on 3 May 2014).

- Curtin R. (2003) Unemployment Expectations: The Impact of Private Information on Income Uncertainty. *Review of Income and Wealth*, vol. 49, no 4, pp. 539–554.
- Curtin R. (2010) Inflation Expectations: Theoretical Models and Empirical Tests. *Inflation Expectations* (ed. P. Sinclair), London: Routledge, pp. 34–61.
- Dalton R. (1977) Was There A Revolution?: A Note on Generational Versus Life Cycle Explanations of Value Differences. *Comparative Political Studies*, vol. 9, no 4, pp. 459–473.
- Das M., Soest A. van. (2000) *Expected Versus Realized Income Expectations: A Test of the Rational Expectations Hypothesis*. Available at: <http://fmwww.bc.edu/RePEc/es2000/1750.pdf> (accessed on 27 February 2014).
- Deaton A., Paxson C. (1994) Saving, Aging, and Growth in Taiwan. *Studies in the Economics of Aging* (ed. D. Wise), Chicago: University of Chicago Press, pp. 331–362.
- Dubin B. (1995a) O pokolencheskom mekhanizme sotsial'nykh sdvigov [On Generational Mechanism of Social Shifts]. *Kuda idet Rossiya? Al'ternativy obschestvennogo razvitiya* [Where is Russia Going? Alternatives for Social Development] (ed. T. I. Zaslavskaja), Moscow: Aspekt-Press, pp. 237–247 (in Russian).
- Dubin B. (1995b) Sotsial'ny status, kul'turny kapital i razry v pokolenii [Social Status, Cultural Capital and the Generation Gap]. *The Russian Public Opinion Monitor*, vol. 1, pp. 12–16 (in Russian).
- Dubin B. (2005). Pokolenie: smysl i granicy ponjatija [Generation: the meaning and limitations of the concept] In: Levada Yu., Shanin T. (eds) *Otsy i deti: pokolencheskii analiz sovremennoi Rossii* [Daddies and Children: A Generational Analysis of Contemporary Russia], Moscow: New Literary Review, pp. 61–79 (in Russian).
- Easaw J., Garratt D., Heravi S. (2005) Does Consumer Sentiment Accurately Forecast UK Household Consumption? Are There Any Comparisons To Be Made With The US? *Journal of Macroeconomics*, vol. 27, pp. 517–532.
- Giuliano P., Spilimbergo A. (2013) Growing up in a Recession. *The Review of Economic Studies* (Advance Access published December 25, 2013). Available at: <http://restud.oxfordjournals.org/content/early/2013/12/25/restud.rdt040.full.pdf> (accessed on 3 May 2014).
- Glenn N. (1980) Values, Attitudes and Beliefs. Constancy and Change in Human Development (eds. O. G. Brim, Jr., J. Kagan), Cambridge, MA: Harvard University Press, pp. 596–640.
- Glenn N. (2005) *Cohort Analysis*. 2nd rev. ed., Thousand Oaks, CA: SAGE Publications (Quantitative Applications in the Social Sciences Series).
- Glotov M. (2004) Pokoleniye kak kategoriya sociologii [Generation as a Sociological Category]. *Sotsiologicheskie issledovaniya*, vol. 10, pp. 42–49 (in Russian).
- Golovin N. (2004) *Teoretico-metodologicheskie osnovy issledovaniya politicheskoi sotsializatsii* [Theoretical and Methodological Foundations of Studies in Political Socialization], Saint-Petersburg: St.-Petersburg State University (in Russian).

- Grant A. P., Thomas L. B., Jr. (1999) Inflationary Expectations and Rationality Revisited. *Economic Letters*, vol. 62, pp. 331–338.
- Halvorsen E. (2003) *A Cohort Analysis of Household Saving in Norway*. Discussion Papers No. 354, August 2003 Statistics Norway, Research Department, Available at: <http://www.ssb.no/a/publikasjoner/pdf/DP/dp354.pdf> (accessed on 27 February 2014).
- Heckman J., Robb R. (1985) Using Longitudinal Data to Estimate Age, Period and Cohort Effects in Earnings Equations. *Cohort Analysis in Social Research* (eds. W. M. Mason, S. E. Fienberg), New York: Springer, pp. 137–150.
- Heim J. (2010) The Impact of Consumer Confidence on Consumption and Investment Spending. *The Journal of Applied Business and Economics*, vol. 11, no 2, August, pp. 37–54.
- Howrey P. (2001) The Predictive Power of the Index of Consumer Sentiment. *Brookings Papers on Economic Activity*, vol. 1, pp. 175–216.
- Ibragimova D. Kh. (2014) Kogortnyy analiz potrebitel'skikh ozhidaniy naseleniya Rossii (1996–2010): teoretiko-metodologicheskie osnovy issledovaniya [Cohort Analysis of Consumer Expectations of Russian Population (1996–2010): Theoretical and Methodological Backgrounds]. *Economic Sociology*, vol. 15, no 2, pp. 99–118. Available at: http://ecsoc.hse.ru/data/2014/03/31/1317148973/ecsoc_t15_n2.pdf#page=99 (accessed on 19 May 2014) (in Russian).
- Ibragimova D., Nikolayenko S. (2005) *Index potrebitel'skikh nastroyenii* [Consumer Sentiment Index], Moscow: Pomatur (in Russian).
- Inglehart R. (1990) *Culture Shift in Advanced Industrial Society*. Princeton: Princeton University Press.
- Inglehart R. (1997) Postmodern: menzyushchiesya tsennosti i izmenyayushchiesya obshchestva [Postmodern: Changing Values and Evolving Societies], *Politicheskije issledovaniya*, no 4, pp. 6–32 (in Russian).
- Isaeva M. (2011). Pokolenija krizisa i pod'ema v teorii V. Shtrausa i N. Houva [Generation Crisis and the Rise in Theory W. Strauss and N. Howe]. *Znanie. Ponimanie. Umenie* [Knowledge. Understanding. Skills], vol. 3, pp. 290–295 (in Russian).
- Juster T., Wachtel P. (1972) Anticipatory and Objective Models of Durable Goods Demand. *The American Economic Review*, vol. 62, no 4, pp. 564–579.
- Kapteyn A., Alessie R., Lusardi A. (2005) Explaining the Wealth Holdings of Different Cohorts: Productivity Growth and Social Security. *European Economic Review*, vol. 49, no 5, July, pp. 1361–1391.
- Katona G. (1951) *Psychological Analysis of Economic Behaviour*. New York: McGraw-Hill.
- Katona G. (1968) Consumer Behavior: Theory and Findings on Expectations and Aspirations. *The American Economic Review*, vol. 58, no 2. Papers and Proceedings of the Eightieth Annual Meeting of the American Economic Association (May), pp. 19–30.
- Katona G. (1975) *Psychological Economics*. New York: Elsevier.

- Kesel'man L., Matskevich M. (1998) Mezhhgeneratsionnyy sdvig individual'nogo optimizma/pessimizma v sovremennom rossiiskom obschestve [The Intergenerational Shift of Individual Optimism/Pessimism in Contemporary Russian Society]. *Zhurnal sotsiologii i sotsial'noy antropologii*, vol. 1, no 2, pp. 113–120 (in Russian).
- Kurennoy V. (2014) Ot 1990-kh k 2000-m: puti i put' [From the 1990s toward the 2000s: Ways and the Way]. Novaya diskussiya na «Geftere» filsofa i publitsista Borisa Mezhueva i kul'turologa, filsofa Vitaliya Kurenogo. *Geftere*. 05.02. Available at: <http://gefter.ru/archive/11257> (accessed on 3 May 2014) (in Russian).
- Kwan A., Cotsomitis J. (2004) Can Consumer Attitudes Forecast Household Spending in the United States? Further Evidence from the Michigan Survey of Consumers. *Southern Economic Journal*, vol. 71, no 1, July, pp. 136–144.
- Lahiri K., Zhao Y. (2013) *Determinants of Consumer Sentiment: Evidence from Household Survey Data*. Discussion Papers from University at Albany, SUNY, Department of Economics. Available at: <http://EconPapers.repec.org/RePEc:ny:albaec:13-12> (accessed on 27 February 2014).
- Levada Yu. (1999) Pyatiletnie gruppy — pyatiletnie sdvigi (opyt retrospektivnogo analiza) [Five-Year Groups — the Five-Year Changes (A Retrospective Analysis)]. *The Russian Public Opinion Monitor*, vol. 2, pp. 19–24 (in Russian).
- Levada Yu. (2000) Chelovek prisposoblenny [Adapted Human]. Levada Yu. *Ot mnenii k ponimaniyu: sociologicheskie ocherki 1993–2000* [From Opinion toward Understanding: Sociological Essays 1993–2000], Moscow: Moscow School of Political Research, pp. 467–488 (in Russian).
- Levada Yu. (2005) Pokoleniya 20-go veka: vozmozhnosti issledovaniya [Generations of the 20-th Century: Possibilities for Studying]. *Otsy i deti: pokolencheskii analiz sovremennoi Rossii* [Daddies and Children: A Generational Analysis of Contemporary Russia] (eds. Yu. Levada, T. Shanin), Moscow: New Literary Review; pp. 39–60 (in Russian).
- Levada Yu., Shanin T. (eds) (2005). *Otsy i deti: pokolencheskii analiz sovremennoi Rossii* [Daddies and Children: A Generational Analysis of Contemporary Russia], Moscow: New Literary Review (in Russian).
- Ludvigson S. (2004) Consumer Confidence and Confidence Spending. *Journal of Economic Perspectives*, vol. 18, no 2, pp. 29–50.
- Mannheim K. (1952) *The Problem of Generations: Essays on the Sociology of Knowledge*, New York: Oxford University Press, pp. 276–321.
- Mason K. O., Mason W. M., Winsborough H. H., Poole K. W. (1973) Some Methodological Issues in Cohort Analysis of Archival Data. *American Sociological Review*, vol. 38, no 2, pp. 242–258.
- Mishkin F., Hall R., Shoven J., Juster T., Lovell M. (1978). Consumer Sentiment and Spending on Durable Goods. *Brookings Papers on Economic Activity*, vol. 1, pp. 217–232.
- Moylan C. (2010) Cyclical Indicators for the United States. *Third International Seminar on Early Warning and Business Cycle Indicators*. Moscow, Russian Federation, November 17–19. Available at: http://www.bea.gov/papers/pdf/US_Cyclical_Indicators_Moscow.pdf (accessed on 3 May 2014).

- Nauen M. (2006) Metod kogortnogo analiza v sociologii [Method of Cohort Analysis in Sociology]. *The Journal of Sociology and Social Anthropology*, vol. 9, no 3, pp. 137–144 (in Russian).
- Noble N., Windsor Fields T. (1982) Testing the Rationality of Inflation Expectations Derived from Survey Data: A Structure-Based Approach. *Southern Economic Journal*, vol. 49, no 2, pp. 361–373.
- O'Brien R. M., Hudson K., Stockard J. (2008) A Mixed Model Estimation of Age, Period, and Cohort Effects. *Sociological Methods & Research*, vol. 36, pp. 402–428.
- Ryder N. (1965) The Cohort as a Concept in the Study of Social Change. *American Sociological Review*, vol. 30, no 6, pp. 843–861.
- Sasaki M., Suzuki T. (1987) Changes in Religious Commitment in the United States, Holland, and Japan. *American Journal of Sociology*, vol. 92, pp. 1055–1076.
- Savel'eva I., Poletayev A. (1997) Smena pokoleniy [Generational Replacement]. Savel'eva I., Poletayev A. *Istoriya i vremya: v poiskakh utrachennogo* [History and Time: Searching the Past], Moscow: Yazyki russkoi kul'tury, pp. 360–371 (in Russian).
- Semenova V. (2005) Sovremennye kontseptsii i empiricheskie podkhody k ponyatiyu “pokolenie” v sociologii [Contemporary Concepts and Empirical Approaches to the Notion of Generation in Sociology]. *Otsy i deti: pokolencheskii analiz sovremennoi Rossii* [Daddies and Children: A Generational Analysis of Contemporary Russia] (eds. Yu. Levada, T. Shanin), Moscow: New Literary Review, pp. 80–107 (in Russian).
- Shanin T. (1997) Postskriptum: Voprosy vybora [Postscript: Questions of Choice]. Shanin T. *Revolution as a Moment of Truth 1905–1907 — 1917–1922* (Translated by E. Kovalev), Moscow: Ves' Mir (in Russian).
- Shanin T. (2005). Istoriya pokolenii i pokolencheskya istoriya [History of Generations and Generational History]. *Otsy i deti: pokolencheskii analiz sovremennoi Rossii* [Daddies and Children: A Generational Analysis of Contemporary Russia] (eds. Yu. Levada, T. Shanin), Moscow: New Literary Review, pp. 17–39 (in Russian).
- Shorrocks A. F. (1975) The Age-Wealth Relationship: A Cross Section and Cohort Analysis. *Review of Economics and Statistics*, vol. 57, no 2, May, pp. 155–163.
- Sokolova N. (2010) Pokolenie Igrek [Generation “Y”]. *Profil'*, vol. 34, no 685, 20 September. Available at: <http://www.profile.ru/archive/item/58878> (accessed on 14 May 2014) (in Russian).
- Souleles N. (2004) Expectations, Heterogeneous Forecast Errors, And Consumption: Micro Evidence Form. The Michigan Consumer Sentiment Surveys. *Journal of Money, Credit and Banking*, vol. 36, no 1, February, pp. 39–72.
- Strauss W., Howe N. (1997) *The Fourth Turning: An American Prophecy — What the Cycles of History Tell Us about America's Next Rendezvous with Destiny*, New York: Broadway Books.
- Thomas L. B., Jr. (1999) Survey Measures of Expected U.S. Inflation. *Journal of Economic Perspectives*, vol. 13, no 4, pp. 125–144.

Urlanis B. Ts. (1968) *Istoriya odnogo pokoleniya. Sotsial'no-demograficheskiy ocherk* [The History of the One Generation. Social and Demographic Essay], Moscow: Mysl' (in Russian).

Voronkov V. (2005) Proekt «shestidesyatnikov»: dvizhenie protesta v SSSR [The Project of the Generation of the 1960s: Protest Movement in the USSR]. *Otsy i deti: pokolencheskii analiz sovremennoi Rossii* [Daddies and Children: A Generational Analysis of Contemporary Russia] (eds. Yu. Levada, T. Shanin), Moscow: New Literary Review, pp. 168–200 (in Russian).

НОВЫЕ ПЕРЕВОДЫ

Ф. Моретти

Буржуа. Между историей и литературой¹



МОРЕТТИ Франко (Moretti, Franco) — профессор гуманитарных наук им. Дэнили и Лауры Луизы Беллов, факультет английского языка Стэнфордского университета. Адрес: США, 94305-2087, Калифорния, г. Стэнфорд, ул. Серра Молл, 450.

Email: moretti@stanford.edu

Перев. с англ.
Инны Кушнарёвой.

Публикуется
с разрешения
Издательства Института
им. Е. Гайдара.

Книга Ф. Моретти «Буржуа. Между историей и литературой» посвящена истории буржуазии как класса западного общества. Её автор — профессор гуманитарных наук им. Дэнили и Лауры Луизы Беллов Стэнфордского университета и основатель Центра исследований романа и Литературной лаборатории (Center for the Study of the Novel and Literary Lab). Предметом книги является буржуа, рассмотренный через призму литературы. Обращаясь к произведениям западноевропейской литературы, Ф. Моретти пытается разобраться в причинах возникновения и расцвета буржуазной культуры, а также выявить факторы, приведшие её к последующему затуханию и исчезновению. Фокусируясь не на реальных отношениях между социальными группами, а на легитимных культурных формах, Моретти демонстрирует отличительные черты буржуазии и маркеры линий, отграничивающих её от рабочего и правящего классов. Автор книги, кроме того, пытается прояснить вопрос, почему понятие «буржуазия» со временем вытеснило концепт среднего класса, а также почему буржуазия не смогла ответить политическим и культурным запросам современного западного общества.

Журнал «Экономическая социология» публикует «Введение: понятия и противоречия» («Introduction: Concepts and Contradictions») к книге Ф. Моретти «Буржуа. Между историей и литературой». В нем автор ставит проблему своего исследования, определяет основные понятия и объясняет методологию, демонстрируя преимущества и недостатки формального анализа литературной прозы для понимания социальной истории. Во «Введении» Моретти также описывает структуру книги и указывает на оставшиеся лакуны изучаемой темы, решение которых требует дополнительных исследований.

Ключевые слова: буржуазия; средний класс; капитализм; культура; идеология; современная западноевропейская художественная литература; социальная структура; социально-экономическая история.

Введение: понятия и противоречия

1. «Я — представитель класса буржуазии»

Буржуа... Ещё совсем недавно это понятие казалось незаменимым для социального анализа, теперь же в течение многих лет можно ни разу его не услышать. Капитализм силён, как никогда, но люди, которые были его оли-

¹ *Источник:* Моретти Ф. 2014 (готовится к изданию). *Буржуа. Между историей и литературой*. М.: Институт Гайдара. Перев. с англ.: Moretti F. 2013. *The Bourgeois: Between History and Literature*. London: Verso Books.

цветворением, по-видимому, исчезли. «Я — представитель класса буржуазии, чувствую себя таковым и был воспитан на его мнениях и идеалах», — писал Макс Вебер в 1895 г. [Weber 1971: 20]. Кто сегодня может повторить эти слова? Буржуазные «мнения и идеалы» — что это?

Эта изменившаяся атмосфера нашла отражение в академических работах. Зиммель и Вебер, Зомбарт и Шумпетер, все они рассматривали капитализм и буржуазию — экономику и антропологию — как две стороны одной медали. «Я не знаю ни одной серьезной исторической интерпретации современного мира, в котором мы живём, — писал Эммануил Валлерстайн четверть века назад, — в которой концепция буржуазии... отсутствовала бы. И это неслучайно. Трудно рассказывать историю без её главного героя» [Wallerstein 1988: 98]. И однако сегодня даже тех историков, которые больше других подчёркивают роль «мнений и идеалов» в зарождении капитализма (Эллен Мейксинс Вуд, де Фрис, Эпплби, Мокир), мало интересует или почти не интересует фигура буржуа. «В Англии был капитализм, — пишет Мейксинс Вуд в "Первозданной культуре капитализма", — но его породила не буржуазия. Во Франции была (более или менее) торжествующая буржуазия, но её революционный проект не имел отношения к капитализму». И наконец: «Необязательно отождествлять буржуа... с капиталистом» [Meiksins Wood 1992: 3; 2002: 63].

Всё правильно, отождествлять необязательно, но дело не в этом. В «Протестантской этике и духе капитализма» Вебер писал, что «возникновение западной буржуазии во всём её своеобразии» — это процесс, который «находится в тесной связи с возникновением капиталистической организации труда, но не может считаться полностью идентичным ему» [Weber 1958: 24]². В тесной связи, но не может считаться полностью идентичным — вот идея, лежащая в основе «Буржуа»: взглянуть на буржуа и его культуру (буржуа в истории, по большей части, определённо был мужского рода) как на часть структуры власти, с которой эти структуры, однако, не совпадают целиком. Но говорить о буржуа в единственном числе само по себе сомнительно. «Крупная буржуазия не могла формально отделить себя от людей более низкого положения, — писал Хобсбаум в "Веке империи", — её структура должна была оставаться открытой для вновь прибывших — такова была природа её бытия» [Hobsbawm 1989: 177]. Эта проницаемость, добавляет Перри Андерсон, отличает буржуазию от знати, расположенной на иерархической лестнице выше неё, и от рабочего класса, находящегося ниже неё, ибо, несмотря на все важные различия внутри каждого из этих противостоящих друг другу классов, в структурном отношении они более однородны: аристократию обычно определяет юридический статус в сочетании с гражданскими титулами и юридическими же привилегиями, тогда как рабочий класс характеризуется главным образом занятием ручным трудом. Буржуазия как социальная группа не обладает подобным внутренним единством [Anderson 1992a: 122].

Проницаемые границы и слабое внутреннее единство — не обесценивают ли эти черты саму мысль о буржуазии как классе? По мнению величайшего из живущих её историков, Юргена Коки, вовсе нет, если мы будем различать то, что мы могли бы назвать ядром этого понятия, и его внешнюю периферию. Эта последняя и в самом деле очень сильно варьировалась как в социальном, так и в историческом плане: вплоть до XVIII века внешняя периферия состояла в основном из «самозанятых мелких предпринимателей (ремесленников, розничных торговцев, хозяев постоянных дворов и мелких собственников)» ранней городской Европы; спустя сто лет к ней принадлежало совершенно иное население — «средние и мелкие клерки государственных служащих» [Коска 1999: 193]. Однако в течение XIX века по всей Западной Европе появляется синкретическая фигура «имущей образованной буржуазии», что обеспечивает центр притяжения для класса в целом и усиливает в буржуазии черты возможного нового правящего класса: это схождение нашло выражение в немецкой концептуальной паре *Besitz-* и *Bildungsbürgertum* (имущая буржуазия и буржуазия культуры), или, более прозаично, в том,

² Цит. по: Вебер М. 2013. *Избранное: протестантская этика и дух капитализма*. М.; СПб.: Центр гуманитарных инициатив; 13. — Примеч. ред.

что британская система налогообложения бесстрастно подводит прибыли (от капитала) и гонорары (за профессиональные услуги) «под одну статью» [Hobsbawm 1989: 172].

Встреча собственности и культуры: идеальный тип Коки будет и моим идеальным типом, но с одним важным отличием. Как историка литературы, меня будут интересовать не реальные отношения между отдельными социальными группами — банкирами и высокопоставленными государственными служащими, промышленниками и врачами и так далее, — но, скорее, то, насколько культурные формы «подходят» для новой реальности классов; например, то, как слово «комфорт» намечает контуры легитимного буржуазного потребления; или как темп повествования приспособляется к новому размеренному существованию. Буржуа через призму литературы — вот предмет книги «Буржуа».

2. Диссонансы

Буржуазная культура: едина она или нет? «Многоцветный стяг... может послужить [символом] для класса, который был у меня под микроскопом», — пишет Питер Гэй, завершая пять томов своего труда «The Bourgeois Experience» («Опыт буржуазии») [Gay 1999: 237–238]. «Экономический эгоизм, религиозная повестка, интеллектуальные убеждения, социальная конкуренция, надлежащее место женщины стали политическими вопросами, из-за которых одни буржуа боролись с другими», — добавляет он в более позднем обзоре и поясняет: ярко выразившиеся различия даже вводят в «соблазн усомниться в том, что буржуазия вообще могла поддаваться определению как сущность» [Gay 2002: 5]. Для Гэя все эти «поразительные различия» [Gay 1984: 26] — результат ускорения социальных изменений в XIX веке и потому типичны для истории буржуазии Викторианской эпохи [Gay 1984: 45ff]. Но на антимонии буржуазной культуры можно взглянуть с точки зрения более далёкой перспективы. Аби Варбург в эссе о капелле Сассетти в церкви Санта-Тринита, опираясь на Макьявелли, описавшего Лоренцо Медичи Великолепного в «Истории Флоренции» как человека, который одновременно вёл жизнь и легкомысленную, и полную дел и забот (*la vita leggera e la grave*), самым немислимым образом сочетая две разные натуры (*quasi con impossibile congiunzione congiunte*)³, отмечает, что житель Флоренции времён Медичи соединял в себе совершенно разные характеры идеалиста (будь то христианин времён Средневековья, романтически настроенный рыцарь или классический неоплатоник) и мирянина, практичного этрусского торговца-язычника. Естественное, но гармоничное в своей витальности, это загадочное существо с радостью откликалось на каждый психический импульс как расширение своего ментального горизонта, что можно развивать и использовать в своё удовольствие [Warburg 1999: 190–191, 218]⁴.

Загадочное существо, идеалистическое и мирское. Обращаясь к ещё одному золотому веку буржуазии, на полпути между династией Медичи и викторианцами, Саймон Шама размышляет о необычном сосуществовании, позволявшем светским и церковным правителям жить с системой ценностей, которая в противном случае могла бы показаться крайне противоречивой, о многовековой борьбе между приобретательством и аскетизмом. Неисправимая привычка потакать своим материальным желаниям и стимулирование рискованных предприятий, тяга к которым укоренена в голландской коммерческой экономике, вызывали предостерегающий ропот и торжественное осуждение завятых хранителей старой ортодоксии. Необычное сосуществование внешне противоположных систем ценностей давало им поле для манёвра между святым и профанным в зависимости от требований нужды или совести, не ставя перед жестоким выбором между бедностью и вечными муками [Schama 1988: 338, 371].

³ См.: Макьявелли Н. 1987. *История Флоренции*. М.: Наука; 351. Перев. Н. Я. Рыковой. — *Примеч. ред.*

⁴ Похожее сочетание несочетаемого возникает и на страницах, посвящённых Варбургом портрету покровителя во «Фламандском искусстве и раннем флорентийском Ренессансе» (1902): «Руки по-прежнему сложены в самозабвенном жесте, ищущем защиты у небес, но взгляд, то ли в мечтах, то ли настороже, направлен в сторону земного» [Warburg 1999: 297].

Потакание материальным желаниям и старая ортодоксия: «Жители Делфта» (оригинальное название «Бургомистр Делфта и его дочь») Яна Стена смотрят на нас с обложки книги Шама (см. рис. 1). Это сидящий грузный человек в чёрном, по одну руку которого дочь в одежде с золотым и серебряным шитьём, а по другую — нищенка в выцветших лохмотьях. Повсюду, от Флоренции до Амстердама, открытое оживление на лицах, изображённых в Санта-Тринита, исчезло. Безрадостный бюргер сидит в своём кресле, будто пав духом из-за того, что обречён «быть предметом моральных понуканий, тянущих его в разные стороны» (снова Шама); он находится рядом со своей дочерью, но не смотрит на неё, повернулся в сторону женщины, но не к ней самой, он смотрит вниз, взгляд его рассеян. Что делать?

Разные натуры, самым немыслимым образом сочетающиеся, Макьявелли, «загадочное существо» Варбурга, «многовековая борьба» Шама: в сравнении с этими ранними противоречиями буржуазной культуры раскрывается суть Викторианской эпохи — времени *компромисса* в гораздо большей степени, чем контраста. Компромисс — это, конечно, не единообразие, и викторианцев можно по-прежнему считать «многоцветными»; однако эти цвета — остатки прошлого, и они теряют свою яркость. Серый, а не *разноцветный*, стяг — вот что развевается над буржуазным веком.

3. Буржуазия, средний класс

«Мне трудно понять, почему буржуазии не нравится, когда её так называют, — пишет Гротуйзен в своём выдающемся исследовании "Происхождение буржуазного духа во Франции". — Королей называли королями, священников — священниками, рыцарей — рыцарями; но буржуазия предпочитала хранить инкогнито» [Groethuysen 1927: vii]. *Garder l'incognito* — хранить инкогнито. Неизбежно вспоминается этот вездесущий и неопределённый ярлык — «средний класс». Райнхарт Козеллек пишет, что каждое понятие «задаёт особый горизонт потенциального опыта и возможной теории» [Koselleck 2004: 86], и, выбрав «средний класс» вместо «буржуазии», английский язык, безусловно, определил очень чёткий горизонт социального восприятия. Но почему он это сделал? Буржуа возникал «где-то посередине»; да, он *не* был крестьянином или крепостным, но он также *не* был знатен», как выразился Валлерстайн [Wallerstein 1988: 91–92]⁵, однако эта серединность была тем, что он, собственно, и желал преодолеть: рождённый в «среднем сословии» Англии раннего Нового времени, Робинзон Крузо отвергает идею своего отца, что это «лучшее сословие в мире», и посвящает всю свою жизнь тому, чтобы выйти за его пределы. Зачем тогда останавливаться на определении, которое возвращает этот класс к его неразличимым истокам, вместо того чтобы признать его успехи? Какие ставки были сделаны при выборе «среднего класса» вместо «буржуа»?

Слово «буржуа» впервые появилось во французском языке в XI веке как *burgeis* — для обозначения тех жителей средневековых городов (*bourgs*), которые пользовались правом «свободы и независимости от феодальной юрисдикции» (толковый словарь французского языка «Le Grand Robert»). К юридическому значению этого термина, от которого пошла типично буржуазная идея свободы как «свободы от чего-то», приблизительно в конце XVII века присоединилось экономическое значение, отсылавшее через уже знакомую серию отрицаний к «тому, кто не принадлежал ни к духовенству, ни к знати, не работал руками и владел независимыми средствами» («Le Grand Robert»). С этого момента, хотя хро-

⁵ За двойным отрицанием у Валлерстайна стоит более далёкое прошлое, которое освещает Эмиль Бенвенист в главе «Ремесло без имени: торговля» в своём «Словаре индоевропейских социальных терминов». Если вкратце, то тезис Бенвениста состоит в том, что торговля — одна из самых ранних форм «буржуазной» деятельности и, «по крайней мере в древности, занятия торговлей не относились к тем видам деятельности, которые были освящены традицией», следовательно, такой вид деятельности мог быть определён только с помощью отрицательных выражений, таких как греческое *askholia* и латинское *negotium* (*neg-otium*, «отрицание досуга»), или общих терминов, таких как греческая *pragma*, французское *affaires* («результат субстантивации выражения *à faire*») или английское *busy* (которое «дало абстрактное существительное *business* — «занятие, дело») [Benveniste 1969: 118] (цит. по: Бенвенист Э. 1995. Словарь индоевропейских социальных терминов. М.: Прогресс; Универс; 108–109. — *Примеч. ред.*).



Рис. 1. Ян Стен. Жители Делфта (Бургомистр Делфта и его дочь). 1655
(С разрешения Bridgeman Art Library)

нология и семантика могли быть разными в разных странах⁶, это слово появляется во всех западно-европейских языках, от итальянского *borghese* до испанского *burgués*, португальского *burguês*, немецкого *Bürger* и голландского *burger*. На фоне этой группы английское слово *bourgeois* выделяется как единственный пример слова, не ассимилированного морфологией национального языка, а оставшегося в качестве безошибочно узнаваемого заимствования из французского. И в самом деле, «(французский) горожанин или свободный гражданин» — первое определение *bourgeois* как существительного в Оксфордском словаре английского языка (Oxford English Dictionary, OED); «относящийся к французскому среднему классу» — определение прилагательного, тут же подкрепляемое серией цитат, отсылающих к Франции, Италии и Германии. Существительное женского рода *bourgeoise* — «французенка, принадлежащая к среднему классу», тогда как *bourgeoisie* (в первых трёх словарных статьях упоминается Франция, континентальная Европа и Германия) в соответствии со всем сказанным — «совокупность свободных граждан французского города; французский средний класс; также распространяется и на средний класс в других странах» (тоже OED).

Bourgeois маркирован как не-английский. В бестселлере Дины Крейк «Джон Галифакс, джентльмен» (1856) — вымышленной биографии владельца текстильной мануфактуры — это слово появляется всего три раза, всегда выделено курсивом в знак того, что оно иностранное, и используется только уничижительно («Я имею в виду низшее сословие, *буржуазию*»), для выражения презрения («Что? *Буржуа* — лавочником?»). Что до прочих романистов времён миссис Крейк, то они хранят полное молчание. В базе данных издательской компании Chadwyck Healey (Кембридж), в которой 250 романов составляют своего рода расширенный канон XIX века, слово *bourgeois* попадает в 1850–1860 гг. только один раз, тогда как *rich* (богатый) встречается 4600 раз, *wealthy* (состоятельный) — 613 раз, а

⁶ Траектория немецкого *Bürger* — «от (*Stadt-*)*Bürger* (бюргер) около 1700 года через (*Staats-*)*Bürger* (гражданин) около 1800 к *Bürger* (буржуазный) как “непролетарский” около 1900» — особенно поражает. См.: [Koselleck 2004: 82].

prosperous (процветающий) — 449. А если мы включим в наше исследование столетие целиком, подойдя к нему с точки зрения области употребления, а не частотности термина, 3500 романов Литературной лаборатории Стэнфордского университета (The Stanford Literary Lab) дадут следующие результаты: прилагательное *rich* сочетается с 1060 различными существительными, *wealthy* — с 215, *prosperous* — со 156, а *bourgeois* — с 8, среди которых «семья», «врач», «добродетели», «вид», «наигранность», «театр» и почему-то «геральдический щит».

Откуда такая нерасположенность? В целом, пишет Кока, группы буржуа отделяют себя от старой власти, привилегированной наследной знати и абсолютной монархии. Из этой линии рассуждений следует обратное: в той степени, в которой эти разграничительные линии отсутствуют или стираются, разговоры о *Bürgertum* (бюргерство), одновременно и большим по охвату, и строго ограниченном, теряют свою реальную суть. Это объясняет международные различия: там, где традиция аристократии была слабой или отсутствовала (как в Швейцарии и в Соединённых Штатах), где ранние дефеодализация и коммерциализация сельского хозяйства постепенно стёрли различие между знатью и буржуазией и даже между городом и деревней (как в Англии и Швеции), мы находим мощные факторы, препятствующие формированию хорошо опознаваемого *Bürgertum* и дискурса о нём [Коска 1999: 194–195].

Отсутствие чёткой «разграничительной линии» для дискурса о *Bürgertum* — вот что сделало английский язык столь равнодушным к слову «буржуа». И, наоборот, выражение «средний класс» получало поддержку по той простой причине, что многие из тех, кто наблюдал за ранней индустриальной Британией, *хотели* иметь класс посередине. Индустриальные районы, писал шотландский историк Джеймс Милль (1773–1836) в эссе о государственном правлении (1824), «особенно страдали от большого недостатка среднего сословия, потому что там население почти целиком состояло из богатых мануфактурщиков и бедных рабочих» [Mill 1937: 73].

Бедные и богатые: «Нет такого другого города в мире, — отмечал Кэнон Паркинсон в знаменитом описании Манчестера, которому вторили многие его современники, — где бы расстояние между бедными и богатыми было столь значительным или барьеры между ними столь трудно преодолимыми» [Parkinson 1841: 12]. По мере того как промышленный рост приводил к поляризации английского общества (в «Манифесте Коммунистической партии» было чётко заявлено, что общество должно расколоться на два класса: собственников и лишённых собственности рабочих), потребность в опосредовании росла, и класс посередине казался единственным, способным «сочувствовать» «несчастной доле бедных рабочих» (снова Милль) и в то же время «направлять» их «своими советами» и «подавать хороший пример для подражания» [Mill 1937: 73]. Он был «связующим звеном между высшими и низшими условиями», добавлял лорд Бруэм, описавший этот класс в речи, посвящённой парламентской реформе 1832 г., озаглавленной «The Intelligence of the Middle Class» («Ум среднего класса»), как «истинных носителей трезвого, рационального, разумного и честного английского чувства» [Brougham 1837: 314–315].

Если экономика создала широкую историческую потребность в классе посередине, политики добавили решающий тактический поворот. В корпусе сервиса Google Books «средний класс», «средние классы» и «буржуа» появляются с более или менее одинаковой частотой в 1800–1825 гг.; но в годы, непосредственно предшествующие Биллю о реформе 1832 г., когда отношения между социальной структурой и политическим представительство оказались в центре общественной жизни, выражения «средний класс» и «средние классы» внезапно стали использоваться в два-три раза чаще, чем слово «буржуа». Возможно, потому, что идея «среднего класса» была способом проигнорировать буржуазию как независимую группу и вместо этого взглянуть на неё сверху, поручив ей задачу политического сдерживания⁷.

⁷ «Жизненно необходимым в 1830–1832 гг., по представлениям министров-вигов, было разрушение альянса радикалов путём вбивания клина между средним классом и рабочими», — пишет Ф. М. Л. Томпсон [Thompson 1988: 16]. Попытки

Затем, после произошедшего «крещения» (*baptism*) и утверждения нового термина, начались всевозможные последствия (и переворачивания): хотя «средний класс» и «буржуа» указывали на абсолютно одну и ту же социальную реальность, они, например, создавали совершенно разные ассоциации, и, оказавшись «посередине», буржуазия могла показаться группой, которая и сама является подчинённой и не способна нести ответственность за происходящее в мире. Кроме того, «низший», «средний» и «высший» образовывали континуум, внутри которого мобильность было представить гораздо легче, чем в случае несоизмеримых категорий — «классов», — таких как крестьянство, пролетариат, буржуазия или знать. И, таким образом, символический горизонт, созданный выражением «средний класс», в конечном счёте исключительно хорошо работал для английской (и американской) буржуазии: первоначальное поражение 1832 г., сделавшее невозможным «независимое представительство буржуазии» [Anderson 1992b: 145], в дальнейшем защитило её от прямой критики, поддерживая эвфемизированную версию социальной иерархии. Гротуйзен был прав: тактика *инкогнито* работала.

4. Между историей и литературой

Буржуа между историей и литературой: в этой книге я ограничусь лишь горсткой возможных примеров. И начну с буржуа до *prise de pouvoir* (прихода к власти) (см. главу 1 этой книги «Трудящийся господин» — «A Working Master»), с диалога между Дефо и Вебером о человеке, оказавшемся на необитаемом острове, оторванном от остального человечества, который, однако, начинает видеть закономерности в своём опыте и находить верные слова для их выражения. В главе 2 («Серьёзный век» — «Serious Century») остров превращается в половину континента: буржуа распространились по всей Западной Европе и расширили своё влияние во многих направлениях. Это самый «эстетический» момент в этой истории: изобретение нарративных приёмов, единство стиля, шедевры — великая буржуазная литература, если таковая существовала. Глава 3 («Туман» — «Fog») посвящена викторианской Англии и рассказывает иную историю: после десятков лет невероятных успехов буржуа больше не может быть просто «собой»; его власть над остальной частью общества — его «гегемония» — оказалась под вопросом; и именно в этот момент буржуа вдруг начинает стыдиться себя; он завоевал власть, но утратил ясность зрения — свой «стиль». Это поворотный момент повествования, а также момент истины: оказалось, что буржуа гораздо лучше умеет властвовать в экономической сфере, чем укреплять политическое присутствие и формулировать общую культуру. Затем солнце века буржуа начинает клониться к закату: в южных и восточных регионах, описанных в главе 4 («Национальные деформации» — «National Malformations»), одна великая фигура за другой переживает крах и становится всеобщим посмешищем из-за сохранения старого режима; в это же время из трагической ничейной земли (которая, конечно, шире, чем Норвегия) раздаётся радикальная самокритика буржуазного существования в драматургическом цикле Ибсена (глава 5, «Ибсен и дух капитализма» — «Ibsen and the Spirit of Capitalism»).

Прервём этот пересказ. Однако позвольте мне добавить несколько слов об отношениях между изучением литературы и изучением истории как таковой. Какого рода историю — какого рода *свидетельства* — содержат литературные произведения? Очевидно, что они никогда не бывают прямыми: промышленник Торнтон в «Севере и Юге» (1855) или предприниматель Вокульский в «Кукле» (1890) ничего не говорят о буржуазии Манчестера или Варшавы. Такого рода свидетельства принадлежат к параллельной исторической серии — к своего рода двойной спирали, в которой судорогам капиталистической модернизации соответствует преобразующее их литературное формотворчество. «Всякая фор-

разобнения среднего класса с более низкими слоями общества дополнялись обещаниями альянса с более высокими: «Дело первостепенной важности, — заявил лорд Грей, — сделать так, чтобы средние классы были связаны с высшими слоями общества». Как указывает Дрор Урман, с исключительной чёткостью реконструировавший дебаты о среднем классе, знаменитая похвала Бруэма также делала акцент на «политической ответственности... а не на непреклонности, на верности короне, а не на правах народа, на ценностях как оплоте против революции, а не на покушении на свободу» [Wahrman 1995: 308–309].

ма — это разрешение диссонансов бытия», — писал молодой Лукач в «Теории романа» [Luckacs 1974: 62]⁸. А если так, то литература — это странный мир, в котором все эти «разрешения» сохраняются в неприкосновенности или, проще говоря, представляют собой тексты, которые мы продолжаем читать и тогда, когда сами диссонансы постепенно уже исчезли из виду: чем меньше от них осталось следов, тем успешнее оказалось их разрешение.

Есть нечто призрачное в этой истории, в которой вопросы исчезают, а ответы остаются. Но если мы примем идею литературной формы как останков того, что некогда было живым и проблематичным настоящим, и будем двигаться назад с помощью «обратного проектирования», мы поймём проблему, которую эта форма была призвана решать. И если мы это сделаем, формальный анализ сможет раскрыть — в принципе, хотя и не всегда на практике, — то измерение прошлого, которое в противном случае оставалось бы скрытым. В этом состоит возможный вклад в историческое знание: поняв непрозрачные ибсеновские намёки на прошлое или уклончивую семантику викторианских глаголов, даже роль герундия — на первый взгляд не слишком весёлая задача! — в «Робинзоне Крузо», мы войдём в царство теней, где прошлое снова обретает голос и продолжает говорить с нами⁹.

5. Абстрактный герой

Но время говорит с нами *только* через форму как медиум. Истории и стили: вот где я нахожу буржуа. Особенно в стилях, что само по себе удивительно, особенно если учесть то, как часто говорят о нарративах в качестве основания социальной идентичности¹⁰ и отождествляют буржуазию с волнениями и переменами; достаточно вспомнить некоторые наиболее известные примеры из «Феноменологии духа» или «всё сословное и застойное исчезает»¹¹ в «Манифесте Коммунистической партии» и созидательное разрушение у Шумпетера. Я ожидал поэтому, что буржуазную литературу будут характеризовать новые и непредсказуемые сюжеты: «прыжки в темноту», как писал Эльстер о капиталистических инновациях¹². Вместо этого, как я утверждаю в главе «Серьёзный век», происходит обратное: не дис-

⁸ Цит. по: Лукач Г. 1994. Теория романа. *Новое Литературное обозрение*. 9: 30. — *Примеч. ред.*

⁹ Эстетические формы представляют собой структурированные ответы на социальные противоречия: учитывая отношения между историей литературы и социальной историей, я предположил, что очерк «Серьёзный век», хотя он и был первоначально написан для литературоведческого сборника, хорошо впишется в данную книгу (в конце концов, его рабочим названием долгое время было «О буржуазной серьёзности»). Но когда я перечитал это эссе, тут же почувствовал (под этим словом я имею в виду иррациональное и непреодолимое чувство), что мне придётся со значительной частью первоначального текста расстаться и переписать оставшуюся. После редактирования я осознал, что это коснулось главным образом трёх разделов (все они были озаглавлены в первоначальном варианте «Дороги разошлись»), обрисовывавших более широкий морфологический пейзаж, внутри которого складывались формы буржуазной серьёзности. Иными словами, я ощутил необходимость убрать спектр формальных вариаций, который был дан исторически, и оставить результат отбора, произошедшего в XIX веке. В книге, посвящённой буржуазной культуре, это представляется убедительным выбором, но также подчёркивает разницу между литературной историей как историей литературы, в которой плюрализм и случайность формальных вариантов является ключевым элементом картины, и литературной историей как (частью) историей *общества*, когда значение имеет связь между конкретной формой и социальной функцией.

¹⁰ Недавний пример из книги о французской буржуазии: «Здесь я выдвигаю тезис, что существование социальных групп, хотя оно и имеет корни в материальном мире, определяется языком, а точнее, нарративом: чтобы группа могла претендовать на роль актора в обществе и политическом строе, она должна располагать историей или историями о себе» [Maza 2003: 6].

¹¹ В английском переводе дословно: «Всё твёрдое превращается в воздух» («All that is solid melts into air»). — *Примеч. пер.*

¹² Шумпетер «восхвалял капитализм не за его эффективность и рациональность, но за его динамичный характер... Вместо того, чтобы ретушировать творческие и непредсказуемые аспекты инноваций, он делает их краеугольным камнем своей теории. Инновация по сути своей феномен нарушения равновесия, прыжок в темноту» [Elster 1983: 11, 112].

баланс, а *упорядоченность* была главным повествовательным изобретением буржуазной Европы¹³. Всё твёрдое затвердевает ещё больше.

Почему? Главная причина, по-видимому, заключается в самом буржуа. В ходе XIX столетия, как только было смыто позорное клеймо «нового богатства», эта фигура приобрела несколько характерных черт: энергия прежде всего; самоограничение; ясный ум; честность в ведении дел; целеустремлённость. Это все «хорошие» черты, но они недостаточно хороши, чтобы соответствовать тому типу героя повествования, на которого полагалось столетиями сюжетостроение в западной литературе, — воину, рыцарю, завоевателю, авантюристу. «Биржа — плохая замена Святому Граалю», — насмешливо писал Шумпетер, а деловая жизнь «в конторе среди колонн с фигурами» обречена быть «негероичной по сути»¹⁴ [Schumpeter 1975: 137, 128]. Дело в огромном разрыве между старым и новым правящими классами: если аристократия бесстыдно себя идеализировала, создав целую галерею рыцарей без страха и упрёка, буржуазия не создала подобного мифа о себе. Великий механизм приключения (*adventure*) был постепенно разрушен буржуазной цивилизацией, а без приключения герои потеряли отпечаток *уникальности*, которая появляется от встречи с неизведанным¹⁵. По сравнению с рыцарем буржуа кажется неприметным и неуловимым, похожим на любого другого буржуа. В начале романа «Север и Юг» героя описывает матери манчестерского промышленника [Gaskell 2005: 60]:

«— О! Я едва знаю его, — сказала Маргарет... — ...около тридцати... лицо не простодушное и не красивое, ничего замечательного... не вполне джентльмен, как и следовало ожидать. — Не грубый, хотя и простой, — добавил отец ревниво»¹⁶.

Едва... около... не вполне... ничего... Суждение Маргарет, обычно весьма острое, теряется в водовороте оговорок. Дело в *абстрактности* буржуа как типа: в крайней форме это просто «персонифицированный капитал» или даже «машина для превращения... прибавочной стоимости в добавочный капитал», если процитировать несколько пассажей из «Капитала» [Marx 1990: 739, 742]¹⁷. У Маркса, как позднее и у Вебера, методическое подавление всех чувственных черт мешает представить, как такого рода персонаж вообще может служить центром интересной истории, если, конечно, это *не есть* история его самоподавления, как в портрете Томаса Будденброка у Манна (который произвёл глубокое впечатление на самого Вебера)¹⁸. Иначе обстоит дело в более ранний период или на периферии капиталистической Европы, где слабость капитализма как системы оставляет больше свободы для того, чтобы придумать такие мощные индивидуальные фигуры, как Робинзон Крузо, Дездемона Мотта

¹³ Такое же буржуазное сопротивление нарративу вырисовывается из исследования Ричардом Хелгерсоном золотого века голландского реализма, визуальной культуры, в которой «женщины, дети, слуги, крестьяне, ремесленники и повесы действуют», тогда как «мужчины-хозяева из высших классов... существуют» и которая находит свою любимую форму в жанре портрета [Helgerson 1997: 55].

¹⁴ В том же ключе Вебер вспоминает определение века Кромвеля у Карлейля как «the last of our heroism [последней вспышки нашего героизма]» [Weber 1958: 37] (цит. по: Вебер М. 2013. Протестантская этика и дух капитализма. В кн.: Вебер М. *Избранное*. М.; СПб.: Центр гуманитарных инициатив; 20. — *Примеч. ред.*).

¹⁵ Об отношениях между менталитетом авантюриста и духом капитализма см.: [Nerlich 1987]; см. также первые два раздела главы 1 этой книги.

¹⁶ Перев. с англ. В. Григорьевой, Е. Первушиной. Цит. по: Гаскелл Э. 2011. *Север и Юг*. В 2 т. М.: Азбука-Аттикус. URL: <http://apropospage.ru/lib/gaskell/gaskell7.html> — *Примеч. ред.*

¹⁷ Цит. по: Маркс К. 1960. Капитал. В изд.: Маркс К., Энгельс Ф. *Сочинения*. В 50 т. Т. 23. М.: Государственное издательство политической литературы; 695, 609. — *Примеч. ред.*

¹⁸ О Манне и буржуазии, кроме многочисленных работ Лукача, см.: [Asor Rosa 1968; 2: 68; 3: 68]. Если и был какой-то специфический момент, когда идея книги о буржуа пришла мне в голову, то это произошло более 40 лет назад, когда я читал Альберто Азора Розу, а писать книгу я начал в 1999–2000 гг., в это время я был в Берлине, где провёл год в Институте перспективных исследований (Wissenschaftskolleg).

или Станислав Вокульский. Но там, где капиталистические структуры затвердевают, нарративы и стилистические механизмы вытесняют индивидов из центра текста. Это ещё один способ посмотреть на структуру этой книги: две главы о буржуазных героях и две — о буржуазном языке.

6. Проза и ключевые слова: предварительные замечания

Чуть выше я написал, что буржуа ярче проявлен в стиле, чем в сюжетах, а стиль, в свою очередь, проявляется главным образом в прозе и отражается в ключевых словах. Риторика прозы будет постепенно перемещаться в центр нашего внимания, аспект за аспектом (континуальность, точность, продуктивность, нейтральность...). В первых двух главах книги я провожу генеалогии через XVIII и XIX века. Буржуазная проза была великим достижением и в высшей степени трудоёмким (*laborious*). Отсутствие в её мире какой-либо концепции «вдохновения» — этого дара богов, в котором идея и результаты волшебным образом сливаются воедино в уникальном миге творения, — показывает, до какой степени невозможно было представить себе прозу без того, чтобы сразу же не вспомнить о *труде*. О языковом труде, конечно, но такого рода, который воплощает в себе некоторые из типичных черт деятельности буржуа. Если у книги «Буржуа» есть главный герой, то это, конечно, трудоёмкая проза.

Проза, которую я сейчас обрисовал, — это идеальный тип, никогда полностью не реализованный ни в одном конкретном тексте. Иное дело ключевые слова; это настоящие слова, употреблявшиеся реальными писателями, которые можно легко отследить в той или иной книге. В данном случае концептуальная рамка была заложена десятки лет назад Реймондом Уильямсом в «Культуре и обществе» и «Ключевых словах», а также Райнхартом Козеллеком в его работе над историей понятий (*Begriffsgeschichte*). Для Козеллека, занятого изучением политического языка современной Европы, «понятие не только указывает на отношения, которые оно охватывает; понятие также является *фактором*, действующим внутри них» [Koselleck 2004: 86]. Точнее говоря, это фактор, который устанавливает «напряжение» между языком и реальностью и часто «сознательно используется в качестве оружия» [Koselleck 2004: 78]. Хотя этот метод важен для интеллектуальной истории, он, возможно, не подходит для социального существа, которое, как выражается Гротуйзен, «действует, но мало говорит» [Groethuysen 1927: xi], а когда говорит, предпочитает простые и бытовые выражения интеллектуальной ясности понятий. «Оружие», конечно же, неправильный термин для прагматичных и конструктивных ключевых слов вроде *useful* (полезный), *efficiency* (эффективность), *serious* (серьёзный), не говоря уже о таких великих посредниках, как *comfort* (комфорт) или *influence* (влияние), которые гораздо ближе к идее Бенвениста о языке как «инструменте приспособления мира и общества»¹⁹ [Benveniste 1971: 71], чем к «напряжению» Козеллека. Я полагаю неслучайным то, что многие из моих ключевых слов оказались прилагательными: занимающие не такое центральное положение в семантической системе культуры, как существительные, прилагательные несистематичны и в самом деле «приспосабливаются»; или, как презрительно говорит Шалтай-Болтай, «прилагательные, с ними можно делать всё, что захочешь» [Carroll 1998: 186].

Проза и ключевые слова: два параллельных течения, которые будут всплывать на поверхность аргументации на разных уровнях — абзацев, предложений или отдельных слов. Через них будут проявляться особенности буржуазной культуры, находящиеся в скрытом и порой глубоко захороненном измерении языка: «ментальность», образованная бессознательными грамматическими паттернами и семантическими ассоциациями, а не ясными и чёткими идеями. Первоначально план книги был иным, и порой меня самого смущает тот факт, что страницы, посвящённые викторианским прилагательным, могут оказаться концептуальным центром «Буржуа». Но если идеям буржуа уделялось очень много внимания, его менталитет, за исключением нескольких изолированных попыток вроде очерка Гротуйзена, написанного почти столетие назад, по-прежнему остаётся не слишком изученным; тогда *minutiae*

¹⁹ Курсив автора.

(мелкие детали) языка раскрывают секреты великих идей: трения между новыми устремлениями и старыми привычками, фальстарты, колебания, компромиссы; одним словом, *замедленный темп* культурной истории. Для книги, рассматривающей буржуазную историю как незавершённый проект, это представляется верным методологическим выбором.

7. «Бургер пропадёт...»

Бенджамин Гугенхайм, младший брат Соломона Гугенхайма, 14 апреля 1912 г. оказался на борту «Титаника» и, когда судно начало тонуть, был одним из тех, кто помогал сажать женщин и детей на спасательные шлюпки, несмотря на ажиотаж, а порой и грубость со стороны других пассажиров-мужчин. А затем, когда стюарда попросили занять место на вёслах в одной из шлюпок, Гугенхайм отпустил его и попросил передать жене, что «ни одна женщина не осталась на борту из-за того, что Бен Гугенхайм струсил». И это действительно было так [Davis 1988: 221]. Возможно, он не произносил таких пафосных слов, но это и в самом деле не важно; он совершил правильный, очень трудный поступок. Когда исследователь, занимавшийся подготовкой к фильму Кэмерона «Титаник» (1997), раскопал эту историю, он тут же показал её сценаристам: какая сцена! Но его идею сразу отвергли: слишком нереалистично. Богатые не умирают за абстрактные принципы вроде трусости и тому подобного. И в фильме персонаж, отдалённо напоминающий Гугенхайма, прорывается к шлюпке, размахивая пистолетом.

«Бургер пропадёт», — писал Томас Манн в своём эссе 1932 г. «Гёте как представитель бургерской эпохи». Два эпизода, связанных с «Титаником» и произошедших в начале и в конце XX века, это подтверждают. Пропадёт не потому, что уходит капитализм: он силён, как никогда (хотя в основном, подобно Голему, силён разрушением). Исчезло чувство *легитимности* буржуа, ушла идея правящего класса, который не просто правит, но делает это *заслуженно*. Именно это убеждение стояло за словами Гугенхайма на «Титанике»: на карту был поставлен «престиж (а следовательно, и доверие)» его класса, если воспользоваться словами Грамши о гегемонии [Gramsci 1975: 1519]. Отступить означало потерять право на власть.

Речь идёт о власти, оправданной ценностями. Но как раз в тот момент, когда встал вопрос о политическом правлении буржуазии²⁰, быстро сменяя друг друга, появились три важных новшества и навсегда изменили картину. Сначала произошёл политический крах. Когда *Belle Époque* (Прекрасная эпоха) подходила к своему пошловатому концу, подобно оперетте, в которую она так любила смотреться, как в зеркало, буржуазия, объединившись со старой элитой, вовлекла Европу в кровавую бойню, после чего пряталась со своими интересами за спинами коричнево- и чернорубашечников, открыв путь к ещё более кровавым бойням. Когда старый режим клонился к закату, новые люди оказались не способны действовать как настоящий правящий класс: в 1942 г. Шумпетер написал с холодным презрением, что «буржуазный класс... нуждается в господине» [Schumpeter 1942: 138], и тогда не было нужды объяснять, что он имеет в виду.

Вторая трансформация, почти противоположная по характеру, началась после Второй мировой войны по мере всё более широкого учреждения демократических режимов. «Особенность исторического одобрения, полученного от масс в рамках современных капиталистических формаций, — пишет Перри Андерсон, — заключается в убеждённости масс в том, что они осуществляют окончательное самоопределение в рамках существующего социального порядка... в вере в демократическое равенство всех граждан при управлении страной — другими словами, в неверии в существование какого бы то ни было правящего класса» [Anderson 1976: 30].

²⁰ Став «первым классом в истории, добившимся экономического превосходства без стремления получить политическую власть», пишет Ханна Арендт, буржуазия добилась «политического освобождения» в ходе «периода империализма (1886–1914)» [Arendt 1994: 123].

Скрывшись когда-то за рядами людей в униформе, буржуазия теперь избежала правосудия, воспользовавшись политическим мифом, требовавшим, чтобы она исчезла как класс. Этот акт маскировки значительно упростился благодаря вездесущему дискурсу «среднего класса». И наконец, последний штрих. Когда капитализм принёс относительное благоденствие широким рабочим массам на Западе, товары стали новым принципом легитимации: консенсус был построен на вещах, а не на людях, тем более не на принципах. Это была заря нынешней эпохи: триумф капитализма и смерть буржуазной культуры.

* * *

В этой книге многого не хватает. О чём-то я уже писал в других работах и почувствовал, что не могу добавить ничего нового: так обстоит дело с бальзаковскими парвеню или средним классом у Диккенса, в комедии У. Конгрива «Так поступают в свете» («The Way of the World»), и это важно для меня в «Атласе европейского романа» («Atlas of the European Novel») ²¹. Американские авторы конца XIX века — Норрис, Хоуэллс, Драйзер, — как мне показалось, мало что могли добавить к общей картине; кроме того, «Буржуа» — это пристрастный очерк, лишённый энциклопедических амбиций. Тем не менее есть одна тема, которую я и в самом деле хотел бы включить сюда, если бы она не угрожала разрастись до самостоятельной книги: параллель между викторианской Британией и Соединёнными Штатами после 1945 г., раскрывающая парадокс этих двух капиталистических культур-гегемонов (до сих пор единственных в своём роде), основанных главным образом на антибуржуазных ценностях ²². Я конечно же имею в виду повсеместное распространение религиозного чувства в публичном дискурсе, которое переживает рост, резко обратив вспять более ранние тенденции к секуляризации. Одно и то же происходит с великими технологическими достижениями XIX века и второй половины XX века: вместо того чтобы поддерживать рационалистический менталитет, индустриальная революция, а затем и цифровая породили смесь невероятной научной безграмотности и религиозных предрассудков — сейчас даже худшую, чем тогда. В этом отношении сегодняшние Соединённые Штаты радикализируют центральный тезис викторианской главы: поражение веберовского *Entzauberung* (расколдование мира) в сердцевине капиталистической системы и его замену новыми сентиментальными чарами, скрывающими социальные отношения. В обоих случаях ключевым компонентом стала радикальная инфантилизация национальной культуры (ханжеская идея «семейного чтения», которая привела к цензурированию непристойностей в викторианской литературе, и её слащавый аналог — семья, улыбающаяся с телеэкрана, который усыпил американскую индустрию развлечений) ²³. И эту параллель можно продолжить почти во всех направлениях — от антиинтеллектуализма «полезного» знания и большей части политики в области образования (начиная с навязчивого увлечения спортом) до повсеместного распространения таких слов, как *earnest* (серьёзный) прежде и *fun* (веселье) теперь, в которых чувствуется едва прикрытое презрение к интеллектуальной и эмоциональной серьёзности.

«Американский образ жизни» — аналог сегодняшнего викторианизма: сколь бы соблазнительной ни была эта идея, я слишком хорошо сознавал мою неосведомлённость в современных вопросах и поэто-

²¹ См.: Moretti F. 1998. *Atlas of the European Novel: 1800–1900*. London; New York: Verso. — *Примеч. пер.*

²² В повседневном словоупотреблении термин «гегемония» охватывает две исторически и логически разные области: гегемонию капиталистического государства над другими капиталистическими государствами и гегемонию одного социального класса над другими социальными классами, или, если сказать короче, международную и национальную гегемонию. Британия и Соединённые Штаты до сих пор были единственными примерами *международной* гегемонии, но, конечно, есть множество примеров национальных классов буржуазии, осуществлявших свою гегемонию дома. Мой тезис в этом абзаце и в главе «Туман» относится к специфическим ценностям, которые я ассоциирую с британской и американской *национальной* гегемонией. То, как эти ценности соотносятся с теми, что стали основой международной гегемонии, — очень интересный вопрос, но здесь он не разбирается.

²³ Показательно, что наиболее репрезентативные рассказчики в двух культурах — Диккенс и Спилберг — специализируются на том, что в одинаковой мере обращаются как к детям, так и ко взрослым.

му решил её сюда не включать. Это было правильное, но трудное решение, потому что оно было равносильно признанию, что «Буржуа» — это исключительно историческое исследование, в сущности, не связанное с настоящим. Профессоры истории, размышляет доктор Корнелиус в «Непорядках и раннем горе», не любят истории, коль скоро она свершается, а тяготеют к той, что уже свершилась... Их сердца принадлежат связанному и укрощённому историческому прошлому... прошлое неизбежно в веках, а значит оно мёртво» [Mann 1936: 506]²⁴. Подобно Корнелиусу, я тоже профессор истории, но мне хочется думать, что укрощённая безжизненность — это не всё, на что я способен. В этом отношении посвящение «Буржуа» Перри Андерсону и Паоло Флоресу Аркаису — знак не просто моей дружбы и восхищения ими, оно выражение надежды, что однажды я научусь у них использовать ум прошлого для критики настоящего. Эта книга не смогла оправдать мою надежду. Но, возможно, следующая сможет.

Литература

- Anderson P. 1976. The Antinomies of Antonio Gramsci. *New Left Review*. I (100) (November–December): 5–78.
- Anderson P. 1992a (1976). The Notion of Bourgeois Revolution. In: Anderson P. *English Questions*. London: Verso; 105–120.
- Anderson P. 1992b (1987). The Figures of Descent. In: Anderson P. *English Questions*. London: Verso; 121–192.
- Arendt H. 1994 (1948). *The Origins of Totalitarianism*. New York: Penguin Books.
- Asor Rosa A. 1968. Thomas Mann o dell'ambiguità Borghese. *Contropiano*. 2: 319–376; 3: 527–576.
- Benveniste E. 1971 (1966). Remarks on the Function of Language in Freudian Theory. In: Benveniste E. *Problems in General Linguistics*. Coral Gables, FL: University of Miami Press; 65–75.
- Benveniste E. 1973 (1969). *Indo-European Language and Society*. Coral Gables, FL: University of Miami Press. См. рус. перев.: Бенвенист Э. 1995. *Словарь индоевропейских социальных терминов*. М.: Прогресс; Универс.
- Brougham H. 1837. *Opinions of Lord Brougham on Politics, Theology, Law, Science, Education, Literature, &c. &c., as Exhibited in His Parliamentary and Legal Speeches, and Miscellaneous Writings*. London: H. Colburn.
- Carroll L. 1998 (1872). *Through the Looking-Glass, and What Alice Found There*. Harmondsworth: Puffin.
- Davis J. H. 1988. *The Guggenheims, 1848–1988: An American Epic*. New York: Shapolsky Publishers.
- Elster J. 1983. *Explaining Technical Change: A Case Study in the Philosophy of Science*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Gaskell E. 2005 (1855). *North and South*. New York; London: Norton; см. также рус. перев.: Гаскелл Э. 2011. *Север и Юг*: В 2 т. М.: Азбука-Аттикус.

²⁴ Цит. по: Манн Т. 1960. *Полное собр. соч.*: В 10 т. Т. 8. М.: ГИХЛ; 137. — *Примеч. ред.*

- Gay P. 1984. *The Bourgeois Experience: Victoria to Freud. I. Education of the Senses*. Oxford: Oxford University Press.
- Gay P. 1999 (1998). *The Bourgeois Experience: Victoria to Freud. V. Pleasure Wars*. New York: Norton.
- Gay P. 2002. *Schnitzler's Century: The Making of Middle-Class Culture 1815–1914*. New York: Norton.
- Gramsci A. 1975. *Quaderni del carcere*. Torino: Giulio Einaudi.
- Groethuysen B. 1927. *Origines de l'esprit bourgeois en France. I: L'Eglise et la Bourgeoisie*. Paris: Gallimard.
- Helgerson R. 1997. Soldiers and Enigmatic Girls: The Politics of Dutch Domestic Realism, 1650–1672. *Representations*. 58: 49–87.
- Hobsbawm E. 1989 (1987). *The Age of Empire: 1875–1914*. New York: Vintage.
- Kocka J. 1999. Middle Class and Authoritarian State: Toward a History of the German *Bürgertum* in the Nineteenth Century. In: Kocka J. *Industrial Culture and Bourgeois Society. Business, Labor, and Bureaucracy in Modern Germany*. New York;Oxford: Berghahn Books; 192–207.
- Koselleck R. 2004 (1979). *Begriffsgeschichte and Social History*. In: Koselleck R. *Futures Past: On the Semantics of Historical Time*. New York: Columbia University Press; 75–92.
- Luckacs G. 1974 (1914–1915). *The Theory of the Novel*. Cambridge, MA: MIT Press. См. также рус. перев.: Лукач Г. 1994. Теория романа. *Новое Литературное обозрение*. 9: 19–78.
- Mann Th. 1936. *Stories of Three Decades*. New York: Knopf. См. также рус. перев.: Манн Т. 1960. Непорядки и раннее горе. *Полное собр. соч.*: В 10 т. Т. 8. М.: ГИХЛ; 128–167.
- Marx K. 1990 (1867). *Capital*. Vol. 1. Harmondsworth: Penguin. См. также рус. перев.: Маркс К. 1960. Капитал. В изд.: Маркс К., Энгельс Ф. *Сочинения*. Т. 23. М.: Государственное издательство политической литературы.
- Maza S. 2003. *The Myth of the French Bourgeoisie: An Essay on the Social Imaginary, 1750–1850*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Meiksins Wood E. 1992. *The Pristine Culture of Capitalism: A Historical Essay on Old Regimes and Modern States*. London: Verso.
- Meiksins Wood E. 2002 (1999). *The Origin of Capitalism: A Longer View*. London: Verso.
- Mill J. 1937 (1824). *An Essay on Government* (ed. E. Baker). Cambridge: Cambridge University Press.
- Nerlich M. 1987 (1977). *The Ideology of Adventure: Studies in Modern Consciousness, 1100–1750*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Parkinson R. 1841. *On the Present Condition of the Labouring Poor in Manchester; with Hints for Improving It*. London; Manchester: Simpkin, Marshall, & Co.

- Schama S. 1988. *The Embarrassment of Riches*. Berkeley: University of California Press.
- Schumpeter J. A. 1975 (1942). *Capitalism, Socialism and Democracy*. New York: Harper.
- Thompson F. M. L. 1988. *The Rise of Respectable Society: A Social History of Victorian Britain 1830–1900*. Cambridge, UK: Harvard University Press.
- Wahrman D. 1995. *Imagining the Middle Class: The Political Representation of Class in Britain, c. 1780–1840*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Wallerstein I. 1988. The Bourgeois(ie) as Concept and Reality. *New Left Review*. I (167) (January–February): 91–106.
- Warburg A. 1999 (1902). The Art of Portraiture and the Florentine Bourgeoisie. In: Warburg A. *The Renewal of Pagan Antiquity*. Los Angeles: Getty Research Institute for the History of Art and the Humanities; 435–450.
- Weber M. 1958 (1905). *The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism*. New York: Charles Scribner's Sons.
См. также рус. перев.: Вебер М. 2013. *Избранное: протестантская этика и дух капитализма*. М.; СПб.: Центр гуманитарных инициатив.
- Weber M. 1971. Der Nationalstaat und die Volkswirtschaftspolitik. In: Weber M. *Gesammelte politische Schriften*. Tübingen: J. C. B. Mohr; 1–25.

NEW TRANSLATIONS

Franco Moretti

The Bourgeois: Between History and Literature

MORETTI, Franco —

the Danily C. and Laura Louise Bell Professor in the Humanities, Department of English, Stanford University. Address: Building 460, 450 Serra Mall, Stanford, CA 94305-2087, USA.

Email: moretti@stanford.edu

Abstract

The book “The Bourgeois: Between History and Literature” written by Franco Moretti, the professor in the Humanities at Stanford University and the founder of the Center for the Study of the Novel and Literary Lab, is devoted to the history of the bourgeois as a social class of the modern Western society. The bourgeois, refracted through the prism of literature, is the subject of “The Bourgeois”. Addressing to some pieces of the Western literature, the author tries to scrutinize reasons of the bourgeois culture’s golden age and to reveal causes of its further fall. Moretti focuses not on real relationships between social groups but on legitimate cultural forms, which demonstrate peculiarities of the bourgeois and demarcate it from working and ruling classes. In addition, the author seeks an answer to the questions why the notion of bourgeois was being replaced with the concept of the middle class and why the bourgeois failed to resist political and cultural challenges of the modern Western society.

The journal of Economic Sociology publishes “Introduction: Concepts and Contradictions” from “The Bourgeois”. In the Introduction, Moretti formulates the problem of the study, defines key concepts and explains the applied methodology, demonstrating weaknesses and strengths of the formal analysis of literary prose for understanding the social history. In the Introduction, Moretti describes the book’s structure and sheds lights on the dark corners, which require additional research.

Key words: bourgeois; middle class; capitalism; culture; ideology; modern European literature; social structure; social and economic history.

References

- Anderson P. (1976) The Antinomies of Antonio Gramsci. *New Left Review*, vol. I, no 100 (November–December), pp. 5–78.
- Anderson P. (1992a [1976]) The Notion of Bourgeois Revolution. *English Questions*, London: Verso, pp. 105–120.
- Anderson P. (1992b [1987]) The Figures of Descent. *English Questions*, London: Verso, pp. 121–192.
- Arendt H. (1994 [1948]) *The Origins of Totalitarianism*, New York: Penguin Books.
- Asor Rosa A. (1968) Thomas Mann o dell’ambiguità Borghese. *Contropiano*, vol. 2, pp. 319–376; vol. 3, pp. 527–576.
- Benveniste E. (1971 [1966]) Remarks on the Function of Language in Freudian Theory. *Problems in General Linguistics*, Coral Gables, FL: University of Miami Press, pp. 65–75.
- Benveniste E. (1973 [1969]) *Indo-European Language and Society*. Coral Gables, Florida: University of Miami Press.

- Brougham H. (1837) *Opinions of Lord Brougham on Politics, Theology, Law, Science, Education, Literature, &c. &c.: As Exhibited in His Parliamentary and Legal Speeches, and Miscellaneous Writings*, London: H. Colburn.
- Carroll L. (1998 [1872]) *Through the Looking-Glass, and What Alice Found There*, Harmondsworth: Puffin.
- Davis J. H. (1988) *The Guggenheims, 1848–1988: An American Epic*, New York: Shapolsky Publishers.
- Elster J. (1983) *Explaining Technical Change: A Case Study in the Philosophy of Science*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Gaskell E. (2005 [1855]) *North and South*, New York; London: Norton.
- Gay P. (1984) *The Bourgeois Experience: Victoria to Freud. I. Education of the Senses*, Oxford: Oxford University Press.
- Gay P. (1999 [1998]) *The Bourgeois Experience: Victoria to Freud. V. Pleasure Wars*, New York: Norton.
- Gay P. (2002) *Schnitzler's Century: The Making of Middle-Class Culture 1815–1914*, New York: Norton.
- Gramsci A. (1975) *Quaderni del carcere*, Torino: Giulio Einaudi (in Italian).
- Groethuysen B. (1927) *Origines de l'esprit bourgeois en France. I: L'Eglise et la Bourgeoisie*, Paris: Gallimard (in French).
- Helgerson R. (1997) Soldiers and Enigmatic Girls: The Politics of Dutch Domestic Realism, 1650–1672. *Representations*, vol. 58, pp. 49–87.
- Hobsbawm E. (1989 [1987]) *The Age of Empire: 1875–1914*, New York: Vintage.
- Kocka J. (1999) Middle Class and Authoritarian State: Toward a History of the German *Bürgertum* in the Nineteenth Century. *Industrial Culture and Bourgeois Society. Business, Labor, and Bureaucracy in Modern Germany*, New York; Oxford: Berghahn Books; pp. 192–207.
- Koselleck R. (2004 [1979]) *Begriffsgeschichte and Social History. Futures Past: On the Semantics of Historical Time*, New York: Columbia University Press, pp. 75–92.
- Luckacs G. (1974 [1914–1915]) *The Theory of the Novel*, Cambridge, MA: MIT Press.
- Mann Th. (1936) *Stories of Three Decades*, New York: Knopf.
- Marx K. (1990 [1867]) *Capital*. Vol. 1. Harmondsworth: Penguin.
- Maza S. (2003) *The Myth of the French Bourgeoisie: An Essay on the Social Imaginary, 1750–1850*, Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Meiksins Wood E. (1992) *The Pristine Culture of Capitalism: A Historical Essay on Old Regimes and Modern States*, London: Verso.

- Meiksins Wood E. (2002 [1999]) *The Origin of Capitalism: A Longer View*, London: Verso.
- Mill J. (1937 [1824]) *An Essay on Government* (ed. E. Baker), Cambridge: Cambridge University Press.
- Nerlich M. (1987 [1977]) *The Ideology of Adventure: Studies in Modern Consciousness, 1100–1750*, Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Parkinson R. (1841) *On the Present Condition of the Labouring Poor in Manchester; with Hints for Improving It*, London; Manchester: Simpkin, Marshall, & Co.
- Schama S. (1988) *The Embarrassment of Riches*, Berkeley: University of California Press.
- Schumpeter J. A. (1975 [1942]) *Capitalism, Socialism and Democracy*, New York: Harper.
- Thompson F. M. L. (1988) *The Rise of Respectable Society: A Social History of Victorian Britain 1830–1900*, Cambridge: Harvard University Press.
- Wahrman D. (1995) *Imagining the Middle Class: The Political Representation of Class in Britain, c. 1780–1840*, Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Wallerstein I. (1988) The Bourgeois(ie) as Concept and Reality. *New Left Review*, vol. I, no 167, (January–February), pp. 91–106.
- Warburg A. (1999 [1902]) The Art of Portraiture and the Florentine Bourgeoisie. In: Warburg A. *The Renewal of Pagan Antiquity*, Los Angeles: Getty Research Institute for the History of Art and the Humanities, pp. 435–450.
- Weber M. (1958 [1905]) *The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism*, New York: Charles Scribner's Sons.
- Weber M. (1971) Der Nationalstaat und die Volkswirtschaftspolitik. *Gesammelte politische Schriften*, Tübingen: J. C. B. Mohr, pp. 1–25 (in German).

РАСШИРЕНИЕ ГРАНИЦ

К. Д. Титаев

Предварительное заключение в российской уголовной юстиции: социологический анализ вероятности предварительного заключения и его влияния на решение суда¹



ТИТАЕВ Кирилл Дмитриевич — магистр социологии, ведущий научный сотрудник Института проблем правоприменения при Европейском университете в Санкт-Петербурге. Адрес: Россия, 191187, Санкт-Петербург, ул. Гагаринская, д. 3а.

Email: ktitayev@eu.spb.ru

В тексте на основании выборки из 10 тыс. судебных решений и цикла экспертных интервью анализируется вероятность избрания обвиняемому меры пресечения в виде заключения под стражу, а также влияние этой меры на последующие решения суда. Основанием для исследования стала простая случайная выборка из решений, опубликованных районными судами в 2011 г. Главными вопросами, которые ставятся в мировой литературе по поводу предварительного заключения, являются такие: роль явно экстралегальных факторов (пол, раса) и частично экстралегальных (доход, образование) в избрании меры пресечения в виде заключения под стражу; влияние, которое сам факт пребывания под стражей до суда оказывает на последующие судебные решения (возможность прекращения дела, вид и длительность назначенного наказания). При помощи регрессионного анализа в данной статье показывается, что предварительное заключение в России чаще всего назначается безработным, ранее судимым подозреваемым. Факт предварительного заключения сильно влияет на вероятность прекращения дела: если подсудимый был под стражей, то такая вероятность значительно снижается. Также пребывание в следственном изоляторе (СИЗО) сильно влияет на назначение наказания в виде реального лишения свободы (а не других видов наказания; например, штрафа или условного лишения свободы). При этом линейное влияние на длительность лишения свободы, к которому осуждён подозреваемый, не установлено. Анализ проводится отдельно для трёх массовых преступлений, принадлежащих к разным криминологическим категориям: кража; нанесение тяжкого вреда здоровью; хранение наркотиков без цели сбыта. Результаты исследований российской судебной системы соотносятся с практикой судов США.

¹ Эта статья не была бы написана без помощи и поддержки всех сотрудников Института проблем правоприменения при Европейском университете в Санкт-Петербурге. Особенно автор благодарен Вадиму Волкову, Дмитрию Скугаревскому, Элле Панеях и Арине Дмитриевой, которые читали и комментировали разные версии этой статьи. Также работе помогли коллеги, участвовавшие в таких конференциях, как ежегодная встреча ассоциации «Право и общество» в 2013 г. в Бостоне и «Изменения российского права: легальность и современные вызовы» в том же году в Хельсинкском университете, которые дали много интересных и полезных комментариев к предварительным версиям этой статьи.

Отдельная признательность Фонду Кэтрин и Дж. Макартуров, который профинансировал эмпирическую часть исследования. Кроме того, эта работа никогда не появилась бы, если бы не рутинный и тяжёлый труд многих и многих кодировщиков и Алёны Поздняковой, великолепно организовавшей их работу.

Ключевые слова: социология права; исследования назначения наказания; эмпирическое правоведение; предварительное заключение; меры пресечения; уголовное право.

Введение

Судя по мнению, которое высказывают в интервью российские юристы, одним из ключевых факторов, влияющих на итоговый приговор суда по уголовному делу, является факт нахождения подсудимого под стражей² (в СИЗО) до суда. В мировой научной литературе этот фактор также рассматривается как один из важнейших (см., например: [Williams 2003]). При этом формально факт нахождения под стражей в российской системе постановления приговора и назначения наказания не играет никакой роли. Российские судьи, согласно Уголовному кодексу [УК 1996: ст. 60], могут принимать во внимание практически любые внеправовые характеристики подсудимого и преступления. С опорой на статистические данные о решениях судов в этой статье будет показано, что факт предварительного заключения на самом деле играет значимую роль в российской системе уголовного правосудия.

Понятно, что нахождение под стражей до суда может оказывать негативное влияние на то впечатление, которое производит подозреваемый на судей и присяжных³. Однако, кроме самого факта, что предварительное заключение подозреваемого влияет на исход дела, вопрос об этом влиянии является одним из ключевых для понимания функционирования экстралегальных уклонов в российских судах вообще. Исследование неравенства в сфере уголовной юстиции (*sentencing disparity*) — одно из важнейших направлений эмпирико-правовых⁴ исследований в мире (особенно в англо-американской традиции). В отечественной науке это направление пока представлено крайне слабо, при том, что именно в России, благодаря унифицированным системам статистического учёта, единому правовому пространству и большому количеству открытых данных, оно имеет очень большие возможности для развития.

Это направление ведёт свою историю от исследования «Чёрный преступник. Статистическая заметка» [Sellin 1928] и связано с выявлением специфики наказания (вероятность оправдания, вид наказания и его длительность) для групп, различающихся по расовым, социальным и прочим признакам⁵. Таким образом, в предлагаемой читателю работе функционирование предварительного заключения рассматривается как один из экстралегальных факторов, влияющих на исход разбирательства, другими словами — как часть общей системы «уклонов» (*biases*) в российских судах.

Конечно же тяжесть совершённого преступления оказывает решающее влияние на тип и размер наказания в любом суде. Однако наряду с ней, на осуждение и (или) оправдание, вид и размер наказания влияют многие другие факторы, часто лежащие за пределами права. Наиболее изученным является влияние расового и социального статусов подозреваемого (например, занятости; см.: [Spohn 2008]).

С использованием специально собранной базы данных в этой статье описаны роль предварительного заключения (присутствует в 20% случаев) в вынесении приговора и назначении наказания и факторы, влияющие на сам факт заключения подозреваемого под стражу. Будут использованы регрессионные

² В этой работе юридическая лексика не всегда используется в соответствии с нормативными формулировками. Так, например, мера пресечения в строгой формулировке называется «заключение под стражу»; здесь же в тех случаях, когда это не влияет на смысл текста, для удобства читателя используются синонимы «содержание под стражей», «предварительное заключение», «пребывание в СИЗО» и т. д.

³ В России судьи присяжных очень редки (о причинах см.: [Масловская 2009]), но в англо-американской практике, на исследования которой во многом опирается эта статья, их роль весьма велика.

⁴ Обзоры и отдельные работы, характеризующие традицию эмпирических исследований права, по-русски можно найти в сб.: [Волков 2011; Волков 2012a].

⁵ Детальный обзор этого направления как такового невозможен в рамках данной статьи, однако желающие могут обратиться к обзорным текстам; см.: [Chiricos, Crawford 1995].

модели со стандартными контрольными переменными (такими, как гендер, тяжесть преступления, избрание особого порядка судебного разбирательства и др.).

В статье, таким образом, рассматриваются два ключевых вопроса: (1) какие факторы и с какой силой влияют на вероятность предварительного заключения для подозреваемого и (2) влияет ли факт предварительного заключения на исход дела в суде? При этом на второй вопрос отдельные ответы будут даны для трёх стадий уголовного судопроизводства, то есть для вероятности прекращения дела, вероятности осуждения к реальному лишению свободы и длительности реального лишения свободы. Стадия оправдания и (или) осуждения, которая обычно рассматривается в мировой научной литературе, на российском материале проанализирована быть не может, так как число оправдательных приговоров слишком мало (не более 0,3% для дел публичного и частно-публичного обвинения⁶) и, соответственно, не может быть проанализировано с использованием стандартных моделей. Решения, которые принимаются российскими судьями на этих стадиях, являются ключевыми в их логике. Именно эти решения держат в голове все участники уголовного судопроизводства⁷.

Применительно к данной работе сложно говорить о гипотезах в классическом смысле социологического исследования. Случаи, подобные представляемым, очень характерны для эмпирической социологии права, особенно для изучения судебных решений или иных документов. Мы не можем изначально заявить, что наша цель — проверить, как А влияет на Б, и только. Скорее, мы вынуждены собирать всю доступную информацию (все доступные переменные) и далее пробовать построить комплексную модель, опираясь на то знание об объекте, которое есть у нас на основании качественных данных. Однако риторически и аналитически нам необходимо выделять некоторый ключевой признак, который и ставится во главу угла (как предварительное заключение в данном случае). С технической стороны это именно попытка реконструировать единую логику принятия решений в судебной (в данном случае) системе.

При этом мы изначально полагаем, что решения судей определяются как правовыми характеристиками кейса и подсудимого (тяжесть преступления, смягчающие и отягчающие обстоятельства, прошлые судимости), так и не вполне легальными чертами (например, пол, наличие детей и т. д.). Соответственно можно построить несколько условных моделей принятия решения, которые включают как правовые, так и внеправовые характеристики и показывают роль каждого отдельного фактора. При этом понятно, что такие модели будут различными, но взаимосвязанными для ряда последовательных решений, которые принимаются судьёй.

Поскольку в России исследования правоприменения появились недавно, имеет смысл определить их дисциплинарную принадлежность. В англо-американской традиции сложились такие направления, как «право и общество», «эмпирические правовые исследования» и т. п., которые лежат на стыке криминологии, юриспруденции, социологии и политических наук. Все они объединены одной чертой — они черпают теоретическое вдохновение за пределами смыслового поля юридических наук. Логика юридической науки — деонтологическая, рассматривающая системы долженствований и принципиально не чувствительная к эмпирическому аргументу, — чужда этим исследовательским направлениям. Благодаря в числе прочего этим теоретическим парадигмам и американской традиции правового реализма американская юриспруденция стала куда менее «юридической». В России же даже криминология является, скорее, отраслью юридического знания, работающей больше с нормой, чем с фактом, поэтому в российских реалиях такие эмпирические проекты, скорее, относятся к области социальных или политических наук.

⁶ По данным Судебного департамента при Верховном Суде РФ (форма 1 ведомственного статистического наблюдения, раздел 1). О причинах этого см.: [Панеях 2011; Трошев 2012; Волков et al. 2010].

⁷ Социологическое описание этого процесса см.: [Панеях, Титаев, Шклярчук 2014]; краткое описание российской системы уголовного судопроизводства будет дано ниже.

Эмпирической основой нашей работы стала простая случайная выборка из 10 тыс. приговоров по уголовным делам, рассмотренных районными судами в 2010–2011 гг. (из трёх уровней судебной системы, на которых уголовные дела рассматриваются в первой инстанции (мировые судьи, районные суды и суды субъектов федерации), именно районные рассматривают большую часть дел). Эти 10 тыс. решений были закодированы по 51 содержательной переменной. После июля 2011 г. российские суды обязаны размещать на сайтах полные тексты принятых решений [ФЗ-262 2008]. По оценкам на момент исследования, на сайтах размещались около 70% всех принятых решений. Кроме того, объяснительная часть данной статьи опирается на интервью с судьями, следователями, адвокатами, прокурорами и другими участниками уголовного судопроизводства. Эти данные нужны для того, чтобы попытаться объяснить общий механизм принятия решений в российской уголовной юстиции.

Обзор литературы и основные исследовательские вопросы

Первые статистические исследования проблем предварительного заключения появились в США в конце 1970-х гг.⁸ С тех пор в этой исследовательской области рассматриваются преимущественно три исследовательских вопроса. Первый связан с легальными и экстралегальными предикторами предварительного заключения (см., например: [Freiburger, Hilinski 2010]). Второй — с влиянием факта предварительного заключения на обвинительный или оправдательный вердикт, выбор вида наказания и определение его продолжительности (см. обзор более ранних работ в: [Sacks, Ackerman 2014]). Оба вопроса часто рассматриваются вместе в одной статье, как это сделано в классической работе Кассии Спон [Spohn 2008]. Мы поступим так же: вопросы о том, что влияет на предварительное заключение в России и на что оказывает влияние сам факт предварительного заключения, будут рассмотрены последовательно. Третья группа вопросов, которая разбирается в социальных исследованиях предварительного заключения, связана с проблемой влияния пребывания под стражей до суда на поведение после исполнения наказания. Эта группа вопросов особенно актуальна для исследований поведения несовершеннолетних или молодых осуждённых (см., например: [Frazier, Bishop 1987]). Эту группу вопросов мы оставим в стороне. Кроме того, нередко предварительное заключение рассматривается как один из многих факторов в исследованиях, цель которых выстроить модель вынесения приговора в целом⁹.

Все основные статистические исследования в этой сфере опираются либо на данные федеральных судов США (см.: [Spohn 2008]), либо на выборки, сделанные в нескольких судах графства в одном или нескольких штатах (см.: [Sacks, Ackerman 2014]). Нам удалось найти только одну статью, в которой этот вопрос рассматривается на неамериканском материале, она посвящена Израилю [Gazal-Aya, Sulitzeanu-Kenan 2010]. Что касается остальных стран, то по ним существуют лишь небольшие обзоры, описывающие общую роль предварительного заключения в правовой и правоприменительной ситуации той или иной страны (см.: [Hafetz 2002]). Отсутствие таких исследований особенно интересно с учётом того, что система предварительного заключения работает примерно одинаково в разных правовых системах и странах [Domingo, Denney 2013]. В отличие от множества иных правовых феноменов (например, от самого понятия «преступление», которое отграничивается от административного правонарушения по-разному в разных странах), логика назначения предварительного заключения и его функции и даже его возможная связь с последующим наказанием являются схожими в разных странах, поэтому, хотя масштабы использования института предварительного заключения и длительность этого заключения очень сильно меняются от страны к стране [Foglesong, Stone 2011; Schönleich 2013], мы считаем возможным анализировать российскую ситуацию с опорой на теоретические модели, созданные применительно к англо-американским правовым системам.

⁸ См. обзор ранних исследований: [Goldkamp 1983].

⁹ Развёрнутый анализ ранних исследований можно найти в работе [Chiricos, Bales 1991], краткое резюме современных исследований см. в: — [Ulmer 2012].

Ниже мы рассмотрим несколько ключевых дискуссий, которые разворачиваются в литературе о предварительном заключении. Во-первых, они касаются вопроса о том, какие факторы повышают или снижают вероятность предварительного заключения. Во-вторых, о том, какие факторы влияют на вероятность предварительного заключения сильнее — легальные или экстралегальные (в том числе идёт большая дискуссия о разграничении легального и экстралегального). В-третьих, обсуждаются социальные механизмы, которые определяют решение в пользу предварительного заключения, и механизмы влияния факта пребывания под стражей до суда на приговор. В рамках этого третьего направления есть две отдельные большие темы: роль возраста, гендера и расы; роль формальных правил назначения наказания (*sentencing guidelines*), которые были введены в США в начале 1980-х гг.¹⁰. И, в-четвёртых, ведётся дискуссия о непрямом влиянии расового и социального статусов на наказание через изменение досудебного положения подсудимого.

Что же влияет на вероятность избрания меры пресечения в виде заключения под стражу? Этот вопрос распадается на несколько частей. С одной стороны, это сами предикторы: обычно исследователи фиксируют эффект расы, этничности, гендера, возраста, образования и занятости [Freiburger, Hilinski 2010; Reitler, Sullivan, Frank 2013; Spohn 2013]. Некоторые авторы смотрят также на совместное влияние (интеракцию) расы, гендера, возраста и т. п. как на отдельные переменные [Freiburger, Hilinski 2010]. При этом иногда влияние оказывается различным для разных социальных групп [Reitler, Sullivan, Frank 2013] или для разных преступлений [Holmes, Daudistel, Farrell 1987].

С другой стороны, кроме выделения самих предикторов, существует вопрос о том, как интерпретировать их влияние. Обычно они рассматриваются как типичные неправовые (экстралегальные) факторы, такие как воспроизводство обычного гендерного неравенства в судах, дискриминация меньшинств и т. п. Однако в 2013 г. А. Райтлер, К. Салливан и Дж. Франк переинтерпретировали их как прокси-переменные для таких легальных факторов, как образование, связи с сообществом, семьёй и т. п. [Reitler, Sullivan, Frank 2013]. По закону, в США судья обязан учитывать все эти характеристики, принимая решение о заключении под стражу.

Первым вопросом, рассматриваемым в этой статье, будет следующий: какие факторы влияют на вероятность предварительного заключения в России? Дискуссия о правовых и неправовых факторах формально нерелевантна для России, поскольку Уголовно-процессуальный кодекс (УПК) устанавливает, что при избрании меры пресечения «должны учитываться... тяжесть преступления, сведения о личности подозреваемого или обвиняемого, его возраст, состояние здоровья, семейное положение, род занятий и другие обстоятельства» [УПК 2001: ст. 99]. Таким образом, любой экстралегальный фактор может быть отнесён к категории «другие обстоятельства» и учтён судьёй на вполне легальном основании. Это, однако, не умаляет значения построения формальной статистической модели избрания меры пресечения в России.

Второй вопрос данного исследования — это влияние факта предварительного заключения на исход дела в суде. Обычно последовательно рассматриваются влияние пребывания под стражей на решение о виновности (осуждён или оправдан) (см.: [Williams 2003]) или о прекращении дела в суде (см.: [Wheeler, Wheeler 1980]), решение о виде наказания (обычно как вероятность осуждения к реальному лишению свободы [Spohn 2013]) и о влиянии на размер наказания [Spohn 2013]. Во всех исследованиях демонстрируется, что факт предварительного заключения играет очень большую роль в выборе вида наказания. Влияние на вероятность оправдания или прекращения дела не столь значимо [Williams 2003]. Что же касается влияния на размер наказания, то здесь разные исследования показывают разные результаты.

¹⁰ Эту последнюю тему мы не будем здесь рассматривать, поскольку она абсолютно неактуальна для анализа российской ситуации. Желающие могут обратиться к специальным исследованиям и обзорам; см., например: [Spohn 2013].

Марианн Уильямс систематизировала и описала механизмы влияния пребывания в СИЗО до суда на решение судьи о назначении наказания в виде реального лишения свободы [Williams 2003]. Она показала, что, во-первых, на решение судьи может влиять предыдущее решение, которое, как, возможно, кажется судье, характеризует поведение осуждённого. Во-вторых, предварительное заключение бывает производным от экономического уклона суда (против бедных) как напрямую, так и через то, что у бедного обвиняемого меньше шансов на получение квалифицированной юридической помощи, что одновременно повышает и вероятность предварительного заключения, и вероятность осуждения к реальному лишению свободы (см. также: [Wheeler, Wheeler 1980]). В-третьих, пребывание под стражей до суда может быть маркером отсутствия должных связей с семьёй и сообществом, которые снижают вероятность осуждения к реальному заключению. И, конечно, все эти механизмы способны работать вместе. В более поздних работах они объединяются понятием пересборки обстоятельств дела в суде (*reassembling case disposition in court*) [Sacks, Ackerman 2012].

Ещё один вопрос, рассматриваемый в статье, связан с непрямым влиянием предварительного заключения. Если мы пренебрежём идеями Райтлер и её соавторов о том, что экстралегальных факторов, по сути не бывает [Reitler, Sullivan, Frank 2013], то увидим, что экстралегальные факторы играют очень большую роль в принятии решения о предварительном заключении и меньшую в решении об осуждении к реальному лишению свободы¹¹. Можем ли мы говорить о непрямом влиянии? Кассия Спон в обзоре работ о системе предварительного заключения тему описывает весь процесс принятия решения о заключении под стражу как не прямое влияние экстралегальных факторов на принятие решения об осуждении к тюремному заключению [Spohn 2013].

Последний вопрос этого исследования касается того, как влияет предварительное заключение на последующие решения российского суда, а точнее — на решения о прекращении дела, о виде наказания и его длительности. Кроме того, в конце статьи мы вернёмся к дискуссии о непрямом влиянии предварительного заключения.

Российская система уголовной юстиции: краткая справка

Для читателя, не имеющего юридической подготовки, дадим краткое описание российской системы уголовного преследования. В частности, обратим внимание на формальное регулирование вопросов предварительного заключения и на отличия от англо-американской системы, которая выступает для автора статьи источником теоретических моделей.

Российская правовая система принадлежит к континентальной правовой семье, в которой, в отличие от англо-американской системы общего права, бóльшую роль играют кодексы и другие нормы, принимаемые законодательной или исполнительной властью (по предметам их ведения), нежели прецедентные судебные решения. Кроме того, в российском законодательстве и особенно в правоприменении очень сильно влияние советской правовой системы (см. подробнее: [Solomon 2002]). Важнейшей её особенностью было формальное неравенство государства и гражданина. В 1993 г. эти принципы были исключены из нормативной базы, однако остаточное их влияние очень сильно¹².

¹¹ Возможно, эту проблему удалось бы снять, используя модели Дж. Хекмана [Heckman 1979]. Применительно к проблеме назначения наказаний в России см.: [Skougarevskiy, Volkov 2014; Скугаревский 2014]. Однако к вопросам предварительного заключения эти методы пока не применялись.

¹² В качестве свежего политического примера можно привести разворачивающуюся дискуссию о том, должны ли суды и следователи устанавливать «объективную истину». В этой ситуации подсудимый оказывается формально неравен обвинителю, так как не имеет никаких прав; следователь же, хотя бы теоретически, может установить объективную истину по делу. Кроме того, в этой ситуации, по сути, сливаются задачи судьи и следователя.

Система уголовной юстиции состоит из нескольких элементов. Во-первых, это оперативные работники, которые должны обнаружить подозреваемого. Они не играют большой роли с формальной точки зрения. Все формальные операции производит следователь¹³, который и формирует уголовное дело — пакет письменных формализованных доказательств, после апробации прокурора попадающий в суд. Именно с опорой на этот пакет документов рассматривается дело в российском суде. Это позволяет говорить о следователе как о ключевой фигуре в российском уголовном процессе. Следователь же обращается в суд с ходатайством об избрании меры пресечения в виде заключения под стражу. Суды поддерживают около 90% таких ходатайств¹⁴, что имеет определённые институциональные причины [Трошев 2012].

Для избрания меры пресечения в виде заключения под стражу российским законодательством установлены некоторые формальные условия. Подозреваемый должен намереваться скрыться или продолжить преступную деятельность либо намереваться влиять на свидетелей или жертву преступления. Кроме того, максимальное наказание по статье, по которой предъявлено обвинение, должно быть более трёх лет (более пяти — для несовершеннолетних обвиняемых). Однако обвиняемый может быть отправлен в СИЗО и по менее тяжким обвинениям, если у него нет места жительства в России (как правило, трактуемого как прописка) или его личность не установлена, или он уже скрывался от правосудия, или нарушил более мягкую меру пресечения, избранную в отношении него [УПК 2001: ст. 97, 108].

Подавляющее большинство (около 70%) уголовных дел в России рассматриваются районными судами — основной ступенью судов общей юрисдикции. Самые мелкие дела рассматриваются мировыми судами, самые тяжкие — судами субъектов федерации. С советских времён российские суды очень редко оправдывают обвиняемых (на уровне 0,3%)¹⁵, и это «исчезающее оправдание»¹⁶ жёстко связано с их организационной структурой и повседневной практикой [Панеях 2011; Трошев 2012].

Формально в российских судах судебская дискреция достаточно существенна. Дистанция между минимальным и максимальным наказанием очень велика (например, 6–15 лет за убийство), а формальных правил, которые понуждают судью снижать или увеличивать наказание с учётом конкретных обстоятельств, очень мало. В отличие от американской ситуации в России нет формальных правил назначения наказания, которые предписывали бы увеличение (или снижение) срока на определённую величину в зависимости от множества формальных показателей, таких как применение или неприменение огнестрельного оружия, совершение преступления в пьяном или трезвом виде и т. д. (впрочем, и в США они имеют рекомендательную силу). Российский судья должен сам учесть все обстоятельства и определить «вес» каждого.

Кроме того, российский уголовный закон отвергает принцип равного наказания за равное преступление. Уголовный кодекс понуждает судью учитывать личность обвиняемого и тем самым давать разным людям разные наказания за одинаковые преступления (как было показано раньше, тот же принцип прокламируется и применительно к предварительному заключению). Так, УК РФ требует, чтобы при назначении наказания судья учитывал «характер и степень общественной опасности преступления и личность виновного, в том числе обстоятельства, смягчающие и отягчающие наказание, а также влия-

¹³ Велика также роль дознавателя (для отдельных категорий дел) и руководителя следственного органа, однако для данного исследования эти детали не играют большой роли; см. подробнее: [Волков В. et al. 2012: гл. 1, 3; Панеях, Титаев, Шклярчук 2014].

¹⁴ По данным Судебного департамента при Верховном Суде РФ (форма 1 ведомственного статистического наблюдения, раздел 4).

¹⁵ Без учёта дел частного обвинения. Дела частного обвинения — это те, в которых потерпевший самостоятельно обращается в суд, а следствие, дознание и прокуратура не участвуют в доказывании по делу.

¹⁶ Термин П. Соломона; см.: [Соломон 2014].

ние назначенного наказания на исправление осуждённого и на условия жизни его семьи» [УК 1996: ч. 3, ст. 60]. При этом категория «личность виновного» в российском юридическом дискурсе крайне размыта. Она включает семейные и социальные связи, образование, место работы, должность и т. д. [Хун 2010]. Категория «личность виновного» не исключает из числа экстралегальных характеристик, поддающихся формализации, только расовый и этнический (но не диаспоральный) статус. При этом проблема расовой (но не этнической, которую, однако, всегда можно представить как диаспоральную) дискриминации не является первоочередной для российских судов.

Методология и данные

Для исследований, опирающихся на статистический инструментарий, логичнее использовать типовые, рутинные преступления, в отношении которых у судей и следователей существуют отработанные модели принятия решений. Преступления же, с которыми система сталкивается редко, будут расследоваться и разрешаться в суде гораздо менее предсказуемым путём. Кроме того, как показано в ранних исследованиях (см.: [Holmes, Daudistel, Farrell 1987]), для разных преступлений существуют разные механизмы влияния предварительного заключения. Для данного исследования были отобраны три типовых преступления, которые накрывают более 22% всей российской судимости¹⁷: причинение тяжкого вреда здоровью; кража; незаконное приобретение и хранение наркотиков. Эти три преступления принадлежат к трём принципиально разным (с точки зрения криминологии) видам преступности — насильственная, имущественная и преступность без жертв.

С июля 2010 г. российские суды обязаны публиковать все свои решения, принятые в открытом заседании, на своих сайтах [ФЗ-262 2008]. На момент сбора данных были опубликованы примерно 37%, однако никаких значимых смещений в публикации обнаружено не было [Поздняков 2011; Поздняков 2013, Результаты... 2013], то есть мы можем считать эти 37% репрезентативной выборкой из всех решений, принятых российскими районными судами. Однако в силу технологии анонимизации судебных решений, используемой российскими судами в соответствии с законом о защите персональных данных (обзор ситуации см.: [Поздняков 2013]), в текстах приговоров отсутствует важная для исследования часть информации (например, возраст или место жительства). Исследования, учитывающие эти параметры (но без возможности анализа роли предварительного заключения), проводятся на другой базе данных¹⁸.

В 2011 г. — первой половине 2012 г. Институт проблем правоприменения при Европейском университете в Санкт-Петербурге при поддержке Фонда Кэтрин и Дж. Макартуров собрал 10 тыс. приговоров, вынесенных районными судами в этот период¹⁹. Была использована двухступенчатая простая случайная выборка. На первом этапе случайным образом были отобраны 200 судов. На втором — в каждом суде были закодированы 50 решений, наиболее близких к случайно отобранной дате. Примерно в 20% судов не было обнаружено должного количества решений, и они были докомплектованы из резервной выборки судов. Понятно, что такая методика отбора повышает долю решений относительно мелких судов (размер районного суда в России варьируется: 1–60 судей) по сравнению с генеральной совокупностью. Однако, как было показано на несколько иных данных (см.: [Skougarevskiy, Volkov 2014]),

¹⁷ По данным Судебного департамента при Верховном Суде РФ (форма 1 ведомственного статистического наблюдения, раздел 1).

¹⁸ Институт проблем правоприменения при Европейском университете в Санкт-Петербурге ведётся анализ базы данных из 1 млн 600 тыс. судебных статистических карточек, в которых охарактеризованы подсудимые в России за 1,5 года. Однако таких параметров, как нахождение в предварительном заключении, явка с повинной и т. д., там нет. Первичные результаты представлены в работах: [Скугаревский 2014; Volkov 2014; Skougarevskiy, Volkov 2014;]. Проект находится в процессе реализации, и его основные результаты будут опубликованы позже.

¹⁹ Полностью дизайн проекта описан в работе: [Титаев 2011].

размер суда не оказывает значимого влияния на поведение судей, поэтому этим фактом можно пренебречь. Таким образом, мы можем говорить о том, что имеем дело с простой случайной выборкой из всех решений, принятых российскими судами в 2011 г. (выборка ограничивалась только решениями, вынесенными в 2011 г.). Общее качество данных, а также сравнение по таким показателям, как доля отдельных составов, доля женщин в числе судимых и т. д., с генеральной совокупностью (информация публикуется Судебным департаментом при Верховном Суде Российской Федерации) позволяют говорить о том, что мы имеем полностью репрезентативную выборку с известными ограничениями (не публикуются решения по сексуальным преступлениям и приговоры в отношении несовершеннолетних).

После отбора каждое решение кодировалось вручную (специально подготовленным вводчиком) более чем по 50 содержательным переменным. Автоматическое кодирование не представлялось возможным, поскольку российские суды используют разные термины для описания одного и того же факта и не используют единого шаблона оформления и опубликования документов. Переменные можно объединить в несколько групп: личные характеристики подсудимого (гендер, занятость, наличие несовершеннолетних детей, судимость и т. п.); характеристики преступления (статья УК, количество обвинений в деле и количество обвиняемых по делу); информация о поведении потерпевшего (примирение сторон, гражданский иск, рассмотренный в уголовном процессе); параметры процесса (особый порядок судебного разбирательства, гендер судьи, прокурора и адвоката); поведение подсудимого (признание вины, примирение сторон и т. п.). Все эти параметры описываются в решении суда по уголовному делу, которое кодировалось для создания описываемой базы данных. Описание кодировки и описательная статистика представлены в таблицах 1, 2 и 3. Некоторые из этих переменных общепонятны и не требуют специального объяснения (например, гендер), другие же (такие, как неславянская фамилия подсудимого) будут объяснены ниже. Далее эти же переменные используются как предикторы для оценки вероятности предварительного заключения или как «контроли» при оценке влияния предварительного заключения на исход дела, то есть в первой модели все описанные переменные (кроме характеристик приговора и факта предварительного заключения) рассматриваются нами как содержательные предикторы. В последующих моделях мы, собственно, тестируем связь между исходом судебного разбирательства (прекращение дела, осуждение к реальному лишению свободы, длительность заключения) и фактом предварительного заключения. Все остальные переменные интерпретируются как контрольные, позволяющие «снять» влияние прочих факторов на решение.

Как и в других подобных исследованиях (см.: [Williams 2003]) информация о факте предварительного заключения (на первом этапе), о прекращении дела, виде назначенного наказания и его длительности (на последующих этапах) анализируются как зависимые переменные. В России нет возможности использовать вероятность оправдания как зависимую переменную, поскольку доля оправданных в российских судах слишком мала.

«Неславянская фамилия» — это переменная, понимаемая в данном исследовании как прокси-показатель этничности. Российская криминальная статистика [Поздняков 2011; Шклярчук 2014] не фиксирует этничность, только гражданство. Однако же дискриминация по этническому признаку является одной из возможных гипотез. Переменная кодировалась на основании экспертной оценки вводчика.

Переменные «судимость» и «рецидив» возникают в связи со спецификой российского уголовного права. Рецидив в строго юридическом смысле — это наличие неснятой (непогашенной) судимости за умышленное преступление средней тяжести и выше, совершенное после совершеннолетия, по которому осуждённый направлялся в места лишения свободы [УК 1996: ст. 18]. При рецидиве наказание должно быть более суровым. Далеко не всякая судимость образует рецидив: в анализируемой выборке 41,4% судимых за кражу уже имели судимость, но лишь в 24,6% случаев эта судимость образовывала рецидив. Формально судимость последствий не имеет и может быть рассмотрена только как обстоятельство, характеризующее личность подсудимого.

Таблица 1

Описание и кодировка переменных

Переменные	Кодировка
Зависимые переменные:	
предварительное заключение	1 — подозреваемый был под стражей до суда; 0 — подозреваемый не был под стражей до суда
прекращение дела	1 — дело не было прекращено; 0 — дело прекращено
реальное лишение свободы	1 — приговор к реальному лишению свободы; 0 — приговор к иным мерам наказания
длительность реального лишения свободы	Годы
Личные характеристики:	
гендер	1 — мужчина; 0 — женщина
неславянская фамилия	1 — подозреваемый имеет неславянскую фамилию; 0 — прочее ¹⁷
безработность	1 — подозреваемый безработный; 0 — работающий
судимость	1 — подозреваемый судимый; 0 — подозреваемый несудимый
рецидив	1 — судимости образуют рецидив; 0 — судимости не образуют рецидив или их нет
дети	1 — имеются несовершеннолетние дети; 0 — отсутствуют несовершеннолетние дети
Характеристики преступления:	
количество обвиняемых по делу	Человек
количество обвинений по делу	Обвинений
Поведение обвиняемого и потерпевшего:	
примирение сторон	1 — в приговоре есть упоминание о примирении сторон; 0 — в приговоре нет упоминания о примирении сторон
признание вины	1 — обвиняемый признал себя виновным; 0 — обвиняемый не признал себя виновным
положительные характеристики	1 — в приговоре упоминаются положительные характеристики; 0 — в приговоре не упоминаются положительные характеристики
смягчающие обстоятельства	1 — в приговоре упоминаются важные смягчающие обстоятельства (п. п. «и», «к» ч. 1 ст. 61 УК РФ: явка с повинной и оказание помощи потерпевшему); 0 — в приговоре не упоминаются важные смягчающие обстоятельства

²⁰ В категорию «прочее» попадали как лица со славянской фамилией, так и лица с фамилиями, которые как неславянские вводчик определить затруднялся (например: Уходов).

Таблица 1. Окончание

Переменные	Кодировка
гражданский иск	1 — упоминается гражданский иск, рассматриваемый в уголовном процессе; 0 — не упоминается гражданский иск, рассматриваемый в уголовном процессе
Характеристики процесса:	
особый порядок	1 — дело рассматривается в особом порядке (аналог соглашения о признании вины); 0 — дело рассматривается в общем порядке
гендер судьи	1 — мужчина; 0 — женщина
гендер прокурора	1 — мужчина; 0 — женщина
гендер адвоката	1 — мужчина; 0 — женщина

Примирение сторон — это российский правовой институт, который позволяет для преступлений небольшой или средней тяжести декларировать примирение сторон, что даёт возможность воспользоваться одной из опций для прекращения дела в суде. Потерпевший в этом случае заявляет о примирении и, как правило, сообщает о той или иной компенсации со стороны подсудимого.

Положительные характеристики — это остаточный советский правовой институт, который состоит в предоставлении в суд документов с места работы, учёбы, жительства, от родственников и т. д. В характеристиках подсудимый описывается как общественно безопасный, вовлечённый в социальную жизнь, непьющий, способный исправиться без изоляции от общества и т. д. В данном исследовании эта переменная понимается как прокси-индикатор социальных связей. Условно наличие этих характеристик свидетельствует о существовании минимальных связей с каким-либо сообществом и о способности мотивировать адвоката (как правило, работающего по назначению) такие характеристики собрать и представить [Волков et al. 2012; Панях, Титаев, Шклярчук 2014].

Смягчающие обстоятельства: в нашей модели принимается во внимание только упоминание о тех смягчающих обстоятельствах, которые российским законодательством установлены как обязательные для учёта при назначении наказания, и это явка с повинной и оказание помощи потерпевшему непосредственно после преступления (п. п. «и», «к» ч. 1 ст. 61 УК РФ). Кроме того, их наличие говорит о том, что подсудимый имел относительно нормальные отношения со следователем, поскольку, как правило, именно следователь на практике фиксирует существование или отсутствие таких обстоятельств.

Присутствие гражданского иска, разрешаемого в ходе рассмотрения уголовного дела, — ещё один правовой институт, который позволяет рассматривать вопрос о компенсации ущерба, нанесённого преступлением, в ходе рассмотрения уголовного дела. В данном случае указывает на наличие (а) реального потерпевшего, (б) некоторого реального ущерба и (с) относительную активность потерпевшего.

Особый порядок судебного разбирательства — российский аналог сделки о признании вины. В России подсудимый полностью признаёт свою вину, после чего приговор выносится без рассмотрения дела по существу, но наказание не может быть больше, чем $\frac{2}{3}$ от максимально возможного по этой статье. Особый порядок судебного разбирательства является чрезвычайно популярной практикой, поскольку сильно облегчает работу и следствию, и суду.

В качестве основного инструмента анализа в статье использованы биномиальные регрессии. При анализе влияния предварительного заключения на длительность сроков — линейная регрессия (метод OLS). Этот метод позволяет увидеть направление влияния, оценить сравнительную силу и статистическую значимость различных предикторов. Основным его недостатком является то, что зависимость должна быть относительно линейной и достаточно стабильной на всём протяжении переменной. Зависимости (например, параболическая), которые не могут быть, пусть и с какой-то потерей объяснительной силы, сведены к линейным (как, например, может быть сведена гиперболическая), в таком анализе не видны. Однако с учётом того, что подавляющее большинство предикторов, как и большинство зависимых переменных, дихотомические, проблема нелинейных связей здесь не актуальна. При этом метод регрессионного анализа позволяет увидеть изолированный эффект той или иной переменной «при прочих равных», то есть зафиксировать, как в нашем случае, эффект от предварительного заключения при том же статусе судимости, том же числе подозреваемых по делу и т. д.

При той разновидности анализа, которая использована в нашей статье, необходимо предварительно разрешить важный методический вопрос. Он связан с необходимостью выбора пути анализа. С одной стороны, мы можем строить генеральную модель, анализируя вместе все преступления и все типы преступников. Этот путь позволяет увидеть усреднённый эффект всех основных переменных при прочих равных (такие исследования уже ведутся на российском материале; см.: [Volkov 2014; Skougarevskiy, Volkov 2014]) и увеличить размер анализируемой совокупности. Однако этот путь не даёт возможности учесть тот факт, что разные предикторы играют разную роль в случае разных преступлений, и создаёт большие трудности при интерпретации, поскольку требует введения понятия «среднее преступление». В этом исследовании выбрано альтернативное решение — отдельный анализ нескольких массовых, рутинизированных видов преступлений²¹, соответствующих трём частям статей Уголовного кодекса (статьи состоят из частей; внутри каждой описывается конкретное преступление, за которое предусматривается конкретное наказание; предусмотренные разными частями одной и той же статьи наказания могут сильно варьироваться²²).

Таблица 2

Описательная статистика для дихотомических переменных

Переменные	Вред здоровью (ч. 1 ст. 111 УК РФ)			Кража (ч. 2 ст. 158 УК РФ)			Хранение наркотиков (ч. 1 ст. 228 УК РФ)		
	N (чел.)	Доля (%)	Стандартная ошибка среднего (%)	N (чел.)	Доля (%)	Стандартная ошибка среднего (%)	N (чел.)	Доля (%)	Стандартная ошибка среднего (%)
Зависимые переменные:									
предварительное заключение	526	19,4	1,7	2799	16,6	0,7	791	12,1	1,2
непрекращение дела	518	99,4	0,3	2771	81,7	0,7	791	99,2	0,3

²¹ На первый взгляд имело бы смысл дополнительно представить и генеральную модель, в которой была бы показана общая картина, но в рамках данной статьи это сделать сложно, потому что потребует введения большого количества дополнительных контрольных переменных и разъяснения их смысла (например, наказание зависит от верхней планки наказания по данной статье, от того, считается ли преступление умышленным или неосторожным, не подпадает ли оно под какие-либо специальные ограничения и т. п.). Такой анализ, безусловно, важен, но должен быть предметом отдельного исследования.

²² Так, например, простая кража (ч. 1 ст. 158 УК РФ) предусматривает наказание до двух лет лишения свободы, а максимально отягощённая (ч. 4 ст. 158 УК РФ) — до 10 лет.

Таблица 2. Окончание

Переменные	Вред здоровью (ч. 1 ст. 111 УК РФ)			Кража (ч. 2 ст. 158 УК РФ)			Хранение наркотиков (ч. 1 ст. 228 УК РФ)		
	N (чел.)	Доля (%)	Стандартная ошибка среднего (%)	N (чел.)	Доля (%)	Стандартная ошибка среднего (%)	N (чел.)	Доля (%)	Стандартная ошибка среднего (%)
реальное лишение свободы	528	37,5	2,1	2815	26,1	0,8	795	24,3	1,5
Личные характеристики:									
гендер	527	73,2	1,9	2813	86,5	0,6	794	91,7	1,0
неславянская фамилия	521	3,6	0,8	2766	4,3	0,4	785	6,9	0,9
безработность;	528	25,6	1,9	2815	29,9	0,9	795	24,7	1,5
судимость;	528	22,5	1,8	2815	41,4	0,9	795	28,7	1,6
рецидив;	528	15,2	1,6	2815	24,6	0,8	795	17,2	1,3
дети	502	31,9	2,1	2551	24,1	0,8	756	28,2	1,6
Поведение обвиняемого и потерпевшего:									
примирение сторон	528	18,4	1,7	2815	25,9	0,8	795	6,4	0,9
признание вины	528	97,0	0,7	2815	98,9	0,2	795	98,0	0,5
положительные характеристики	528	58,9	2,1	2815	43,3	0,9	795	65,2	1,7
смягчающие обстоятельства	528	64,0	2,1	2815	62,7	0,9	795	45,5	1,8
гражданский иск	528	30,1	2,0	2815	21,5	0,8	795	0,4	0,2
Характеристики процесса:									
особый порядок	528	71,6	2,0	2815	73,0	0,8	795	85,4	1,3
гендер судьи	528	57,6	2,2	2815	52,0	0,9	795	54,6	1,8
гендер прокурора	481	61,1	2,2	2612	61,6	1,0	715	60,7	1,8
гендер адвоката	510	63,9	2,1	2721	60,8	0,9	763	51,6	1,8

Выдержки из УК РФ: пояснения к таблицам 1, 2, 3

Часть 1 статьи 111 УК РФ: «Умышленное причинение тяжкого вреда здоровью, опасного для жизни человека или повлекшего за собой потерю зрения, речи, слуха либо какого-либо органа или утрату органом его функций, прерывание беременности, психическое расстройство, заболевание наркоманией либо токсикоманией, или выразившегося в неизгладимом обезображивании лица, или вызвавшего значительную стойкую утрату общей трудоспособности не менее чем на одну треть или заведомо для виновного полную утрату профессиональной трудоспособности, — наказывается лишением свободы на срок до восьми лет» [УК РФ]. В год рассматривается около 50 тыс. таких дел. Каждый третий осуждается к лишению свободы.

Часть 2 статьи 158: «Кража [то есть тайное хищение чужого имущества], совершенная: а) группой лиц по предварительному сговору; б) с незаконным проникновением в помещение либо иное хранилище; в) с причинением значительного ущерба гражданину; г) из одежды, сумки или другой ручной клади, находившихся при потерпевшем, — наказывается штрафом в размере до двухсот тысяч рублей или в размере заработной платы или иного дохода осужден-

ного за период до восемнадцати месяцев, либо обязательными работами на срок до четырёхсот восьмидесяти часов, либо исправительными работами на срок до двух лет, либо принудительными работами на срок до пяти лет с ограничением свободы на срок до одного года или без такового, либо лишением свободы на срок до пяти лет с ограничением свободы на срок до одного года или без такового» [УК РФ]. Российские суды рассматривают более 150 тыс. таких дел в год. Вероятность осуждения к реальному лишению свободы 24,5%.

Часть 1 статьи 228: «Незаконные приобретение, хранение, перевозка, изготовление, переработка без цели сбыта наркотических средств, психотропных веществ или их аналогов в значительном размере, а также незаконные приобретение, хранение, перевозка без цели сбыта растений, содержащих наркотические средства или психотропные вещества, либо их частей, содержащих наркотические средства или психотропные вещества, в значительном размере — наказываются штрафом в размере до сорока тысяч рублей или в размере заработной платы или иного дохода осуждённого за период до трёх месяцев, либо обязательными работами на срок до четырёхсот восьмидесяти часов, либо исправительными работами на срок до двух лет, либо ограничением свободы на срок до трёх лет, либо лишением свободы на тот же срок» [УК РФ]. Более 50 тыс. человек осуждаются по этой статье ежегодно. Каждый пятый приговаривается к реальному лишению свободы.

Таблица 3

Описательная статистика для шкальных переменных

Переменные	Вред здоровью (ч. 1 ст. 111 УК РФ)			Кража (ч. 2 ст. 158 УК РФ)			Хранение наркотиков (ч. 1 ст. 228 УК РФ)		
	N (чел.)	Среднее	Стандартное отклонение	N (чел.)	Среднее	Стандартное отклонение	N (чел.)	Среднее	Стандартное отклонение
Зависимые переменные:									
длительность реального лишения свободы (лет)	198	2,508	0,981	733	1,55	0,604	192	1,43	1,232
Характеристики преступления:									
количество обвиняемых по делу (чел.)	528	1	0,062	2815	1,263	0,571	795	1,019	0,145
количество обвинений по делу (составы преступления)	523	1,034	0,275	2435	1,419	1,499	791	1,114	0,421

При интерпретации обнаруженных закономерностей также использовались качественные данные: более 100 интервью с судьями, следователями, оперативными работниками и адвокатами, собранные в рамках различных проектов Института проблем правоприменения. Основные качественные результаты этих исследований изложены в работах: [Волков 2012b; Волков et al. 2012; Панеях, Титаев, Шклярчук 2014].

Мы вынуждены отойти от традиционного для социологических текстов способа презентации качественных данных: в нашем тексте нет прямого цитирования экспертных интервью. Дело в том, что эксперты-юристы говорят очень часто на узкопрофессиональном языке или даже на профессиональном аргю, поэтому приводимые цитаты потребовали бы подробных комментариев, объясняющих смысл каждого значимого высказывания. Например: «Принятие обоснованного решения в порядке 144-й

145-й невозможно, если нет состава, на основании этого необходимо отказать в возбуждении», — говорит эксперт (следователь). Что это значит? Решение в порядке ст. 144–145 УПК — это решение о возбуждении уголовного дела или решение об отказе в возбуждении уголовного дела. Для того чтобы решение считалось обоснованным, должна иметься информация, на основании которой следователь может судить о том, имело место преступление или нет. Если получить такую информацию не представляется возможным, то следователь не имеет права принять решение и отказывает в возбуждении, но не на основании ст. 144–145, а в связи с неадекватностью их применения. Это очень важная причина того, почему правоохранительные органы избегают сложных и неочевидных дел. Однако, как видно из приведённого примера, использовать обширные цитаты из экспертных интервью довольно затруднительно в тексте, который посвящён преимущественно анализу статистики.

Результаты

Вероятность предварительного заключения

В этой части будут проанализированы факторы, которые влияют на вероятность заключения под стражу. Как было сказано выше, такое решение преимущественно принимает следователь, так как суды удовлетворяют около 90% подобных ходатайств. Российский УПК даёт следователю всего 48 часов после задержания подозреваемого на то, чтобы принять решение о ходатайстве о заключении под стражу и для того, чтобы собрать все необходимые документы. На практике это время ещё меньше: документы должны быть представлены в суд за 10 часов до истечения этого срока, а работа следователя начинается не сразу после задержания.

На этом этапе следователь, как правило, имеет стандартную персональную информацию о подозреваемом (пол, возраст, брачный и семейный статусы), о его легальном статусе (судимость, рецидив, статья или статьи обвинения, наличие соучастников), о наличии основных смягчающих обстоятельств. Кроме того, следователь с большой степенью точности прогнозирует, признает ли подсудимый вину, сможет ли он собрать положительные характеристики и то, как будет вести себя потерпевший. Все эти факторы играют важную роль в принятии следователем решения о ходатайстве о заключении под стражу. Понятно, что многие из этих параметров могут меняться по ходу следствия или даже судебного разбирательства, но, как показывают данные качественных исследований, происходит это крайне редко. Результаты регрессии для модели, включающей все перечисленные переменные, представлены в таблице 4.

Сравнительно большее количество значимых предикторов для кражи объясняется сравнительно большим объёмом выборки. В общем, работают два ключевых фактора, существенно увеличивающих вероятность предварительного заключения: статус «безработный» (exp (B) от 1,39 (для кражи) до 2,76 (для нанесения телесных повреждений)); факт судимости (но не рецидива) ещё значительно повышает вероятность предварительного заключения для всех преступлений.

Таблица 4

Результаты биномиальной регрессии для зависимой переменной «заключение под стражу до суда»

	Телесные повреждения			Кража			Хранение наркотиков		
	B	S. E.	Exp (B)	B	S. E.	Exp (B)	B	S. E.	Exp (B)
Гендер	0,650	(0,383)	1,915	0,122	(0,191)	1,130	0,332	(0,493)	1,394
Дети	-0,289	(0,307)	0,749	-0,277	(0,142)	0,758	0,390	(0,288)	1,477
Неславянская фамилия	0,650	(0,584)	1,916	0,516	(0,257)	1,675 ^a	-0,062	(0,469)	0,940
Безработный	0,731	(0,277)	2,076 ^b	0,329	(0,121)	1,390 ^b	0,689	(0,273)	1,992 ^a

Таблица 4. Окончание

	Телесные повреждения			Кража			Хранение наркотиков		
	B	S. E.	Exp (B)	B	S. E.	Exp (B)	B	S. E.	Exp (B)
Судимость	1,356	(0,409)	3,881 ^c	1,622	(0,161)	5,065 ^c	1,733	(0,336)	5,658 ^c
Рецидив	0,422	(0,447)	1,525	0,255	(0,139)	1,291	-0,017	(0,349)	0,983
Количество обвиняемых в деле	21,261	(2,4*10 ⁴)	1,7*10 ⁹	-0,205	(0,114)	0,815	1,465	(0,573)	4,328 ^a
Количество обвинений в деле	-0,238	(0,764)	0,788	0,237	(0,040)	1,268	1,134	(0,253)	3,109 ^c
Смягчающие обстоятельства	-0,685	(0,546)	0,504	0,336	(0,245)	1,400	-0,417	(0,408)	0,659
Примирение сторон	0,427	(0,332)	1,533	-0,022	(0,171)	0,979	0,030	(0,508)	1,030
Признание вины	-1,924	(0,643)	0,146 ^b	-1,946	(0,464)	0,143 ^c	-1,030	(0,607)	0,357
Положительные характеристики	-0,363	(0,270)	0,695	-0,252	(0,120)	0,778 ^a	-0,153	(0,272)	0,858
Гражданский иск (Константа)	0,261	(0,282)	1,299	0,539	(0,128)	1,714 ^c	-0,168	(1,452)	0,845
N		494			2417			744	
Nagelkerke R2		0,260			0,249			0,253	

Примечание: S. E. — стандартная ошибка; ^ap < 0,1; ^bp < 0,05; ^cp < 0,01.

Для наркотических преступлений важно количество обвинений (эпизодов) в деле. С нашей точки зрения, это инструментальное разделение судами и следователями реальных наркоторговцев и наркопотребителей, задержанных с дозами, предназначенными для личного потребления.

Признание вины резко снижает вероятность избрания меры пресечения в виде заключения под стражу. В интервью следователи утверждают, что на практике заключение под стражу имеет две фактические цели: предотвращение ситуации, в которой подозреваемый скроется, и стимуляция признания вины. Понятно, что, с точки зрения следователя, судимость и отсутствие постоянной работы резко повышают вероятность того, что подозреваемый скроется. Признание же вины (сотрудничество со следствием) часто выступает предметом торга, когда подозреваемому предлагают признать вину в обмен на избрание меры пресечения, не связанной с лишением свободы.

Наличие же гражданского иска в деле о краже (то есть наличие живого и активного потерпевшего) также резко повышает шансы на предварительное заключение. Деклассированные потерпевшие, как правило, не знают о существовании этого правового института и не имеют возможности нанять адвоката, который рассказал бы им о таком механизме.

Роль предварительного заключения в принятии решения о прекращении дела

В этом разделе будет проанализировано влияние факта предварительного заключения на вероятность прекращения дела. Прекращение дела — это юридическая техника, которая представлена во многих правовых системах, однако сильно отличается от страны к стране. Так, в отдельных случаях это решение принимает прокурор, в некоторых — следственный судья и т. д. Однако общий принцип сохраняется: это прекращение уголовного преследования в связи с его нецелесообразностью, в связи с исчезно-

вением основания для такого преследования или же в ситуации, когда обвиняемый понёс достаточное наказание или компенсировал ущерб. В России судья может прекратить уголовное дело, если подсудимый деятельно раскаялся или примирился с потерпевшим. Кроме того, некоторые следователи и судьи говорили в интервью, что прекращение дела работает как псевдооправдание в российском суде. Существует довольно много формальных ограничений, однако на практике важны лишь два: максимальное наказание по данной статье обвинения не может превышать пяти лет (преступления небольшой или средней тяжести), и в деле должна присутствовать реальная жертва, чтобы свидетельствовать о примирении или деятельном раскаянии²³ (что практически уничтожает возможность прекращения дела для преступлений без жертвы, то есть таких, как наркотические). Этим двум условиям в нашей выборке удовлетворяет только кража; нанесение же вреда здоровью — слишком тяжёлое преступление, а в делах о хранении наркотиков нет жертвы. Далее поэтому анализируется только кража.

В этом исследовании мы проконтролировали влияние предварительного заключения на прекращение дела по всем демографическим переменным, которые доступны судье на момент принятия решения (см. табл. 5). Так, мужской пол и наличие судимости резко снижают вероятность прекращения дела. Очевидным образом вероятность прекращения резко увеличивается в том случае, если имело место примирение сторон. Парадоксальным образом наличие детей значимо снижает вероятность прекращения дела. Однако здесь мы не имеем возможности разобрать детально влияние иных (не связанных с предварительным заключением) переменных, поскольку это выходит за рамки нашей статьи.

Таблица 5

Результаты биномиальной регрессии для зависимой переменной «прекращение уголовного дела»

	Кража		
	B	S. E.	Exp (B)
Предварительное заключение	2,439	(0,795)	11,462 ^c
Гендер подсудимого	0,790	(0,266)	2,203 ^c
Дети	0,607	(0,244)	1,836 ^b
Неславянская фамилия	0,184	(0,503)	1,202
Безработный	0,087	(0,220)	1,090
Судимость	2,856	(0,454)	17,392 ^c
Рецидив	16,524	(1290,851)	15 001 673,285
Количество обвиняемых по делу	0,338	(0,183)	1,403
Примирение сторон	- 3,932	(0,213)	0,020 ^c
Признание вины	- 18,475	(6143,054)	0,000
Гражданский иск	18,408	(1409,338)	98 694 648,129
(Константа)	20,085	(6143,055)	528 103 314,008
N		2383	
Nagelkerke R2		0,705	

Примечание: S. E. — стандартная ошибка; ^a p < 0,1; ^b p < 0,05; ^c p < 0,01.

²³ Доминирующее толкование ч. 1 ст. 75 УК РФ предполагает возмещение ущерба или заглаживание вреда от преступления как обязательную часть деятельного раскаяния (хотя напрямую из текста упомянутой статьи это не следует). Соответственно заглаживать вред или возместить ущерб в случае большинства «наркотических» преступлений технически невозможно.

Предварительное заключение является вторым (после судимости) по значимости предиктором, который снижает вероятность прекращения дела. Это объясняется тем (здесь мы опираемся на качественные данные), что прекращение дела, по которому подозреваемый был под стражей в суде, рассматривается как небольшой, но значимый «брак» в работе следователя, ходатайствовавшего о заключении под стражу, и судьи, принимавшего это решение. Иначе говоря, подсудимый достаточно «безопасен», чтобы прекратить дело, но недостаточно «безопасен», чтобы дать ему или ей возможность находиться на свободе до суда. К обязательному наказанию судьи или следователя такой сбой не ведёт, но создаёт некоторые служебные проблемы.

Можно, конечно, предположить, что представленные факторы не описывают полностью ту информацию, на основании которой принимается решение, однако качественные данные позволяют отвести эту гипотезу (то же будет касаться и следующих двух разделов этой статьи). Дело в том, что при рассмотрении уголовного дела судья и прокурор владеют очень небольшой информацией о подсудимом (как правило, они впервые видят его в зале суда). Процедура же судебного следствия и особенно предварительного слушания дела (в ходе которого на практике принимается решение о прекращении дела) препятствует ознакомлению суда и прокурора с какой-либо информацией о подсудимом, кроме представленной в уголовном деле (она соответственно включена в нашу модель, за исключением оговорённой недоступной: возраст, образование, место проживания и т. п.). Это предположение подтверждает тот факт, что псевдо- R^2 достигает 0,7, то есть представленные факторы объясняют более 70% вариации зависимой переменной.

Также стоит заметить, что после проверки из представленной модели были исключены ситуации, в которых подсудимый избрал особый порядок судебного разбирательства. Сделка о признании вины в российской практике является институтом, который блокирует переход к прекращению дела. Если формально заявлено разбирательство в особом порядке, то о прекращении дела речи быть не может. Нельзя, конечно, исключать вероятности того, что отсутствие таких дел — это артефакт манеры записи информации в итоговом решении. Возможно, если дело прекращается, то в постановлении о прекращении попросту не фиксируется тот факт, что подсудимый пытался ходатайствовать о рассмотрении его дела в особом порядке.

Таким образом, предварительное заключение — один из двух важнейших предикторов прекращения дела (точнее, того факта, что дело не будет прекращено).

Предварительное заключение и наказание в виде реального лишения свободы

В этом разделе анализируется влияние предварительного заключения на вероятность назначения наказания в виде реального лишения свободы. Как показывают экспертные интервью с судьями и прокурорами, на практике судья выбирает между двумя видами наказания — реальным лишением свободы и всеми прочими видами наказаний. Выбор конкретного вида наказания из не связанных с лишением свободы является более техническим и обусловлен конкретными социально-экономическими характеристиками подсудимого. Так, например, занятость подсудимого сильно влияет на выбор судьи между штрафом и исправительными работами (безработного глупо приговаривать к штрафу). Также и в мировой научной литературе, как правило, анализируется вероятность назначения наказания, связанного с реальным лишением свободы (*incarceration*), как следующего (после решений о виновности или невиновности и о прекращении или непрекращении дела) решения, принимаемого судьёй. Здесь и далее мы исключили прекращённые дела из анализируемой совокупности.

Предложенные предикторы (см. табл. 6) отвечают за 57–64% вариации для разных типов преступлений. Наиболее значимыми факторами, увеличивающими вероятность осуждения к реальному лишению сво-

боды, являются факт предварительного заключения и факт наличия судимости; при этом судимость несколько сильнее повышает вероятность осуждения к реальному лишению свободы. Наиболее велика роль предварительного заключения для нанесения тяжкого вреда здоровью, наименее — для кражи.

Для нанесения тяжкого вреда здоровью важным предиктором получения наказания, не связанного с лишением свободы, также являются примирение сторон и наличие социальных связей (операционализованные через предоставление положительных характеристик). Парадоксальным образом использование особого порядка судебного разбирательства (сделка о признании вины) существенно повышает вероятность получения реального срока.

Таблица 6

**Результаты биномиальной регрессии для зависимой переменной
«наказание в виде реального лишения свободы»**

	Вред здоровью			Кража			Хранение наркотиков		
	B	S. E.	Exp (B)	B	S. E.	Exp (B)	B	S. E.	Exp (B)
Предварительное заключение	2,780	(0,447)	16,115 ^c	1,909	(0,161)	6,744 ^c	2,252	(0,414)	9,503 ^c
Гендер	0,508	(0,354)	1,661	0,590	(0,220)	1,804 ^c	-0,503	(0,555)	0,605
Дети	0,021	(0,322)	1,021	-0,253	(0,154)	0,777	-0,212	(0,324)	0,809
Неславянская фамилия	-0,841	(0,785)	0,431	0,779	(0,287)	2,180 ^c	1,346	(0,459)	3,840 ^c
Безработный	0,059	(0,328)	1,060	-0,150	(0,140)	0,861	0,073	(0,322)	1,076
Судимость	2,250	(0,519)	9,491 ^c	2,232	(0,184)	9,316 ^c	2,305	(0,381)	10,019 ^c
Рецидив	1,303	(0,674)	3,682 ^a	0,724	(0,149)	2,064 ^c	1,634	(0,400)	5,125 ^c
Количество обвиняемых в деле	-3,969	(3,201)	0,019	-0,222	(0,127)	0,801 ^a	0,881	(0,792)	2,414
Количество обвинений в деле	1,352	(0,771)	3,863 ^a	0,267	(0,060)	1,306 ^c	2,010	(0,382)	7,462 ^c
Смягчающие обстоятельства	0,400	(1,014)	1,492	1,081	(0,317)	2,949 ^c	-0,363	(0,491)	0,695
Примирение сторон	-0,836	(0,414)	0,433 ^b	-0,592	(0,200)	0,553 ^c	-0,085	(0,518)	0,918
Признание вины	-1,233	(0,941)	0,292	-3,112	(0,701)	0,045 ^c	-1,647	(1,030)	0,193
Положительные характеристики	-1,051	(0,301)	0,350 ^c	-0,675	(0,132)	0,509 ^c	-0,481	(0,298)	0,618
Особый порядок	0,443	(0,320)	1,557 ^b	0,532	(0,150)	1,702	-0,973	(2,108)	0,378
Пол судьи	-0,766	(0,336)	0,465	0,250	(0,182)	1,284	-0,610	(0,410)	0,543
Пол прокурора	0,110	(0,295)	1,116	0,087	(0,130)	1,091	-0,020	(0,288)	0,981
Пол адвоката	0,241	(0,304)	1,273	0,025	(0,135)	1,025	0,464	(0,297)	1,590
Гражданский иск (Константа)	-0,096	(0,303)	0,909	0,050	(0,134)	1,052	-0,086	(0,289)	0,918
	2,332	(3,490)	10,301	-1,562	(0,761)	0,210	-3,165	(1,542)	0,042 ^b
N		426			2144			614	
Nagelkerke R2		0,590			0,566			0,636	

Примечание: S. E. — стандартная ошибка; ^a p < 0,1; ^b p < 0,05; ^c p < 0,01.

Для дел о хранении наркотиков, наряду с двумя основными предикторами, роль играют количество обвинений в деле и рецидив преступления. Как уже говорилось выше, в таких делах для судей важно

разделить реального продавца и потребителя, задержанного с крупной дозой для личного потребления. Такие характеристики, как рецидив и общее количество эпизодов (преступлений), позволяют судье операционализировать это различие. Роль неславянской фамилии подсудимого, которая видна в этих делах, заслуживает отдельного исследования.

Количество значимых факторов для краж самое большое, что, безусловно, объясняется объёмом выборки. Наряду с двумя главными факторами, вероятность реального срока увеличивают мужской пол, рецидив и количество обвинений в деле. Парадоксальным образом наличие смягчающих обстоятельств повышает и вероятность осуждения к реальному лишению свободы. Также просматривается влияние неславянской фамилии. Снижают вероятность осуждения к реальному лишению свободы признание вины, положительные характеристики и примирение сторон.

Однако подчеркнём ещё раз: пребывание в СИЗО до суда является одним из двух важнейших предикторов осуждения к реальному лишению свободы. Здесь, как можно предположить, опираясь на качественные данные, срабатывает тот же стереотип, что и в случае с прекращением дела. Подсудимый, достаточно опасный, чтобы находиться за решёткой до суда, не может не оказаться достаточно опасным и для того, чтобы наверняка попасть за решётку и после приговора.

Влияние предварительного заключения на длительность заключения

Данный раздел статьи посвящён вопросу о влиянии предварительного заключения на длительность заключения осуждённых к реальному лишению свободы. Вначале нужно сделать два методологических замечания. Во-первых, данные для нанесения ущерба здоровью и хранения наркотиков приводятся лишь справочно, поскольку корректность регрессионного анализа на выборках такого размера (160 и 155 кейсов соответственно) вызывает большие сомнения. Во-вторых, более корректной была бы кодировка зависимой переменной как логарифма длительности срока, но мы предпочли более легко интерпретируемую модель.

Таблица 7

**Результаты линейной регрессии для зависимой переменной
«длительность срока реального лишения свободы»**

	Вред здоровью		Кража		Хранение наркотиков	
	B	S. E.	B	S. E.	B	S. E.
(Константа)	3,751	0,827	1,466	0,186	2,313	0,636
Предварительное заключение	0,229	0,162	0,001	0,049	0,176	0,162
Гендер	-0,189	0,235	0,103	0,087	-0,403	0,244
Дети	-0,234	0,177	-0,035	0,060	0,062	0,177
Неславянская фамилия	0,067	0,354	0,099	0,099	0,456 ^b	0,220
Безработный	0,035	0,162	0,081	0,052	-0,019	0,162
Судимость	0,764 ^c	0,240	0,180 ^b	0,086	-0,088	0,248
Рецидив	-0,121	0,243	0,203 ^c	0,054	-0,029	0,199
Количество обвиняемых в деле	-0,050	0,708	0,080 ^a	0,044	-0,020	0,379
Количество обвинений в деле	-0,442	0,345	0,007	0,012	-0,055	0,113
Смягчающие обстоятельства	0,016	0,177	-0,044	0,063	0,191	0,163
Примирение сторон	-0,197	0,227	0,217 ^c	0,079	2,090 ^c	0,277
Признание вины	-0,640 ^a	0,377	-0,259 ^a	0,147	-0,157	0,333
Положительные характеристики	-0,102	0,155	-0,023	0,050	-0,102	0,155

Таблица 7. Окончание

	Вред здоровью		Кража		Хранение наркотиков	
	B	S. E.	B	S. E.	B	S. E.
Гражданский иск	-0,141	0,164	0,109 ^b	0,050	-0,427	0,685
Особый порядок	-0,466 ^c	0,172	-0,174 ^c	0,067	-0,658 ^c	0,200
Пол судьи	0,186	0,162	-0,023	0,047	-0,146	0,149
Пол прокурора	-0,136	0,154	-0,030	0,049	-0,141	0,159
Пол адвоката	0,068	0,157	-0,027	0,049	0,094	0,153
N	160		619		155	
Adj. R2	0,162		0,079		0,367	

Примечание: ^ap < 0,1; ^bp < 0,05; ^cp < 0,01.

Как видно из таблицы 7, факт предварительного заключения не оказывает значимого влияния на длительность наказания. Для кражи роль играют судимость и рецидив (плюс два и плюс три месяца соответственно); относительно «сильный» потерпевший (наличие гражданского иска) также увеличивает среднее наказание при прочих равных на полтора месяца. Использование особого порядка снижает наказание в среднем на два месяца. Примирение же сторон парадоксальным образом увеличивает размер наказания на два с половиной месяца. Признание вины, хотя и с низкой значимостью, снижает наказание на три месяца в среднем при прочих равных. При этом речь идёт исключительно об отсутствии значимой линейной зависимости. Безусловно, возможны более сложные формы связи, которые остаются за рамками нашего анализа.

Основные выводы

Предварительное заключение — ключевой фактор при принятии решения о типе наказания. Тенденция сохраняется и при введении всех основных контрольных переменных. Этот факт напоминает ситуацию в США [Freiburger, Hilinski 2010]. Как и в Штатах, в России предварительное заключение оказывает очень большое влияние на решение о назначении наказания в виде реального лишения свободы. Важнее этого фактора только наличие судимости. Выше было показано, что большую роль в этом играет институциональное устройство российской судебной системы, что, однако, не отрицает трёх классических факторов [Williams 2003] — экономического уклона (как доступа к качественной юридической помощи), предубеждённости судьи и эффекта семейной поддержки. При этом мы можем говорить о том, что модель довольно полно описывает общий механизм принятия решения, отвечая более чем за половину вариации зависимой переменной. Если мера пресечения избирается с опорой на экстралегальные факторы в значительной степени, то соответственно затем эти факторы оказывают влияние уже опосредованно на принятие решения о прекращении дела.

В то же время предварительное заключение — очень важный фактор для принятия решения о прекращении дела. Если мы сравним его с влиянием на вердикт в США [Williams 2003], то увидим, что роль предварительного заключения в этих двух случаях неодинакова: в США влияние гораздо слабее и не такое однозначное. Прекращение дела, подсудимый по которому был в СИЗО, создаёт очень большие вопросы к качеству решения об избрании меры пресечения в виде заключения под стражу. В США же вердикт выносится жюри присяжных, которые не включены в судебную корпорацию и не столь сильно зависят от институциональных рамок судебной машины. Учитывая, что приведённый набор факторов объясняет 70% вариации для дел о кражах, мы можем говорить о том, что предварительное заключение оказывается одной из важнейших причин прекращения и (или) прекращения дела в суде.

В России предварительное заключение существенно не влияет на длительность заключения (если говорить о линейной зависимости), в отличие от США [Spohn 2013]. В нашем исследовании на российском материале эта закономерность может быть объяснена недостаточным объёмом выборки для фиксации этого эффекта или же укоренена в российской модели назначения наказания. Российский способ определения срока лишения свободы формально очень свободный (в отличие от США), но реально очень формализован. Судьи хорошо знают средний срок наказания по каждому составу преступления и «принятые» нормы увеличения и (или) снижения в связи со всеми важными легальными и экстралегальными предикторами. Факт нахождения под стражей до суда ни формально, ни неформально в число таких характеристик не входит.

Ключевые факторы, влияющие на вероятность предварительного заключения, — это судимость, безработность и признание вины (кроме дел о хранении наркотиков). Интересно то, что классические социодемографические факторы, такие как пол, детность, псевдоэтничность и т. п., в России (в отличие от Америки [Williams 2003; Spohn 2008; Sacks, Ackerman 2014]) влияния на решения суда не оказывают. При этом приведённые переменные ответственны только за 25% вариации признака «предварительное заключение». Однако мы можем с уверенностью говорить о том, что роль факторов, которые не могут быть сведены к легальным (основная гипотеза исследования), если не решающая, то велика.

Конечно, данная модель не свободна от потери важных объясняющих переменных (*omitted variable bias*) [Mustard 2003]. Однако экспертные интервью и обсуждения результатов работы с практиками этой сферы позволяют говорить о том, что на уровне теоретической литературы и на уровне практической деятельности найти такие переменные не удалось.

Однако остаётся один важный вопрос: можно ли говорить о том, что предварительное заключение — это инструмент непрямого влияния экстралегальных факторов на финальное решение? С одной стороны, да, можно, поскольку на вероятность предварительного заключения в первую очередь влияют безработность и судимость (а не рецидив), предварительное же заключение, в свою очередь, резко снижает вероятность прекращения дела и получения наказания, не связанного с реальным лишением свободы. С другой стороны, нельзя, поскольку в российской правовой системе судья обязан учитывать «личные характеристики подозреваемого», и, таким образом, всякое экстралегальное влияние оказывается легализованным.

Данное исследование, как нам кажется, хорошо иллюстрирует ту своеобразную позицию, в которой находится сейчас эмпирическая социология права. Принципиально новый подход к исследовательской работе и к самой постановке вопросов и в сфере академической, и в сфере практической переносится в поле, от социологических методов анализа принципиально далёкое и где есть собственная мощная традиция «исследовательской» работы, — в поле юриспруденции.

В чём-то это повторяет путь, ранее пройденный экономической социологией. Экспансия социологических объяснительных моделей и данных (изредка — методов) в поле экономики во второй половине 1970-х — начале 1980-х гг. далеко не всегда шла легко. Однако то, что мы наблюдаем ныне, — значительное поглощение экономикой как социологических данных, так и многих объяснительных моделей (но не логики постановки вопроса и не способа рассуждения/построения исследования) — это во многом цель развития социологии права.

Тем не менее принципиальное различие есть: если логика и экономики, и социологии в конечном счёте эмпирическая (то есть если не всякое суждение, то их большинство может быть проверено и опровергнуто с опорой на эмпирические данные таким образом, что это устроит и социологов, и экономистов), то с юриспруденцией всё иначе, поскольку область знания, принципиально отвергающая идею

эмпирического аргумента и сводящая всё к аргументу «от должного», гораздо сильнее сопротивляется любому новому знанию.

Есть, впрочем, и два принципиальных сходства: и на стыке социологии и экономики, и на стыке общественных наук и права фундаментом продвижения становятся (как мы наблюдаем в англо-американском мире) сильные эмпирические исследования, которые во многом ломают привычный взгляд на то, как устроена эта часть реальности. Одновременно (и это вторая общая черта) вход в новое поле потребовал от исследователей (в США в первую очередь) ознакомления с принципиально новой реальностью — экономической (не в смысле науки, но в смысле хозяйства) и правовой. При этом процесс освоения «матчасти» оказал огромное влияние на развитие социологии как таковой: решение новых проблем и столкновение с новыми реалиями принципиально расширили горизонты науки в целом.

Литература

- Волков В. (ред.) 2011. *Право и правоприменение в России: междисциплинарные исследования*. Сборник статей. М.: Статут.
- Волков В. (ред.) 2012а. *Как судьи принимают решения: эмпирические исследования права*. Сборник статей. М.: Статут.
- Волков В. (ред.) 2012б. *Российские судьи как профессиональная группа: социологическое исследование*. СПб.: ИПП ЕУСПб.
- Волков В. et al. 2010. *Обвинительный уклон в уголовном процессе: фактор прокурора. Анализ статистики* (Серия «Аналитические записки по проблемам правоприменения»). СПб.: ИПП при ЕУ СПб.
- Волков В. et al. 2012. *Правоохранительная деятельность в России: структура, функционирование, пути реформирования*. Аналитический доклад. СПб.: ИПП ЕУ СПб.
- Масловская Е. 2009. Суд присяжных в современной России: юридический дискурс и социологический анализ. *Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского*. 4: 244–248.
- Панеях Э. 2011. Траектория уголовного дела и обвинительный уклон в российском суде. В сб.: Волков В. (ред.). *Право и правоприменение в России: междисциплинарные исследования*. Сборник статей. М.: Статут; 150–177.
- Панеях Э., Титаев К., Шклярчук М. 2014 (готовится к печати). *Траектория уголовного дела: институциональный анализ работы уголовной юстиции*.
- Поздняков М. 2011. *Мониторинг открытости правосудия*. СПб.: ИПП ЕУ СПб.
- Поздняков М. 2013. *Практическая реализация принципа открытости правосудия в Российской Федерации*. СПб.: ИПП ЕУ СПб.
- Результаты мониторинга официальных сайтов федеральных органов исполнительной власти -2013 (Рейтинг открытости официальных сайтов ФОИВ-2013)*. СПб.: ФСИ.
- Скугаревский Д. (отв. ред.). 2014 (в печати). *Уголовная юстиция России в 2009 г. Комплексный анализ судебной статистики* СПб.: ИПП ЕУ СПб.

- Соломон П. 2014. Случай исчезающего оправдания: неформальные нормы и практики советской уголовной юстиции. В кн.: Панеях Э. Л. (отв. ред.) *Право и правоприменение в зеркале социальных наук: хрестоматия современных текстов*. М.: Статут; 456–482.
- Титаев К. 2011. Как суды принимают решения: исследование влияния внеправовых факторов на российские суды. *Экономическая социология*. 12 (4): 122–125. URL: <http://ecsoc.hse.ru/2011-12-4.html>
- Трошев А. 2012. Как судьи арестовывают и оправдывают: советское наследие в уголовном судопроизводстве. В сб.: *Как судьи принимают решения: эмпирические исследования права*. Сборник статей. М.: Статут; 18–53.
- УК 1996. *Уголовный кодекс Российской Федерации* от 13.06.1996 № 63-ФЗ. С изменениями и дополнениями на 01.01.2014.
- УПК 2001. *Уголовно-процессуальный кодекс Российской Федерации* от 18.12.2001 № 174-ФЗ. С изменениями и дополнениями на 01.01.2014.
- ФЗ-262 2008. Федеральный закон от 22 декабря 2008 г. № 262-ФЗ «Об обеспечении доступа к информации о деятельности судов в Российской Федерации».
- Хун А. 2010. Учёт личности виновного при назначении наказания. *Общество и право*. 5: 94–99.
- Шклярук М. 2014. *Траектория уголовного дела в официальной статистике на примере обобщённой статистики правоохранительных органов* (под ред. К. Титаева, Э. Панеях). Серия «Аналитический обзор по проблемам правоприменения». СПб.: ИПП ЕУ СПб.
- Chiricos T., Bales W. D. 1991. Unemployment and Punishment: An Empirical Assessment. *Criminology*. 29 (4): 701–724.
- Chiricos T., Crawford C. 1995. Race and Imprisonment: A Contextual Assessment of the Evidence. *Ethnicity, Race, and Crime: Perspectives across Time and Place*. 13: 281–309.
- Domingo P., Denney L. 2013. *The Political Economy of Pretrial Detention*. London: ODI.
- Foglesong T., Stone C. 2011. *Prison Exit Samples as a Source for Indicators of Pretrial Detention*. Indicators in Development: Safety and Justice Series, Program in Criminal Justice Policy and Management, Harvard Kennedy School.
- Frazier C., Bishop D. 1985. Pretrial Detention of Juveniles and Its Impact on Case Dispositions. *The Journal of Criminal Law and Criminology*. 76: 1132–1152.
- Freiburger T., Hilinski C. 2010. The Impact of Race, Gender, and Age on the Pretrial Decision. *Criminal Justice Review*. 35 (3): 318–334.
- Gazal-Ayal O., Sulitzeanu-Kenan R. 2010. Let My People Go: Ethnic In-Group Bias in Judicial Decisions — Evidence from a Randomized Natural Experiment. *Journal of Empirical Legal Studies*. 7 (3): 403–428.
- Goldkamp J. 1983. Questioning the Practice of Pretrial Detention: Some Empirical Evidence from Philadelphia. *The Journal of Criminal Law and Criminology*. 74 (4): 1556–1588.

- Hafetz J. 2002. Pretrial Detention, Human Rights, and Judicial Reform in Latin America. *Fordham Int'l LJ*. 26: 1754–1777.
- Heckman J. 1979. Sample Selection Bias as a Specification Error. *Econometrica*. 47 (1): 153–161.
- Holmes M., Daudistel H., Farrell R. 1987. Determinants of Charge Reductions and Final Dispositions in Cases of Burglary and Robbery. *Journal of Research in Crime and Delinquency*. 24 (3): 233–254.
- Humphrey J., Fogarty T. 1987. Race and Plea Bargained Outcomes: A Research Note. *Social Forces*. 66 (1): 176–182.
- Mustard D. 2003. Reexamining Criminal Behavior: The Importance of Omitted Variable Bias. *Review of Economics and Statistics*. 85 (1): 205–211.
- Reitler A., Sullivan C., Frank J. 2013. The Effects of Legal and Extralegal Factors on Detention Decisions in US District Courts. *Justice Quarterly*. 30 (2): 340–368.
- Sacks M., Ackerman A. 2012. Pretrial Detention and Guilty Pleas: If They cannot Afford Bail They must be Guilty. *Criminal Justice Studies*. 25 (3): 265–278.
- Sacks M., Ackerman A. 2014. Bail and Sentencing Does Pretrial Detention Lead to Harsher Punishment? *Criminal Justice Policy Review*. 25 (1): 59–77.
- Schönteich M. 2013. The Overuse of Pretrial Detention: Causes and Consequences: Martin Schönteich Examines Arbitrary and Excessive Pretrial Imprisonment. *Criminal Justice Matters*. 92 (1): 18–19.
- Sellin T. 1928. Negro Criminal. A Statistical Note. *Annals of the American Academy of Political and Social Science*. 140: 52–64.
- Skougarevskiy D., Volkov V. 2014 (forthcoming). *Criminal Justice in Russia: Towards a Unified Sentencing Model*.
- Solomon P., Jr. 2002. Putin's Judicial Reform: Making Judges Accountable as well as Independent. *E. Eur. Const. Rev.* 11: 117–118.
- Solomon P., Jr. 2008. Assessing the Courts in Russia: Parameters of Progress under Putin. *Demokratizatsiya*. 16 (1): 63–74.
- Spohn C. 2008. Race, Sex, and Pretrial Detention in Federal Court: Indirect Effects and Cumulative Disadvantage. *U. Kan. L. Rev.* 57: 879–901.
- Spohn C. 2013. The Effects of the Offender's Race, Ethnicity, and Sex on Federal Sentencing Outcomes in the Guidelines Era. *Law & Contemp. Prob.* 76: 75–104.
- Ulmer J. 2012. Recent Developments and New Directions in Sentencing Research. *Justice Quarterly*. 29 (1): 1–40.

- Volkov V. 2014. *Socioeconomic Status and Sentencing Disparities: Evidence from Russia's Criminal Courts*. Working paper IRL-01/2014. The European University at St. Petersburg, The Institute for the Rule of Law.
- Wheeler G., Wheeler C. 1980. Reflections on Legal Representation of the Economically Disadvantaged: Beyond Assembly Line Justice Type of Counsel, Pretrial Detention, and Outcomes in Houston. *Crime & Delinquency*. 26 (3): 319–332.
- Williams M. 2003. The Effect of Pretrial Detention on Imprisonment Decisions. *Criminal Justice Review*. 28 (2): 299–316.

BEYOND THE BORDERS

Kirill Titaev

Pretrial Detention in Russian Criminal Justice: Sociological Analysis of the Probability of Pretrial Detention and its Influence on Court Decisions

TITAEV, Kirill Dmitrievich — MA in Sociology (EU SPb, Helsinki University), Senior Research Fellow at the Institute for the Rule of Law at the European University at St. Petersburg. Address: 3A Gagarinskaya str., 191187, St. Petersburg, Russian Federation.

Email: ktitaev@eu.spb.ru

Abstract

This article is based on the sample of 10 000 decisions of Russian criminal courts and series of expert interviews with judges, investigators, prosecutors and attorneys. In the text, I analyze the probability of pretrial detention and the influence of this decision on the following court behavior. Empirical data is the simple random sample from the decisions published on the websites of Russian district courts (the main level in the system of Russian criminal justice) during 2011. There are two groups of questions in the world scholarly discussion. The first group is bound up with the role of various strongly extralegal (like a gender and a race) and semi-extralegal (like a socioeconomic status and an educational level) characteristics of the defendant in the decision about pretrial detention or release. The second

group deals with the effects of pretrial detention on other court decisions (dismissing of the case, the type of punishment and the length of incarceration). These questions are resolved in this article using regression models. The probability of pretrial detention in Russia is statistically significantly higher for unemployed defendants and defendants with informal criminal records. The fact of pretrial detention is closely associated with the probability of case dismissal. The defendants who are detained before trial have less probability of case dismissal. In addition, pretrial detention increases the probability of incarceration as a form of punishment. The linear influence of the pretrial detention on the length of incarceration is not statistically significant.

Key words: sociology of law; sentencing research; empirical legal studies; pretrial detention; criminal justice; court decision.

References

- Chiricos T., Bales W. D. (1991) Unemployment and Punishment: An Empirical Assessment. *Criminology*, vol. 29, no 4, pp. 701–724.
- Chiricos T., Crawford C. (1995) Race and Imprisonment: A Contextual Assessment of the Evidence. *Ethnicity, Race, and Crime: Perspectives across Time and Place*, vol. 13, pp. 281–309.
- Domingo P., Denney L. (2013) *The Political Economy of Pretrial Detention*. London: ODI.
- Foglesong T., Stone C. (2011) *Prison Exit Samples as a Source for Indicators of Pretrial Detention*. Indicators in Development: Safety and Justice Series, Program in Criminal Justice Policy and Management, Harvard Kennedy School.

- Frazier C., Bishop D. (1985) Pretrial Detention of Juveniles and Its Impact on Case Dispositions. *The Journal of Criminal Law and Criminology*, vol. 76, pp. 1132–1152.
- Freiburger T., Hilinski C. (2010) The Impact of Race, Gender, and Age on the Pretrial Decision. *Criminal Justice Review*, vol. 35, no 3, pp. 318–334.
- FZ-262 (2008) *Federal'nyy zakon ot 22 dekabrya 2008 g. № 262-FZ "Ob obespecheniidostupa k informatsii o deyatel'nostisudov v RossiyskoyFederatsii"* [Federal Law of 22 December 2008 No 262-FZ "On Providing an Access to Information about Courts" Work in Russian Federation] (in Russian).
- Gazal-Ayal O., Sulitzeanu-Kenan R. (2010) Let My People Go: Ethnic In-Group Bias in Judicial Decisions—Evidence from a Randomized Natural Experiment. *Journal of Empirical Legal Studies*, vol. 7, no 3, pp. 403–428.
- Goldkamp J. (1983) Questioning the Practice of Pretrial Detention: Some Empirical Evidence from Philadelphia. *The Journal of Criminal Law and Criminology*, vol. 74, no 4, pp. 1556–1588.
- Hafetz J. (2002) Pretrial Detention, Human Rights, and Judicial Reform in Latin America. *Fordham Int'l LJ*, vol. 26, pp. 1754–1777.
- Heckman J. (1979) Sample Selection Bias as a Specification Error. *Econometrica*, vol. 47, no 1, pp. 153–161.
- Holmes M., Daudistel H., Farrell R. (1987) Determinants of Charge Reductions and Final Dispositions in Cases of Burglary and Robbery. *Journal of Research in Crime and Delinquency*, vol. 24, no 3, pp. 233–254.
- Humphrey J., Fogarty T. (1987) Race and Plea Bargained Outcomes: A Research Note. *Social Forces*, vol. 66, no 1, pp. 176–182.
- Khun A. (2010) Uchet lichnosti vinovnogo pri naznachenii nakazaniya [Taking into Account of Personality of an Offender When Sentencing]. *Obshchestvo i pravo*, no 5, pp. 94–99 (in Russian).
- Maslovskaya E. (2009) Sud prisyazhnykh v sovremennoy Rossii: yuridicheskiy diskurs i sotsiologicheskii analiz [Jury Trial in Contemporary Russia: Law Discourse and Sociological Analysis]. *Vestnik Nizhegorodskogo universiteta im. N. I. Lobachevskogo*, no 4, pp. 244–248 (in Russian).
- Mustard D. (2003) Reexamining Criminal Behavior: The Importance of Omitted Variable Bias. *Review of Economics and Statistics*, vol. 85, no 1, pp. 205–211.
- Paneyakh E. (2011) Traektoriya ugovnogo dela i obvinitel'nyy uklon v rossiyskom sude [Trajectory of a Criminal Case and Guilty Bias in Russian Court]. *Pravoipravoprimerenie v Rossii: mezhdistsiplinarnye issledovaniya. Sbornik statey* [Law and Law-Enforcement in Russia: Interdisciplinary Studies. Collection of Articles] (ed. V. Volkov), Moscow: Statut, pp. 150–177 (in Russian).
- Paneyakh E., Titaev K., Shklyaruk M. (2014) *Traektoriya ugovnogo dela: institutsional'nyy analiz raboty ugovnoy yustitsii*. [Trajectory of a Criminal Case: Institutional Analysis How Criminal Justice Works] (forthcoming) (in Russian).
- Pozdnyakov M. (2011) *Monitoring otkrytosti pravosudiya* [Justice Transparency Monitoring], Saint Petersburg: IPP EU SPb (in Russian).

- Pozdnyakov M. (2013) *Prakticheskaya realizatsiya printsipa otkrytosti pravosudiya v Rossiyskoy Federatsii* [The Practical Realization of Justice Transparency Principle], Saint Petersburg: IPP EU SPb (in Russian).
- Reitler A., Sullivan C., Frank J. (2013) The Effects of Legal and Extralegal Factors on Detention Decisions in US District Courts. *Justice Quarterly*, vol. 30, no 2, pp. 340–368.
- Rezultaty monitoringa ofitsial'nykh saytov federal'nykh organov ispolnitel'noy vlasti – 2013 (Reyting otkrytosti ofitsial'nykh saytov FOIV – 2013)* [Results of Monitoring of Federal Executive Authorities' Websites – 2013 (Transparency Rating of Federal Executive Authorities' Official Websites – 2013)], Saint Petersburg: FSI (in Russian).
- Sacks M., Ackerman A. (2012) Pretrial Detention and Guilty Pleas: If They cannot Afford Bail They must be Guilty. *Criminal Justice Studies*, vol. 25, no 3, pp. 265–278.
- Sacks M., Ackerman A. (2014) Bail and Sentencing Does Pretrial Detention Lead to Harsher Punishment? *Criminal Justice Policy Review*, vol. 25, no 1, pp. 59–77.
- Schönteich M. (2013) The Overuse of Pretrial Detention: Causes and Consequences: Martin Schönteich Examines Arbitrary and Excessive Pretrial Imprisonment. *Criminal Justice Matters*, vol. 92, no 1, pp. 18–19.
- Sellin T. (1928) Negro Criminal. A Statistical Note. *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, vol. 140, pp. 52–64.
- Shklyaruk M. (2014) *Traektoriya ugovnogo dela v ofitsial'noy statistike na primere obobshchennoy statistiki pravookhranitel'nykh organov* [Trajectory of a Criminal Case in Official Statistics Exemplified by Law-Enforcement Authorities' Aggregate Statistical Data] (eds. K. Titaeva, E. Paneyakh). Seriya “Analiticheskiy obzor po problemam pravoprimereniya” [Series “Analytical Review on Issues of Law-Enforcement”], Saint Petersburg: IPP EU SPb (in Russian).
- Volkov V., Dmitrieva A., Skougarevskiy D., Titaev K., Chetverikova I., Shesternina Yu. (2014) *Ugovnaya justiciya Rossii v 2009 g. Kompleksnyy analiz sudebnoy statistiki* [The Russian Criminal Justice in 2009. The Analysis of the Court Statistics] (ed. D. Skougarevskiy), St. Petersburg: IPP EU SPb (forthcoming) (in Russian).
- Skougarevskiy D., Volkov V. (2014) *Criminal Justice in Russia: Towards a Unified Sentencing Model* (forthcoming).
- Solomon P. (2014) Sluchai ischezayuschego opravdaniya: neformalnye normy i praktiki sovyetskoy ugovnoy justicii. [The Case of Vanishing Acquittal: Informal Norms and Practices in the Soviet Criminal Justice]. *Pravo i pravoprimereniye v zerkale socialnykh nauk: khrestomatia sovremennykh tekstov* [Law and Law Enforcement in the Mirror of the Social Science: the Handbook of Contemporary Articles] (ed. by E. Paneyakh), Moscow: Statut, pp. 456–482 (in Russian).
- Solomon P., Jr. (2002) Putin's Judicial Reform: Making Judges Accountable as well as Independent. *E. Eur. Const. Rev.*, vol. 11, pp. 117–118.
- Solomon P., Jr. (2008) Assessing the Courts in Russia: Parameters of Progress under Putin. *Demokratizatsiya*, vol. 16, no 1, pp. 63–74.

- Spohn C. (2008) Race, Sex, and Pretrial Detention in Federal Court: Indirect Effects and Cumulative Disadvantage. *U. Kan. L. Rev.*, vol. 57, pp. 879–901.
- Spohn C. (2013) The Effects of the Offender's Race, Ethnicity, and Sex on Federal Sentencing Outcomes in the Guidelines Era. *Law & Contemp. Prob.*, vol. 76, pp. 75–104.
- Titaev K. (2011) Kak sudy prinyimayut reshenia: issledovanie vliyaniya vnepravovih faktorov na rossiyskie sudi [How Decisions Are Made in Courts: Study of Influence of Extra-legal Factors on the Functioning of Russian Courts]. *Ekonomicheskaya Sotsiologiya*, vol. 12, no 4, pp. 122–125. Available at: <http://ecsoc.hse.ru/2011-12-4.html> (accessed on 13 May 2014) (in Russian).
- Troshev A. (2012) Kak sud'i arestovyvayut i opravdyvayut: sovetskoe nasledie v ugolovnom sudoproizvodstve [How Judges Arrest and Justify: The Soviet Legacy in Criminal Legal Proceedings]. *Kak sud'i prinyimayut resheniya: empiricheskie issledovaniya prava. Sbornik statey* [How Judges Make Decisions: Empirical Studies in Law. Collection of Articles], Moscow: Statut, pp. 18–53 (in Russian).
- UK (1996) *Ugolovnyy kodeks Rossiyskoy Federatsii ot 13.06.1996 № 63-FZ. S izmeneniyami i dopolneniyami na 01.01.2014* [Criminal Code of the Russian Federation of 13.06.1996 No 63-FZ (with the Amendments and Additions)] (in Russian).
- Ulmer J. (2012) Recent Developments and New Directions in Sentencing Research. *Justice Quarterly*, vol. 29, no 1, pp. 1–40.
- UPK (2001) *Ugolovno-protsessual'nyy kodeks Rossiyskoy Federatsii ot 18.12.2001 № 174-FZ. S izmeneniyami i dopolneniyami na 01.01.2014* [Criminal-Procedural Code of the Russian Federation of 01.01.2014 (with the Amendments and Additions)] (in Russian).
- Volkov V. (2014) *Socioeconomic Status and Sentencing Disparities: Evidence from Russia's Criminal Courts*. Working paper IRL-01/2014. The European University at St. Petersburg, The Institute for the Rule of Law.
- Volkov V. (ed.) (2011) *Pravoipravoprimenenie v Rossii: mezhdistsiplinarnye issledovaniya. Sbornik statey* [Law and Law Enforcement in Russia: Interdisciplinary Research. Collection of Articles], Moscow: Statut (in Russian).
- Volkov V. (ed.) (2012a) *Kak sud'i prinyimayut resheniya: empiricheskie issledovaniya prava. Sbornik statey* [How Judges Make Decisions: Empirical Studies in Law. Collection of Articles], Moscow: Statut (in Russian).
- Volkov V., Dmitrieva A., Pozdnyakov M., Titaev K. (2012) *Rossiyskie sud'i kak professional'naya gruppya: sotsiologicheskoe issledovanie* [Russian Judges as a Professional Group: Sociological Research] (ed. V. Volkov), Saint Petersburg: IPP EU SPb (in Russian).
- Volkov V., Dmitrieva A., Paneyakh E., Pozdnyakov M., Titaev K., Chetverikova I., Shklyaruk M. (2012) *Pravookhranitel'naya deyatel'nost' v Rossii: struktura, funktsionirovanie, puti reformirovaniya. Analiticheskiy doklad* [Law-Enforcement in Russia: Structure, Functioning and Ways of Reforming. Analytical Report], Saint Petersburg: IPP EU SPb (in Russian).

Volkov V., Paneyakh E., Primakov D., Titaev K. (2010) *Obvinitel'nyy ukлон v ugovnom protsesse: faktor prokurora. Analiz statistiki* [Guilty Bias in Criminal Process: A Factor of Prosecutor]. Seriya "Analiticheskie zapiski po problemam pravoprimereniya" [Series "Analytical Notes on Issues of Law-Enforcement"], Saint Petersburg: IPP EU SPb (in Russian).

Wheeler G., Wheeler C. (1980) Reflections on Legal Representation of the Economically Disadvantaged: Beyond Assembly Line Justice Type of Counsel, Pretrial Detention, and Outcomes in Houston. *Crime & Delinquency*, vol. 26, no 3, pp. 319–332.

Williams M. (2003) The Effect of Pretrial Detention on Imprisonment Decisions. *Criminal Justice Review*, vol. 28, no 2, pp. 299–316.

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ОБЗОРЫ

Е. С. Бердышева

Что мы знаем о восприятии цены потребителями? Исследования в социологии и маркетинге



БЕРДЫШЕВА Елена Сергеевна — кандидат социологических наук, старший преподаватель кафедры экономической социологии, старший научный сотрудник ЛЭСИ НИУ ВШЭ.
Адрес: Россия, 101000, г. Москва, ул. Мясницкая, д. 20.

Email: eberdysheva@hse.ru

В статье развивается мысль о том, что изучение восприятия рыночных цен потребителями является ещё одним ключом к социальным порядкам, скрытым за функционированием современных потребительских рынков, но которым стоит воспользоваться экономсоциологам. Учитывая, что социологические исследования в области ценовых установок потребителей весьма малочисленны и в основном выполнены на теоретическом уровне, автору предпринял попытку привлечь внимание коллег к результатам ценовых исследований, реализуемых в рамках маркетинговой науки. Предполагается, что тема восприятия цены потребителями является полигоном для плодотворного сотрудничества этих двух научных дисциплин. В то же время основной посыл работы не имеет отношения к дискурсу о междисциплинарности. Автора в первую очередь интересуют именно социальные основания ценового поведения потребителей. Основная задача статьи, таким образом, состоит в том, чтобы, опираясь на имеющиеся результаты исследований, выявить пространство контекстов, в которых покупатели могут интерпретировать рыночные цены.

В работе демонстрируется, что реакции потребителя на цену не могут быть поняты без учёта его социальной позиции, коррелирующей не столько с его финансовыми возможностями, но, скорее, с когнитивной готовностью управляться с ценами рационально. Показано, каким образом у потребителя формируется внутренний стандарт цены, используемый в качестве референта для оценивания фактической стоимости товаров, какую роль для его формирования играет социальное окружение индивида. Далее ведётся речь о связи ценности и цены рыночных товаров, о неотделимости денежной стоимости от социально конструируемого образа товаров и об ограничениях, с которыми при оценке соотношения цена—качество сталкиваются потребители. Анализируются социальные значения, считываемые потребителями с цен разного уровня; особое внимание уделяется механизму дисконтированных цен. В разделе, посвящённом проблеме восприятия справедливости рыночной цены, в этом контексте обсуждаются основные установки потребителей. В заключении намечены некоторые исследовательские вопросы, позволяющие подступиться к эмпирическому выявлению социальных контуров восприятия цены потребителями.

¹ Данная статья подготовлена в рамках реализации проекта № 11-01-0162 «“Не больно ли дорого?": восприятие цен пациентами в коммерческой стоматологии г. Москвы (социологический анализ)», выполненного в рамках Программы «Научный фонд НИУ ВШЭ» в 2012–2013 гг.

Ключевые слова: цена; рынок; исследования потребителей; скидки; торг; качество; справедливость.

Прошли времена, когда экономическая социология игнорировала тему ценообразования, считала её предметом экономической теории. Развитие социологии рынков стимулировало интерес к функционированию цен. Однако социологи сконцентрировались главным образом на ценовом поведении продавцов и ценовых решениях в цепях поставок [Бердышева 2010a; Бердышева 2010b]. Отношение потребителей к ценам учитывалось опосредованно, в той мере, в какой оно принимается акторами, непосредственно устанавливающими цены, и помещалось на второй план исследований [White 1981]. Частично ценовые установки покупателей рассматривались в рамках социологии потребления, анализирующей социальное происхождение потребительских предпочтений [Ильин 2000; Dunn 2008; Smart 2010]. Заметное звучание вопрос соотношения рыночной цены и ценностей потребителя обрёл в последние пять лет, в ходе бурного развития акторно-сетевой теории и социологии вещей с их вниманием к роли материального [Aspers, Beckert 2011]. Релевантные сюжеты возникали и продолжают возникать в исследованиях неформальной экономики, где вопрос установления цены теневых сделок не является рутинным [Барсукова, Колёсник 2011; Кравцова 2012]. Тем не менее социологические исследования, где вербализовался бы вопрос о социальных основаниях восприятия цены потребителями, до сих пор единичны и очень разрозненны. Эмпирические исследования такого рода и вовсе отсутствуют.

Однако в 2008 г. в журнале «Sociological Theory» — общетеоретическом, а не отраслевом — выходит статья Фредерика Верри «The Social Characterizations of Price: The Fool, the Faithful, the Frivolous, and the Frugal» («Отношение к цене как социальная характеристика: глупец, эконом, транжира и фанат»), в которой автор, развивая подход Вивианы Зелизер (*Zelevian approach*), убедительно демонстрирует, что роль ценового поведения потребителей является ключевым для социологии предметом исследований [Wherry 2008]. Вслед за В. Зелизер, Верри утверждает, что рыночные цены — эта ключевая категория современной хозяйственной жизни — не являются социально и культурно нейтральными, а, напротив, нагружены социальным смыслом и потому могут быть ещё одним полигоном для изучения механики социального взаимодействия. Цены вызывают к социальным ценностям и социальной идентичности, маркируют типы хозяйственного поведения, опосредуют социальные отношения и поддерживают социальные границы [Wherry 2008]. Таким образом, вопрос о реакциях социальных акторов на рыночные цены актуализируется в социологии, причём не как чаяние об устройстве рынков, а как вопрос социологической теории. Обучение «грамматике» цен — один из ключевых аспектов рыночной социализации покупателей. Цена является означающим, нагруженным смыслами знаком, а семиотика цены — социальным фундаментом современной хозяйственной жизни. Восприятие цены, как и любого иного социального объекта, опосредовано конвенциональными смысловыми категориями и представляет собой в первую очередь социальный акт, и уже только после этого психический [Zerubavel 1997]. Выяснить, как потребители воспринимают рыночные цены и выстраивают своё ценовое поведение, значит продвинуться в понимании социальных основ не только современного хозяйства, но и современного общества.

В то время как в экономической социологии тема восприятия цены потребителями находилась на периферии исследований, для такой науки, как маркетинг (*marketing science*) она является ведущей с середины XX века. Приступая к изучению восприятия цены потребителями, экономсоциологи ступают поэтому на щедро удобренную коллегами из маркетинговой науки почву. Как представляется, эта почва не предназначена для конкуренции двух дисциплин. В маркетинговой науке ценовые исследования направляются главным образом задачей прояснения параметров потребительских решений — для моделирования комплексной маркетинговой стратегии (*marketing mix*), установления закономерностей ценовой эластичности, управления продажами — и не требует концептуальной работы по обнаружению скрытых за функционированием рыночных цен социальных порядков [Нэгл, Холден 2001; Лип-

сиц 2005]. Эта работа, скорее, согласуется с научной задачей по реконструированию механизмов социальной укоренённости хозяйственной жизни, стоящей перед экономсоциологами.

Основная цель данной работы состоит в том, чтобы обозначить ключевые социальные контексты, без учёта которых невозможно понять, как потребители воспринимают, интерпретируют рыночные цены и оценивают их социальную адекватность. Решить эту задачу мы намерены путём наведения мостов между работами о реакциях потребителей на цены, выполненными в социологии и маркетинговой науке. Партнёрство этих двух дисциплин представляется весьма плодотворным, особенно если учесть, что социологические работы, затрагивающие коллективные установки в отношении цены, в большинстве своём носят теоретический характер, в то время как эмпирические и экспериментальные маркетинговые исследования позволят протянуть ниточку к практике. Дисциплинарные границы исследований цены имеют для нас второстепенное значение, тем более что предпосылки, лежащие в основе исследований рынков, в этих дисциплинах весьма схожи [Андрияшин 2007]. Данная работа не про конкуренцию социологических и маркетинговых ценовых исследований. Она про другое: в пространстве каких смысловых категорий может разворачиваться восприятие рыночной цены и вытекающее отсюда ценовое поведение потребителей?

Предпринимаемый в данной работе обзор ни в коем случае не может претендовать на полноту. Каждый из представленных ниже разделов представляет собой отдельное тематическое поле, нуждающееся в глубоком всестороннем изучении. Тем не менее, на наш взгляд, без проведения такой предварительной работы многим исследовательским вопросам, сопряжённым с проблематикой восприятия цены потребителями, не суждено возникнуть.

Структура наших рассуждений будет следующей: сначала мы обрисует основы ценового поведения потребителей, поговорим о том, как восприятие цены связано с социальной идентичностью акторов, коснёмся того, как выстраиваются суждения о цене, в том числе и в контексте оценивания привлекательности и качества товара. Затем выясним, как покупатели интерпретируют низкую цену, при каких обстоятельствах считают возможным поторговаться и почему очень неоднозначно относятся к скидкам. Далее попробуем подступиться к противоречивому механизму оценки справедливости цены. В заключении мы очертим список исследовательских вопросов на будущее, полагая, что поиск ответов на них позволит продвинуться в изучении закономерностей восприятия цены потребителями и через них — в понимании социальных конвенций, легитимирующих хозяйственный порядок в современном обществе.

Основы ценового поведения потребителей

Цены — привычная часть современного экономического ландшафта. За рутинизацией рыночного обмена сегодня непросто увидеть их сконструированность и условность. Между тем цены представляют собой видимый результат латентного процесса социальной калькуляции. Не в том смысле, что выраженные в цифрах они исчисляются математически (на практике, к слову, это далеко не всегда так), а в том, что за количественной логикой функционирования денежных цен скрывается качественный по своей сути механизм выстраивания различий между вещами, производства социальных значений и соотнесения с ними определённых логик поведения и ожиданий [Callon, Muniesa 2005: 1231].

Технической калькуляции цен при помощи формул предшествуют процедуры приписывания им суждений (*judgmental process*), образующих смысловой каркас для интерпретации цены [Forsberg 2009: 267]. Цены имеют символическое измерение. Социальные акторы придают им когнитивные и культурные значения, через которые и коммуницируют друг с другом [Вельгус 2008: 42]. Свободные от смыслов цены не «заговаривают» с покупателями, а покупатели не заговаривают о них друг с другом.

Цена — это не просто сумма денег, которой необходимо пожертвовать, чтобы приобрести благо. Она является «комплексным стимулом», несёт в себе множество сигналов, на которые реагируют потребители [Lichtenstein, Ridgway, Netemeyer 1993: 234].

Ценовые сигналы имеют отношение не только к товарам, но и к людям, которые их производят, продают и потребляют [Вельтус 2008]. Цены репрезентируют социальный консенсус по поводу того, как должен происходить экономический обмен [Muniesa 2007: 381]. И за этой репрезентацией скрываются многочисленные социальные конвенции. Яркой иллюстрацией подобных конвенций является актуализирующийся в некоторых социальных ситуациях запрет на обсуждение цены. Например, оговаривать финансовую сторону похорон заранее не принято. В результате «покупатели не интересуются заблаговременно ценами и ассортиментом товаров и услуг в разных фирмах и не сравнивают их между собой» [Моисеева 2013: 15]. Для исследователя, изучающего социальную сущность цены, ситуации её замалчивания (*pricing silence*) могут оказаться особенно информативными [Wherry 2008]. Даже когда на цену не смотрят, это что-то да означает.

Оптовые, розничные, регулируемые, договорные, свободные рыночные, государственные, контрактные, прогнозные, проектные, лимитные, мировые, сумасшедшие, высокие, подозрительно низкие, нормальные, средние, завышенные, со скидкой — все эти и многие другие эпитеты и определения относятся к ценам. Посмеём предположить в связи с этим, что вопрос интерпретации цены далеко не самый простой среди тех, что встают перед покупателями. От чего зависит, насколько успешно они с ним справляются? Попытаемся наметить ответ на этот вопрос, опираясь на результаты эмпирических и экспериментальных исследований восприятия цены в различных социальных науках.

Понятие «ценовое поведение» можно определить как совокупность возможных для данного социального актора выборов цены, зависящих от того, какими принципами он руководствуется, интерпретируя — осознанно или нет — стоимость товаров и услуг.

Спектр установок в отношении цены у потребителей крайне широк. Социальные акторы весьма гетерогенны в своём внимании к цене и в реакциях на неё [Lichtenstein, Ridgway, Netemeyer 1993: 51]. И всё же исследователям удаётся выявить некоторые тенденции.

Сегодня цены даже больше, чем раньше, отражают социальные характеристики индивидов и маркируют типы хозяйственного поведения людей. Цены не являются культурно нейтральными, они детерминируют расовые, классовые и гендерные фронтиры в обществе [Wherry 2008: 363]. Ценовое поведение входит в арсенал инструментов по управлению социальной идентичностью [Вельтус 2008; Wherry 2008; Mears 2011]. Реакция на цену — ещё один маркер принадлежности к той или иной социальной группе, к тому или иному сообществу потребления. Интериоризированные ценовые стандарты цементируются верой в то, что именно такие стандарты свойственны людям «как собственное Я» [Wherry 2008: 372].

Рассуждения Торстейна Веблена о «предписываемой дороговизности» товаров, демонстративно потребляемых знатью в противовес плебейской бережливости, выдающей окружающим отсутствие денежного успеха и неспособность свободно тратить, стали классикой экономической социологии. Однако в XX веке потребление по необоснованно завышенным ценам перестаёт быть единственным путём утверждения высокого социального статуса. На смену ему приходят способность к рациональной калькуляции своих расходов и рефлексивное отношение к стоимости товаров [Wherry 2008]. В информационном обществе не просто власть или богатство, но способность к калькуляции (когнитивная метрика) знаменует принадлежность к высоким социальным слоям.

Общественное мнение регулирует, кому и как следует реагировать на цены разного уровня. Правила ценового поведения варьируются во времени и в социальном пространстве [Wherry 2008: 366]. Социологи строят типологию ценовых полей (*identifiable pricing fields*), принадлежность к которым отражает ту или иную степень рациональности ценового поведения [Wherry 2008: 368]. Приняв неверное, по мнению окружающих, ценовое решение, можно заполучить ярлык «глупца» (*the foolish*) или же «эконома» (*the frugal*), легкомысленного «транжиры» (*the frivolous*) или «фаната» (*the faithful*). «Глупцы» едва ли задумываются о рациональном менеджменте собственного бюджета, пренебрегают просчитыванием цены и потому, делая дорогие покупки, могут услышать критику из разряда «это же элементарная математика!». «Экономы» демонстративно отрицают покупку по необоснованным (*unreasonable*) ценам. Легкомысленные «транжиры» поддаются эффекту Веблена, продолжая традицию бездумных трат по экстравагантным ценам. А «фанаты» готовы переплачивать, лишь бы продемонстрировать таким образом свои социальные ценности (например, платить премиальную цену за товары, произведённые по правилам справедливой торговли (*fair trade*)).

Иными словами, цены по-прежнему стоят на страже социальных границ [Wherry 2008: 366]. Исследователи начинают работать с гипотезой о том, что люди на вершине социальной иерархии следуют рациональному пониманию цены, тогда как обитатели социального дна реагируют на цены иррационально и эмоционально. Однако это лишь гипотеза, которую предстоит валидировать. В любом случае социальная позиция индивида оказывается значимым медиатором его восприятия цены. Оптика, сквозь призму которой индивиды смотрят на цены, зависит от восприятий, свойственных сообществам (*thought communities*), в которых они состоят [Zerubavel 1997: 30]. Каковы границы этих сообществ и в какой мере они совпадают с привычным для экономосоциологов, например, стратификационным делением, ещё предстоит выяснить. При этом важно учитывать, что отдельный индивид может состоять в различных сообществах, которым присущи разные категории восприятия, что определяет многомерность его когнитивного репертуара [Zerubavel 1997: 17]. В следующем разделе мы попытаемся разобраться в том, как происходит процесс когнитивной, оптической социализации индивида в контексте цены.

Внутренний стандарт цены как компас ценового поведения

Опыт и знания, позволяющие безошибочно действовать в той или иной социальной ситуации, связанной с принятием решения о цене, — необходимая составляющая человеческого капитала в современном обществе. Как и прочие аспекты социальной грамотности, азы ценового поведения осваиваются в ходе социализации и укоренены в детстве. Именно тогда человек получает базовые сведения о деньгах и социальном устройстве систем хозяйственного обмена [Abramovitch, Freedman, Pliner 1991: 28].

Исследования экономических воззрений детей малочисленны. Существующие же показывают, что представления детей об экономической жизни весьма эклектичны и якобы лишь к 16 годам складываются в единую систему [Furnham, Cleare 1988]. Однако, на наш взгляд, это свидетельствует не о низкой экономической компетентности детей, но о том, что, во-первых, до определённого возраста правила детского сообщества являются для них более значимыми, чем закономерности взрослого мира, а во-вторых, о том, что дети прекрасно ориентируются в ценах, просто не на сладости и игрушки, приобретаемые родителями, а на блага, которыми распоряжаются они сами. В статье «Детское обычное право в контексте игры» В. В. Головин демонстрирует, что младшие школьники не просто активно используют в играх понятие цены, но и оперируют целыми прейскурантами. «Каждая пуговица, в зависимости от рельефа, редкости обращения, размера и качества, имела свою стоимость от одного до миллиона условных единиц. В 1970-е годы в школьной среде наиболее “дешёвые” пуговицы — обыкновенные армейские — 5 единиц (если со звездой) или 10 (если с якорем). Такие же, но маленькие (запощенные), соответственно 1 и 3. В современной петербургской школе разные вкладыши от жевательной резинки также имеют свою меновую стоимость: 1 Formula = 5–6 Bombi Bom; 1 Turbo = 2 Bombi Bom;

1 Terminator = 1–2 Turbo или 3 Bombi Bom; 1 Bombi Bom = 10 Donald Duck; 1 Oto – Moto = 1 Bombi Bom; Cobra дешевле Bombi Bom» [Головин 1998].

Навыки обращения с ценой, полученные в игре, впоследствии начинают использоваться и в реальной хозяйственной жизни. Желая понять, какие пуговицы обладают большей ценностью, ребёнок учится оценивать их значимые характеристики. Желая понять, как взрослые потребители делают свой выбор, социальные исследователи пытаются разобраться, каким факторам они приписывают ценообразующую роль. Это последнее не просто, так как потребители не столько калькулируют, сколько руководствуются некими общими идеями и ожиданиями, сопряжёнными с рыночной ценой.

Задавшись вопросом о том, высчитывают ли люди предельную цену или полагаются на среднюю, экономист Дж. Шик в середине 1980-х гг. проанализировал практики потребления электроэнергии среди американцев. Выяснилось, что люди с трудом называют стоимость одного киловатта, но при этом прекрасно помнят точную сумму, указанную в квитанции на оплату за последний календарный месяц [Shik 1985]. По схожим причинам изменение повседневного спроса на электричество запаздывает относительно повышения цены на него. Рефлексия оплаченных счётов, а не доскональный расчёт является отправной точкой ценового поведения потребителей [Bushnell, Mansur 2005: 510]. Опыт и знания со временем превращаются в то, что люди называют интуицией и здравым смыслом, а исследователи — чувством рынка. Анализируя области, где роль случайностей очень велика, как, например, в хирургии, судах, в экстремальных видах спорта или на рынке опционов, Чарлз Смит говорит о появлении нового типа рациональности, в соответствии с которым принятие решений, в том числе и о цене, осуществляется на чувственном уровне, за счёт сживания с ситуацией (*acting sensibly*) [Smith 2011: 292].

По данным маркетинговых исследований, далеко не каждый покупатель способен корректно припомнить цену, заплаченную совсем недавно [Monroe 1973: 72]. И тем не менее любой человек составляет для себя общее представление о текущих ценах рынка (*general price perception*). Интериоризируя релевантную информацию, полученную из разных источников, он перерабатывает её в некий внутренний стандарт цены, относительно которого в дальнейшем и рассматривается обоснованность денежных затрат [Goldman, Johansson 1978]. Для обозначения подобного внутреннего стандарта используется понятие «референтная цена», которая играет роль лекала при оценке фактической стоимости товара потребителем. Покупка по цене, отклоняющейся от референтной в меньшую сторону, воспринимается как выигрыш, в большую — как потеря [Krishnamurthi, Mazumdar, Raj 1992: 387].

Понятие «референтная цена» широко используется в исследованиях потребительского поведения, однако единой концептуализации того, каким образом представление о ней формируется у потребителя, не существует [Krishnamurthi, Mazumdar, Raj 1992: 391]. Выдвигаются различные версии происхождения референтной цены. Одни исследователи предполагают, что она исторична, то есть формируется главным образом на основе опыта предыдущих покупок [Klein, Oglethorpe 1987]. Другие считают, что референтная цена репрезентирует средние цены рынка [Monroe 1973]. Третьи настаивают на том, что референтная цена — это цена, ожидаемая исходя из представлений о рыночной справедливости [Winer 1986]. А четвёртые отрицают, что референтная цена является некоей зафиксированной точкой, и утверждают, что потребители оперируют диапазоном приемлемых цен и реагируют на конкретную цену в зависимости от контекста [Lichtenstein, Bearden 1989; Dodds, Monroe, Grewal 1991].

С социологической точки зрения суждения о цене не рождаются в голове отдельного индивида, но черпаются им из социальной среды. Люди полагаются на своё знание о том, как формируется цена, какие компоненты определяют её уровень. Об одних компонентах они осведомлены лучше, другие для них затуманены. Обучение ценовому поведению осуществляется различными путями. Например, в ходе повседневного обмена историями (*storytelling*) [Forsberg 2009: 267].

Болтовня, сплетни, обсуждение слухов, советы друг другу — все эти и многие другие формы человеческого общения помогают индивидам сформулировать своё мнение о том, что хорошо, что плохо, что разумно, а что нет. Здравый смысл, таким образом, можно определить как разделяемую большинством коллекцию историй-ориентиров (*guiding stories*) [Forsberg 2009: 267].

Справиться о цене, заплаченной другим потребителем, значит обрести опору для выстраивания собственного отношения к цене [Darke, Dahl 2003: 330]. Тем более что информация о ценах, полученная от других потребителей, вызывает наибольшее доверие [Haws, Bearden 2006; Александрова 2008].

Обмен знанием о рынке происходит не только на уровне повседневной жизни. Исследователям культурной сферы хорошо известно понятие «провенанс» — родовой истории, без которой содержание, ценность и цена предмета искусства не будут понятны даже экспертам. Одни истории фундируют подлинность вещи, другие помогают заинтересовать потенциальных покупателей [Bogdanova 2011]. Представляется, что провенансом обладают и самые заурядные товары. Так, тепло финской куртки обосновывается со ссылкой на опыт выживания в морозные зимы в Финляндии.

На рынках искусства биография вещи транслируется через институционализованные каналы — аукционы, музеи, выставки [Bogdanova 2011]. Для стандартных товаров роль коммуникатора могут выполнять реклама, рейтинги качества и истории, рассказываемые друг другу покупателями в повседневном общении. Маркетологи даже имеют данные о склонности некоторых индивидов к рыночному мавенизму (*market mavenism*), который проявляется в том числе и в намеренном слежении за движением цен на разные товары ради обладания информацией и просвещения на этот счёт своего социального окружения [Clark, Goldsmith, Goldsmith 2008].

По данным экспериментальных исследований, знания, почерпнутые благодаря подобной «народной социологии», не всегда являются истинными [Девятко, Кожанов, Абрамов 2010]. Однако их ошибочность едва ли осознается социальными акторами, которые действуют исходя из своих представлений о ситуации, а не на основании её объективных характеристик. Да и картина текущих рыночных цен обычно весьма замысловата. Изобилие информации на деле сродни её дефициту, поэтому как базар, изученные К. Гирцем, современные потребители озабочены в первую очередь «не взвешиванием возможностей, а выяснением их параметров» [Гирц 2009: 57]. Общая экономическая подкованность, понимание устройства рынка данного товара облегчают, но не отменяют эту задачу [Goldman, Johansson 1978].

Оценка адекватности цены потребителем — процесс творческий. И потому на эмпирическом уровне не обнаруживается однозначных свидетельств того, как цена влияет на потребительское поведение. В одних обстоятельствах срабатывает теория спроса и предложения А. Маршалла, в соответствии с которой связь между ценой и спросом негативна, в других — ситуация развивается по совсем другим сценариям [Monroe 1973: 70]. В значительной мере реагирование на цену зависит от того, о каком именно товаре идёт речь.

Цена и ценность товаров в восприятии потребителей

Декодировать реакцию покупателей на цены невозможно, минуя разговор о том, в чём для них состоит ценность рыночных благ и как осознание этой ценности соотносится в восприятии с выраженной в деньгах ценой.

Всё новые и новые товары и услуги привлекают потребителей не потому, что гедонизм не знает насыщения. Стремление к обладанию благами, в том числе в форме приобретения их на рынке, диктуется

включённостью индивидов в социальную жизнь [Бодрийяр 2004; Beckert 2011]. «Не существует единого антропологического прожиточного минимума. Невозможно выделить некую абстрактную “природную” стадию нужды и абсолютно зафиксировать то, что нужно людям, чтобы жить. Прожиточный минимум — это минимум навязанного потребления» [Бодрийяр 2004: 82]. Определяя благо как нечто, что обещает потенциальные преобразования в мире обладателя за счёт своих качеств, Йенс Беккерт выделяет три аспекта ценности рыночных товаров: физический, позиционный и образный [Beckert 2011: 109]. Физический аспект ценности восходит к функциональности блага, его полезности для человека. Так, одежда согревает, еда насыщает и т. д. Когнитивная способность потребителей распознавать утилитарное предназначение вещей тренируется обществом.

Позиционная составляющая ценности приписывается благам в связи с их способностью определять и укреплять положение индивида в социальном пространстве [Beckert 2011: 109]. Уже не физические свойства товара, но вменённые ему значимой для потребителя социальной группой смыслы в терминах социальной идентичности определяют вождельённость этого товара для потребителя.

Образная (*imaginative*) составляющая ценности благ возникает потому, что товары меняют состояние сознания покупателя, активируют его фантазии, связанные с желаемыми событиями, местами, ценностями. Товары оказываются видимым мостиком, соединяющим субъекта с трансцендентными идеалами [Beckert 2011: 110]. Воображаемая ценность благ может иметь три измерения: временное, пространственное и социальное [Beckert 2011: 117]. В первом случае речь идёт о том, что товар связывает индивида с привлекательным для него прошлым или будущим. Во втором — о том, что за счёт товара человек оказывается в желаемой точке пространства. В третьем — о том, что, приобретая рыночное благо, человек обретает невидимую связь с привлекательными для него социальными идеями и людьми. Иными словами, и ценность товаров, и их цена являются результатом социального конструирования.

Отношения же между ценой и ценностью — проблема старая, как экономическая наука [Rona-Tas, Hiss 2011: 224]. Впрочем, ещё Георг Зиммель замечал, что цена и ценность товара на уровне конкретной эмпирической ситуации удалены друг от друга количественно, но не качественно, так как цена заключает в себе ценность объекта, гарантированную обществом [Simmel 1990: 95]. Социологические исследования потребительских рынков позволили утвердиться в правильности слов классика.

Цена и ценность взаимно определяют друг друга. С одной стороны, цены зависят от ценности, репрезентируют её. Цены — инструмент рынка, тогда как ценности — его предпосылка [Rona-Tas, Hiss 2011: 225]. Цена — это не просто сумма денег, которой необходимо пожертвовать, но свойство товара, более или менее успешно конституирующее его образ. Сказанное очевидно, например, в отношении статусных, имиджевых товаров, потребление которых является способом социального дистанцирования. Вспомним подмеченную Вебленом социально укоренившуюся привычку неодобрительно относиться к дешёвым вещам просто потому, что они дешёвы [Веблен 1984: 85].

С другой стороны, ценности испытывают детерминирующее влияние цены. Некоторые исследователи предлагают отойти от идеи социальных значений цены и взглянуть на цену как на артефакт, намеренно созданный людьми, как на фикцию, результат нарратива [Fourcade 2011: 45]. В современном обществе зафиксировать высокую ценность блага удаётся подчас лишь путём придания ему денежной стоимости [Fourcade 2011: 45].

Но иногда цены неверно выражают (*misrepresent*) стоящие за ними ценности [Muniesa 2007; Rona-Tas, Hiss 2011]. И тогда актуализируется ключевая с точки зрения потребительского выбора дихотомия цена—качество. Закон спроса и предложения связывает эти две переменные напрямую. Однако далеко не на каждом рынке цена может являться надёжным индикатором качества предлагаемого продукта

[Акерлоф 1994]. В одних случаях это связано с проблематичностью определения и формализации качества товара, в других — со сбоями непосредственно в цепочке цена—качество.

Информационная асимметрия между продавцом и покупателем в отношении качества товаров сегодня становится не исключением, а нормой. Предлагая всё новые и новые товары потребителям, давным-давно купившим всё, что было необходимо, производители неустанно заботятся о том, чтобы в полку параметров, описывающих качество товаров, прибывало и прибывало. Любой из товаров представляет собой результат социального конструирования и является переменной величиной, стратегическим фактором рыночного продвижения [Beckert, Musselin 2013; Каллон, Меадель, Рабехарисоа 2008]. Определение товара формирует рынок [Слейтер 2008: 38]. Актеры рынка занимаются тем, что настраивают (профилируют) спрос и потребителя на приобретение товара [Слейтер 2008]. Восприятие покупателями цены знакомого товара отличается от ситуации с приобретением товара нового [Monroe 1973: 72]. И всё потому, что перепозиционирование продукта всегда подразумевает разрушение само собой разумеющегося восприятия продукта и, как следствие, переоценку его потребителем. Продавцы борются за то, чтобы набор критериев, на основании которых покупатель сравнивает товары и примеряет их к своим предпочтениям, максимально соответствовал именно их версии прочтения продукта. Процесс взвешивания цены на предмет её адекватности содержанию товара или услуги в таких условиях перестаёт быть рутинным.

Совсем недавно считавшиеся стандартными товары (как, например, соль) на поверку оказываются крайне дифференцированными по своему качеству, и потому их оценивание превращается в комплексный процесс. Ситуация осложняется, если мы имеем дело с рынками, где категория качества в принципе с трудом поддаётся формализации.

Существует масса товаров, качество которых не может быть определено потребителем «на глаз». Значительную группу среди них составляют товары, качество которых не просто ненаблюдаемо, но к тому же непроверяемо: если потребителю (зрителю) не понравился спектакль, он едва ли сможет доказать в суде, что заплатил за некондиционный продукт [Долгин 2006: 208]. С искажением выполняют свою функцию сигналов качества и цены на блага, обозначаемые как опытные (*experienced*), — их качество распознаётся после потребления. В ситуациях, когда качество неопределённо или символично, потребители начинают оценивать различные аспекты производственного процесса, ища в его характеристиках (экологичное производство, отсутствие эксплуатации работников, талант художника или актёра, добросовестность врача и т. п.) подтверждения того, что продукт соответствует их критериям ценности [Gourevitch 2011: 87].

В одних случаях низкая информативность ценовых сигналов следует за противоречивостью природы товара, в других производители товаров намеренно лишают цены статуса индикаторов качества. Это последнее характерно, например, для рынков культурных благ (музыка, кино, живопись, книги и т. д.), но не только для них. Не имея возможности гарантировать стабильность качества своей продукции, производители прибегают, например, к практике выставления однородных цен [Долгин 2006; Вельтус 2008]. «Не рискуя разоблачать сниженными ценами слабые произведения, продавцы лишают маркировки и достойные. Цены музыкальных записей причислены под одну гребёнку, чтобы потребитель, не дай Бог, не судил по ним о качестве» [Долгин 2006: 58–59].

И тем не менее, как показывают исследования, потребители учитывают цену, определяя качество товара чаще, чем кажется аналитикам [Dodds, Monroe, Grewal 1991]. В условиях неопределённости и дефицита информации о других детерминантах качества людям не остаётся ничего другого, как вспомнить и поверить в конкурентный закон спроса и предложения [Monroe 1973:72; Dodds, Monroe, Grewal 1991: 308]. В таких ситуациях потребители не покупают продукт, если его цена ниже референтной. В условиях заниженной цены качество товара оказывается под подозрением [Gabor, Granger 1966].

Акт приобретения товара на рынке позволяет потребителям выражать свои социальные и нравственные убеждения [Beckert 2011: 112]. Подчас это заставляет потребителей переплачивать. Мы уже упомянули «имиджевые товары», пригодные для престижного потребления, дороговизна которых гарантирует, что такая покупка доступна лишь избранным [Липсиц 2005]. Множество других примеров возникает в связи с этическим потреблением, за возможность которого потребители также с готовностью доплачивают [Gourevitch 2011].

Некоторые исследователи полагают, что оценивание качества товара, в том числе и через цену, и принятие решения о покупке данного товара — это два отстоящих друг от друга акта [Monroe, Petrosius 1987: 518]. Качество товара — не абсолютная, а относительная величина. Потребители ориентируются на диапазон цен на товары данной категории, имеют в голове представление о самой низкой и самой высокой ценах в данной линейке и присваивают товару определённое место в пределах его товарной категории. В связи с этим маркетологи предупреждают производителей от неосмотрительного вывода моделей товаров с рынка: важно понимать, как изъятие одной модели повлияет на восприятие цен на другие товары данного ряда [Monroe, Petrosius 1987: 519].

Таким образом, в зависимости от того, о каком товаре идёт речь, варьируются и степень осознанности, с которой покупатели относятся к цене, и роль цены как фактора потребительского выбора [Monroe 1973: 71]. Положительное решение о покупке вытекает из когнитивного компромисса между готовностью понести денежные убытки и желанием присвоить себе товар с определённой социальной ценностью, инкапсулированной в качество [Dodds, Monroe, Grewal 1991]. И это одна из причин того, почему, как мы увидим далее, «лучшая» цена не синонимична самой низкой цене.

Уровень и форма цены и её восприятие потребителями

Совершая покупку, потребитель одновременно решает множество задач, и получение привлекательной цены — лишь одна из них наряду с удовлетворением потребностей, максимизацией качества товаров, ожиданиями определённого сервиса и т. д. Все эти задачи переплетаются и в то же время конкурируют между собой [Goldman, Johansson 1978: 177].

Сказанное не отменяет того факта, что уровень цены сам по себе является для потребителя социальным маркером. Он может способствовать или препятствовать покупке независимо от объёма денежных средств, которыми располагает покупатель. Важно то, какие значения закреплены за низкими и высокими ценами. Например, если высокая цена рассматривается покупателем как знак качества, социальной престижности или уникальности товара, то он не просто не ищет, но не приемлет низкую цену [Lichtenstein, Ridgway, Netemeyer 1993: 236]. Если же принимается решение о крупной покупке или о приобретении товара, платить за который предстоит очень часто (например, бензин), то субъективный выигрыш от получения лучшей цены возрастает, и высокие цены могут вызвать отторжение [Goldman, Johansson 1978: 177].

Не последнюю роль в восприятии цены потребителями играет её материальная форма. По-разному представленная одна и та же цена способна транслировать различные значения [Muniesa 2007: 380]. Это открывает возможности для манипулирования восприятием потребителя, главным образом через иллюзию снижения расходов при приобретении товаров [Hanson, Kysar 1999].

Хорошо известна практика неокругленного ценообразования, когда оформление цен («9,98» и особенно «9,99») повышает их привлекательность. И хотя цены типа «9,99» не просто не являются самыми низкими, но нередко, напротив, превышают средние цены рынка, в глазах потребителей они устойчиво поддерживают имидж низкой цены (*low-price image*) [Schindler 2001].

Дж. Бурстином красочно описан механизм функционирования магазинчиков единой, фиксированной цены, «пять-и-десять». Клиент купит товар по низкой цене, если тот ему нужен. Однако, если цена невелика, да ещё и выражена в «удобной разменной монете», повышаются шансы импульсивно совершить даже незапланированную покупку. Подобный торговый формат создаёт фрейм базара, пробуждающий множество импульсивных желаний, удовлетворить которые удаётся за незначительную сумму [Бурстин 1993].

Но всё-таки самый распространённый вариант оформления, а правильное даже сказать «фреймирование цены для завлечения покупателей», — это цены со скидкой [Darke, Dahl 2003]. Данная тема заслуживает специального обсуждения.

Восприятие дисконтированной цены

Вопреки закону спроса и предложения, предсказывающему, что снижение рыночной цены на товар ведёт к повышению спроса на него, на практике редуцирование цены осуществляется крайне редко, даже если оно экономически оправданно. Тому есть как минимум три объяснения. Во-первых, падение цены ставит под сомнение универсальную, то есть вневременную справедливость рыночного обмена. Если сегодня всё подешевело, значит, вчера нас обманывали? Во-вторых, движение цены вниз неизбежно требует гарантий стабильности качества товара, которые непросто обеспечить. В-третьих, уменьшение цены может изменить представления потребителей о среднем уровне референтных цен, и вернуться к более высоким ставкам будет уже невозможно. Как следствие, на многих рынках обнаруживается принцип непонижения цены [Вельтус 2008].

Любое изменение рыночной цены требует обоснования, иначе смысл произошедшего может быть проинтерпретирован не в пользу продавца. Управление ценой — филигранный процесс, успех которого зависит от того, как будет выстроена социальная коммуникация между торговцем и покупателем. Недопонимание в этом случае не редкость. Так, например, по данным маркетинговых исследований, потребители далеко не всегда корректируют цену на величину инфляции [Bolton, Warlop, Alba 2003; Haws, Bearden 2006]. В то же время наши исследования ценового поведения на рынке стоматологических услуг показывают, что инфляция — первое, что предъявляется ценоустановителями в качестве обоснования регулярных изменений цен [Бердышева 2010b]. В результате подобных «сбоев коммуникации» доверие между участниками рыночной сделки ставится под угрозу.

И всё же целенаправленные обвалы рыночных цен происходят. Большим подспорьем для них является политика дисконтирования. Артикулированное как временное, снижение уровня цен за счёт скидок с меньшей вероятностью приведёт к переопределению референтной ценовой ситуации. Вдобавок скидки воспринимаются потребителями как потери фирмы, а их назначение — как проявление гуманности [Kahneman, Knetsch, Thaler 1986].

Скидки являются лакомой приманкой для потребителей. И причиной тому служит не только перспектива сорвать финансовый куш. Получение скидки повышает общую удовлетворённость как ситуацией покупки, так и, что примечательно, самим собой [Darke, Dahl 2003: 329]. Кто-то приписывает получение скидки своим коммуникативным способностям; а кто-то радуется ей, как подтверждению собственной удачливости [Schindler 1998].

Скидка от первоначальной цены позитивно влияет на намерения покупателя, даже если в абсолютном выражении сэкономленная сумма невелика. Так, в ходе эксперимента испытуемые тратили больше усилий на получение скидки в 33%, чем в 4%, хотя в обоих случаях речь шла о выигрыше в пять долларов [Darke, Dahl 2003: 329].

Многие потребители падают на дисконтированные цены. Многие, но не все. Готовность к погоне за специальными акциями не универсальна. Она опять же зависит от того, как интерпретируются ценовые сигналы. Вспомним пример с покупателями, для которых высокая цена маркирует товары лучшего качества: они не признают купонов и дисконтных программ [Lichtenstein, Ridgway, Netemeyer 1993: 236].

Менее однозначно обстоит дело с индивидами, склонными к демонстративному престижному потреблению. Для них полезность блага определяется не только его характеристиками, но и уровнем цены, которая за него заплачена. Казалось бы, такие люди должны игнорировать цены со скидками. Однако это не совсем так.

Цена остаётся индикатором престижности, но запрос на эту её функцию варьируется в зависимости от того, насколько демонстративной (*socially visible*) является покупка [Веблен 1984: 173–174]. И если купоны на скидку нужно показывать на кассе, стоя в очереди, склонные к престижному потреблению потребители не будут ими пользоваться. Общаясь же с кассиром тет-а-тет, они поведут себя по-другому [Lichtenstein, Ridgway, Netemeyer 1993: 242].

Х. Лейбенштейн, вводя в свои модели «эффект Веблена» (фиксирующий взлёт спроса в ответ на повышение стоимости товара под влиянием желания отличаться от социальных масс), дальновидно предлагает различать два вида цены — реальную цену, выраженную в деньгах, и демонстративную цену, то есть ту, которую, как кажется окружающим, платит данный индивид (*conspicuous price*). На практике эти два вида цены могут существенно отстоять друг от друга [Leibenstein 1950: 203].

Механизм дисконтирования позволяет примирить две противоположные потребности, обеспечивая возможность купить очень дорогие вещи дешевле. Впрочем, данное перемирие достаточно шатко. Установление больших скидок способно вести к формированию искажённого представления о первоначальной цене, которая предстаёт несправедливо завышенной. В одном из экспериментов при скидке в пять долларов первоначальная цена билета в музей оценивалась покупателями в 20 долларов, хотя в реальности составляла 10 долларов. Таким образом, использование больших скидок угрожает ценовой репутации товара, несёт риск размывания закреплённых за ней социальных смыслов [Raghubir 1998: 316].

Скидки, назначаемые при определённых обстоятельствах и на особых условиях, зарекомендовали себя как легитимный способ снижения рыночных цен. Рождественские распродажи в США и Европе давно приобрели статус культурного события, стали драйвером не только торговли, но и, например, туризма в этот период. И всё же с инструментом дисконтирования следует обращаться осторожно. Исследования показывают, что, например, скидки постоянным покупателям вызывают сомнения в справедливости происходящего у тех, кто таковыми не являются. Снижение же цены для отдельных групп потребителей по не вполне понятным причинам негативно сказывается и на представлениях о среднем уровне рыночной стоимости данного товара, и на суждениях о справедливости скидок как таковых [Darke, Dahl 2003: 331–336]. Таким образом, проблематика дисконтирования цены и исследования восприятия скидок покупателями позволяют выйти на неотторжимую от темы легитимности проблему их социальной справедливости. Более пристальному рассмотрению вопроса социальной справедливости рыночной цены посвящён следующий раздел.

Справедливость цены

Этическое измерение рыночной цены ускользает из поля зрения социальных наук в XVIII и XIX веках, когда курс на развитие политической экономии как «чистой науки» сопровождался намеренной «де-

морализацией» социального анализа хозяйства. Исследователи не отрицали моральные ценности и их роль в экономике, однако стремились мыслить в первую очередь как учёные и лишь во вторую очередь как моралисты (что в корне отличалось от позиции их предшественников) [Steiner 2003: 90]. Интерес к моральным аспектам ценообразования возвращается в середине XX века в рамках такой дисциплины, как моральная экономика. Описанные ключевым теоретиком моральной экономики Эдвардом Томпсоном хлебные бунты в Англии XVIII века являются ярким примером социального несогласия с рыночной ценой [Thompson 1971: 132]. Одним из условий обеспечения легитимности цен на хлеб, недополучение которого грозило голодом, являлось, с точки зрения английской толпы, ограничение прибыли продавцов хлеба до «справедливого» уровня. Достичь его представлялось возможным за счёт установления на хлеб фиксированных и контролируемых государством цен. Легитимация рыночной цены — это прежде всего социальный вопрос, напрямую отсылающий к жизнеобеспечивающей функции хозяйства. Анализируя рынки сквозь призму концепции их социальной укоренённости, экономсоциологи всё реже рассуждают о рыночной форме организации хозяйства в терминах сопряжённого с ней социального неравенства. Однако подобные коннотации рынка не уходят из социального дискурса. Например, они явно актуализированы в постсоциалистических странах, осуществивших переход к рыночной экономике или делающих это (см., например: [Mandel, Humphrey 2002]). Как следствие, проблематика справедливости рыночной цены остаётся актуальным аспектом реагирования потребителей на цены и сегодня.

Однако пока вопросом о том, насколько для покупателей важен параметр справедливости рыночной цены, значительно чаще задаются экономисты, маркетологи и психологи, нежели экономсоциологи.

Отчасти это, по-видимому, связано с тем, что представление о справедливости является ценностно нагруженным. Принцип «свободы от оценки», сложность введения в анализ этических переменных вкупе с постоянными опасениями насчёт того, какой из социальных наук принадлежит данный предмет изучения, помещают проблему справедливости цены в разряд философских и выводят её из фокуса эмпирических экономсоциологических исследований. Не последнюю роль играет и методологическая комплексность проблематики справедливости как таковой: «Множественность предлагаемых нормативных принципов и многообразие контекстов делают невозможной простую концептуализацию справедливости в её различных смыслах, порождая проблему "несоизмеримости" предлагаемых трактовок и объяснительных моделей» [Девятко 2011: 140].

В иных отраслях социологии сегодня предпринимаются попытки построить объяснительные модели справедливости, отступая от вопросов обоснованности и эффективности моральных принципов и выдвигая на первый план поиск переменных, которые описывают «контекстные элементы принятия решений или вынесения суждений о справедливости, беспристрастности и честности распределения, в качестве факторов, позволяющих предсказать или объяснить эти решения и суждения» [Девятко 2011: 140]. Результатом такой работы становится типологизация институциональных контекстов. Благодаря ей удаётся построить предположения о том, какие именно нормативные принципы могут доминировать при интуитивной оценке справедливости на микро-, мезо- и макроуровнях социального взаимодействия, обнаружить «историко-эволюционную укоренённость принципов справедливости» и др. и, в конце концов, сформулировать контекстные теории справедливости [Девятко 2009: 142].

По данным эмпирических и экспериментальных исследований, параметр справедливости цены — значимый медиатор взаимоотношений продавцов и потребителей [Maxwell 1995; Nye, Maxwell 1999]. Маркетологи говорят об «эффекте воспринимаемой справедливости цены», состоящем в том, что «покупатели тем более чувствительны к цене, чем существеннее её величина выходит за пределы диапазона, в котором покупатели считают цены «справедливыми» или «обоснованными» [Липсиц 2005: 232]. Социологи вторят им, демонстрируя, что ценоустановители предпринимают массу усилий, дабы

избежать подозрений в необоснованности цены [Бердышева 2010a; Бердышева 2010b]. Как известно, и сторона спроса, и сторона предложения уповают на справедливые рыночные цены. Осталось разобраться, в чём именно состоят эти ожидания, как интерпретируется справедливость рыночной цены и отличаются справедливые цены от критериев справедливости несоответствующих.

Исследования в этой области отталкиваются от теоретических конструктов, разработанных на стыке философии, социальной психологии и экономической теории. Первостепенное значение имеет различение дистрибутивной и процедурной справедливости.

В свете дистрибутивной справедливости приоритетен вопрос о том, в какой мере доля, получаемая каждым членом общества при распределении благ, отвечает нормам справедливости. В исследованиях рыночной цены применяются эгалитаристские теории дистрибутивной справедливости и теории двойного права (*the dual entitlement principle*). В первом случае авторы настаивают на том, что обе стороны, участвующие в сделке, должны получить выигрыш, желательно пропорциональный своим инвестициям. Во втором — фокусируют внимание на соотношении спроса и предложения и на стремлении продавцов к получению выгоды, полагая, что лишь рост издержек фирмы может оправдать рост цен в глазах потребителей [Kalapurakal, Dickson, Urbany 1991].

С точки зрения процедурной справедливости рыночные цены справедливы тогда, когда они остаются универсальными для всех покупателей, независимо от их социально-экономических характеристик.

В общем и целом различные подходы к пониманию оснований справедливости цены не противоречат друг другу и могут использоваться комплементарно [Martins, Monge 1994]. Комплементарность подходов отвечает комплексности проблематики. Пока ещё рано говорить об устойчивых закономерностях, описывающих, как потребители оценивают справедливость цены. Тем не менее попробуем разобраться в том, как могут формироваться подобные оценки.

Эмпирические оценки потребителями справедливости цены крайне противоречивы. Так, например, конструкты «справедливого» и «несправедливого» проявляют себя не как антонимы, а как отдельные целостные концепты. Имея ясное представление об одном, люди нередко не имеют никакого представления о другом, причём чувство несправедливости будет казаться им более близким к опыту и понятным. Кроме того, потребители порой называют справедливой лучшую, очень низкую, неожиданно привлекательную для них цену [Finkel 2001].

Валидируя справедливость цены, потребители сравнивают вероятность наступления несправедливости, ориентируясь на соответствующую вероятность в похожей ситуации. Эвристические оценки далеки от истинных. Потребители склонны недооценивать инфляцию, придавать слишком большое значение роли цены в формировании прибыли фирмы и игнорировать целый ряд издержек, которые несут производители и продавцы [Bolton, Warlop, Alba 2003].

Часто обсуждаемое исследователями предположение о том, что покупатели находят несправедливыми цены, которые приносят продавцам слишком высокие прибыли, не находит эмпирического подтверждения. Выясняется, что покупатели едва ли ориентируются в уровнях доходности операций той или иной фирмы, не говоря уже о продажах конкретного товара [Bolton, Warlop, Alba 2003]. Более того, за несправедливость ценообразования нередко критикуются фирмы с довольно низкими уровнями прибыльности [Липсиц 2005: 233].

Потребители судят о справедливости цены посредством процедуры социального сравнения, призванной заверить, что отличие цены, предлагаемой данным продавцом, от цены значимого другого обоснованно (*reasonable*), приемлемо (*acceptable*) или оправданно (*justifiable*) [Xia, Monroe, Cox 2004: 3].

Восприятие справедливости цены, таким образом, задаётся в том числе и отношениями непрямого обмена [Martins, Monroe 1994]. Влияние значимых других (*significant other*) оказывается определяющим и при интерпретации рыночной стоимости товаров. По данным исследований, сравнение себя с другими посетителями вносит больший вклад в оценку справедливости цены, чем оглядка на конкурирующих продавцов или опыт похожей покупки, полученный в прошлом [Xia, Monroe, Cox 2004; Haws, Bearden 2006: 304].

Эмпирические маркетинговые исследования свидетельствуют о фундаментальной значимости для потребителей идеи равенства. В контексте восприятия цены она предполагает, что любой потребитель должен платить одну и ту же цену за один и тот же товар [Haws, Bearden 2006: 304]. Когда-то цена назначалась продавцом «по одежке», а неумение торговаться было признаком «неприветливости и асоциальности» [Бурстин 1993: 238]. Теперь же принцип «единая цена для всех, независимо от возраста, пола, богатства, бедности или способности торговаться» составляет краеугольный камень понимания справедливости рыночной цены потребителями.

Если современный потребитель не понимает, почему платит отличную от других цену, он может расценить её как несправедливую, полагая, что вариативность определена его идентичностью. Отсюда неудовлетворённость потребителей, например, динамическим ценообразованием в интернет-магазинах, где цена для новых клиентов выше, чем для постоянных, участвующих в программах накопительных скидок [Haws, Bearden 2006]. По схожим причинам потенциальную угрозу таят в себе приёмы рыночного таргетирования (*targeting*), когда целевая аудитория какого-либо продукта заведомо приобретает его на более выгодных условиях.

Заключение о справедливости цены может вести потребителя к трём типам суждений: равенство, выгодное неравенство и невыгодное неравенство. При этом любое из этих суждений формируется с позиции самого покупателя, заботящегося в общем-то о личных интересах. Несправедливость цены, которая мне выгодна, воспринимается менее остро, чем та, что мне невыгодна [OrdOriez, Connolly, Coughlan 2000]. Точно также ситуация, когда значимый другой заплатил несправедливо более высокую цену, раздражает меня меньше, чем та, где заплаченная им цена ниже, чем моя [Martins, Monroe 1994]. И тем не менее в общем виде и выгодное, и невыгодное неравенство оценивается как несправедливое [OrdOriez, Connolly, Coughlan 2000]. При этом этот вывод имеет не только когнитивную, но и аффективную, эмоциональную окраску. В ситуации, когда цена несправедлива, но выгодна для потребителя, он может испытывать чувство вины, тогда как, если несправедливость угрожает его интересам, возникают гнев и раздражение [Xia, Monroe, Cox 2004: 2]. Справедливость сделки повышает уровень удовлетворённости ею, хотя и не синонимична ей [Oliver, Swan 1989].

В целом вопрос справедливости рыночной цены в глазах потребителя — это частный аспект более общей проблемы выстраивания доверительного взаимодействия между покупателем и продавцом. Доверие продавцу — лучшая прививка от сомнений в справедливости выставяемых им цен. С точки зрения потребителя, заплатить справедливую цену значит не быть обманутым. Воображаемые мотивы фирмы влияют на восприятие справедливости цены.

Каждая конкретная сделка служит потребителю источником информации о правилах взаимодействия с данным продавцом. Цена покупки данного товара в этот раз задаёт норму, относительно которой будет оцениваться цена на этот же товар при следующей покупке [Bolton, Warlop, Alba 2003; Haws,

Bearden 2006]. Не признавая сиюминутности условий предыдущей сделки, потребитель ожидает, что ценовое поведение фирмы к следующей сделке не изменится. Нарушение этих ожиданий порождает сомнение в справедливости мотивации продавца [Kahneman, Knetsch, Thaler 1986]. Фирмы с положительной репутацией лучше защищены от разрушительного воздействия подобных сомнений, имеют некий запас доверия со стороны потребителей. Это значит, что, испытав сомнение, покупатели попытаются разобраться в причинах повышения цен. Если рост цен осуществился, по их мнению, под влиянием внешних факторов, неподконтрольных продавцу, новая, более высокая цена будет сочтена справедливой. Если же рост цен напрямую приписывается намерению продавцов, например, как ответ на всплеск спроса, то он воспринимается как несправедливый [Dickson, Kalapurakal 1994; Vaidyanathan, Aggarwal 2003].

Впрочем, представление об издержках фирмы — хрупкая база для построения оценок. Рост одних издержек фирмы воспринимается потребителями как справедливый аргумент в пользу повышения цены, тогда как другие издержки таковым могут и не считаться [Bolton, Warlop, Alba 2003]. Например, более высокие цены на продукцию местного производства воспринимаются как несправедливые и способствуют переключению на частные марки [Indrajit, Batra 1999]. По-видимому, это связано с общими затруднениями, которые потребители испытывают, стараясь оценить стоимость производственного процесса.

Чувствительность к справедливости цены у потребителей варьируется в зависимости от того, какой вклад данный товар вносит в формирование стандарта потребления. Несправедливость цен на товары, обеспечивающие привычный уровень потребления, ощущается более остро, чем на товары, приобретаемые ради повышения жизненного стандарта [Липсиц 2005: 234].

Потребители более толерантны к ценовым различиям, если основанием для них является качество товаров [Bolton, Warlop, Alba 2003]. Правда, и здесь приходится учитывать субъективность представлений о качестве товаров, их зависимость от рыночной компетентности покупателя, от его вкусов, материальных возможностей и т. д. Я. Стэпел приводит пример с шоколадом «Lindt», показывая, что потребители, считающие данный шоколад премиальным, принимают его высокую стоимость как вполне уместную. Однако покупателям, предпочитающим шоколад ручной работы, предложенная цена за продукт массового производства видится несправедливо «раздутой» [Stapel 1972: 110].

В общем и целом исследования показывают, что не существует неких однозначных критериев справедливости рыночной цены в глазах потребителей. Объём располагаемой информации о продукте, субъективный интерес оценивающего и его вовлечённость в сделку, знание исходных издержек и понимание величины торговой наценки, информация о ценовом поведении данного продавца в прошлом, а его конкурентов в настоящем — вот лишь некоторые факторы, задающие контекст оценки справедливости цены [Kalapurakal, Dickson, Urbany 1991].

Заключение

В данном обзоре мы не претендовали на хоть сколько-нибудь полное объяснение или даже описание всех возможных аспектов восприятия цены потребителями. По замыслу её автора, данная работа призвана служить погружению экономсоциологов в обозначенную проблематику, мало исследованную с социологической точки зрения.

Опираясь на результаты социологических и маркетинговых исследований, мы попытались пролить свет на то, каким образом потребители судят о рыночной цене. Обзор литературы обычно ставит новые исследовательские вопросы по теме. Не будем отступать от этой традиции и наметим некоторые из них.

Хозяйственная жизнь разворачивается в обществе, и потому цена — это не только экономическая, но и социокультурная категория. При этом социокультурное содержание стоимости товаров пока остаётся малоисследованным, из-за чего движения цен могут интерпретироваться ошибочно. Рыночные акторы предпринимают специальные усилия для изменения привычных потребителю логик прочтения цены. Например, на заре своей деятельности в России ТНК «Ашан» пришлось с помощью рекламы разъяснять новому потребителю смысл низкого уровня цен на свои товары и убеждать его в том, что покупка по низким ценам не просто не зазорна, а, напротив, похвальна, поскольку указывает на способность просчитывать расходы. В мире крепки позиции ритейлеров-дискаунтеров, сезонные распродажи давно стали культурным событием, появляются магазины низких фиксированных цен. Полагая, что такие практики ориентированы на клиентов с ограниченным бюджетом, нельзя упускать из виду и возможные сдвиги в семантической нагрузке низких цен под влиянием распространения логики европейской рачительности. Таким образом, дальнейшие исследования восприятия цены потребителями вряд ли будут плодотворными, пока мы не поймём, насколько осознанно они относятся к цене. Обращают ли внимание на цены, помнят ли, что сколько стоило, по прошествии времени, каким способом и при каких обстоятельствах тщательно следят за стоимостью приобретаемых товаров, а когда оплачивают покупки без лишних размышлений? Отдельной темой в данном контексте оказывается рациональность ценового поведения потребителей. В пределе она граничит с проблемой вынужденной экономии, но не синонимична ей, так как мотивируется не ограниченностью бюджета, а стремлением контролировать своё потребительское поведение. В связи с этим хочется задаться вопросом о том, каким образом потребители (в том числе и в разных странах) оценивают практики калькуляции цены, как интерпретируют их, насколько социально одобряемыми и приемлемыми для себя лично их мыслят.

Особый интерес вызывают факторы готовности потребителей тратить усилия на поиск лучшей цены, а также стратегии, которые они развивают для этого. Зарубежные шопинг-туры, практики совместных закупок, покупки через сайты-купонаторы — все эти социальные явления уже заметны в повседневности, но пока мало исследованы. Специального внимания в этом контексте потребует проблема распродаж. Следят ли потребители за распродажами? Подстраивают ли под них свои покупки? По каким причинам предпочитают или отрицают дисконтированные цены? Как интерпретируют действия по временному снижению цен магазинами? Какие смыслы вкладывают в практики торга? И т. д.

В основе любого рынка лежит ценность представленного на нём товара. Рынок начинается с решения проблемы оценивания (*valuation*). Мы мало знаем о том, как эта проблема решается. Но известно, что способы неодинаковы. Рынки различных по социальной природе товаров говорят на разных ценовых языках: заоблачная цена на произведение искусства — прямой путь к попаданию в канон, заоблачная цена на краюшку хлеба — к началу народного бунта. Сопоставление рынков с учётом социальной природы и приёмов производства ценности товаров позволит исследователям с большей определённостью рассуждать о закономерностях соотношения цены и ценности благ, о том, как осведомлённость о них модулирует восприятие цен рядовыми потребителями. Известной, но по-прежнему заслуживающей прицельных исследований остаётся тема соотношения цены с качеством товаров. За какие типы товаров потребители осознанно переплачивают, а на каких стремятся сэкономить? В каких случаях связывают цену и качество напрямую, а в каких учитывают только нижние ценовые границы?

Тема справедливости рыночной цены — ещё одна *tabula rasa* в экономической социологии. Каковы фронтиры справедливой рыночной цены, с точки зрения потребителей? Как их ожидания соотносятся с соответствующими представлениями продавцов? Универсально ли содержание представлений о справедливости рыночных цен для разных товаров, для разных типов экономик, для разных исторических периодов, и если нет, чем определяются различия?

И конечно же ключевые для экономсоциологов вопросы лежат в плоскости дифференциации восприятия цены потребителями в зависимости от их положения в социальном пространстве. Принадлежность к различным сообществам, которым присуще разное восприятие, определяет то, в каких категориях мыслятся социальные объекты, в том числе и цены. Однако пока неясно, какие социальные характеристики сами потребители считают определяющими в данном контексте. «Я так отношусь к ценам, потому что я...» Человек определённой профессии? Принадлежу к определённым социальным группам? При каких обстоятельствах люди намеренно анонсируют стоимость сделанных покупок, а когда (и от кого) скрывают её? Ищут ли одобрения или избегают осуждения в связи с заплаченной ценой со стороны друзей и знакомых? Как связано восприятие цены с социальным статусом потребителя? Очевидно, что ответа в терминах престижного потребления по демонстративно завышенным ценам уже недостаточно. Когнитивная способность к калькуляции, в том числе и цен, становится новой социальной ценностью, что важно как для изучения восприятия цен и ценового поведения потребителей, так и для методологии исследований социальной стратификации.

Хочется думать, что маркетинговая наука и социология стоят на рубеже плодотворного сотрудничества в рамках проблематики ценового поведения потребителей. Маркетинг располагает важными эмпирически и экспериментально обоснованными сведениями о том, как покупатели отзываются на цену, каким образом они аккумулируют социальную информацию о товарах и осваивают навигационные функции цены, в какие ценовые игры готовы играть и каких ценовых ловушек опасаются. Социология способна обобщить эти данные с учётом располагаемых знаний о социальном функционировании хозяйства в целом, выстроить встречные теоретические концепции, проблематизировать принципы социального порядка, которые обуславливают подмеченные маркетологами закономерности. Это последнее, в свою очередь, способно дать маркетологам новые объяснительные ресурсы.

Литература

- Акерлоф Дж. 1994. Рынок «лимонов»: неопределённость качества и рыночный механизм. *THESIS*. 6: 91–104.
- Александрова Е. С. 2008. «Рекомендовано лучшими друзьями», или Как россияне выбирают стоматолога. *Социальная реальность*. 4: 20–27.
- Андряшин Н. В. 2007. Понятие рынка в маркетинге. *Экономическая социология*. 8 (1): 76–86. URL: <http://ecsoc.hse.ru/2007-8-1.html>
- Барсукова С. Ю., Колёсник Н. В. 2011. Формальные и неформальные практики российского судопроизводства. В сб.: Дука А. В. (отв. ред.) *Российские властные институты и элиты в трансформации*. СПб.: Интерсоцис; 183–218.
- Бердышева Е. С. 2010а. Тема ценообразования в новой экономической социологии: предпосылки, курсы, перспективы. *Экономическая социология*. 11 (1): 111–127. URL: <http://ecsoc.hse.ru/2010-11-1.html>
- Бердышева Е. С. 2010б. Ценообразование в медицине как процесс социальной координации (экономико-социологический анализ на примере коммерческой стоматологии Москвы). *Мир России: Социология, этнология*. 19 (3): 132–158.
- Бодрийяр Ж. 2004. К критике политической экономии знака. М.: Библион — Русская книга.

- Бурстин Д. Дж. 1993. Сообщества потребления. *THESIS*. 1 (3): 231–254.
- Веблен Т. 1984. *Теория праздного класса*. М.: Прогресс.
- Вельтус О. 2008. Символические значения цены: конструирование ценности современного искусства в галереях Амстердама и Нью-Йорка. *Экономическая социология*. 9 (3): 33–59. URL: <http://ecsoc.hse.ru/issues/2008-9-3/index.html>
- Гарфинкель Г. 2007. *Исследования по этнометодологии*. СПб.: Питер.
- Гирц К. 2009. Базарная экономика: информация и поиск в крестьянском маркетинге. *Экономическая социология*. 10 (2): 54–62. URL: <http://ecsoc.hse.ru/2009-10-2.html>
- Головин В. В. 1998. *Детское обычное право в контексте игры*. URL: http://igrologia.ru/izdania/Teoria_i_istoria_igri/3_Golovin1.htm
- Девятко И. Ф. 2009. О теоретических моделях, объясняющих восприятие справедливости на микро-, мезо- и макроуровнях социальной реальности. *Социология: методология, методы и математическое моделирование (Социология: 4М)*. 29: 10–29.
- Девятко И. Ф. 2011. В сторону справедливости: экспериментальное исследование взаимосвязи между дескриптивным обыденным знанием и восприятием дистрибутивной справедливости. *Журнал социологии и социальной антропологии*. XIV (2): 139–164.
- Девятко И. Ф. 2012. «Мудрость толп» и «мудрость внутри»: сравнительная точность групповых и индивидуальных суждений о дискретных социальных фактах. *Социология: Методология, методы, математическое моделирование*. 34: 81–104.
- Девятко И. Ф., Абрамов Р. Н., Кожанов А. А. 2010. О пределах и природе дескриптивного обыденного знания в социальном мире. *Социологические исследования*. 9: 3–17.
- Долгин А. Б. 2006. *Экономика символического обмена*. М.: Инфра-М.
- Ильин В. И. 2000. *Поведение потребителей*. СПб.: Питер.
- Каллон М., Меадель С., Рабехарисоа В. 2008. Экономика качеств. *Журнал социологии и социальной антропологии*. XI (4): 59–87.
- Копытофф И. 2006. Культурная биография вещей: товаризация как процесс. В сб.: Вахштайн В. (отв. ред.) *Социология вещей*. М.: Изд. дом «Территория будущего»; 134–166.
- Кравцова М. В. 2012. Коррупция в полиции: трансформация отношений с бизнесом. *Экономическая социология*. 13 (2): 82–98. URL: <http://ecsoc.hse.ru/2012-13-2.html>
- Липсиц И. В. 2005. *Ценообразование (управление ценообразованием в организации): учебник*. М.: Издательство «ЭКОНОМИСТЪ».
- Моисеева Е. Н. 2013. Твоя последняя покупка, выбранная кем-то другим: как покупатели принимают решения на рынке ритуальных услуг. *Экономическая социология*. 14 (1): 13–27. URL: <http://ecsoc.hse.ru/2013-14-1/72823282.html>

- Нэгл Т. Т., Холден Р. К. 2001. *Стратегия и тактика ценообразования*. СПб.: Питер.
- Слейтер Д. 2008. Забирая рынок у экономистов. *Экономическая социология*. 9 (2): 29–45. URL: <http://ecsoc.hse.ru/2008-9-2/26594745.html>
- Фархатдинов Н. Г. 2011. Искусство как товар: старые и новые исследовательские перспективы. *Экономическая социология*. 12 (3): 127–144. URL: <http://ecsoc.hse.ru/2011-12-3/42287029.html>
- Чарнявски Б., Генелль К. 2007. В поход за покупками? Университеты на пути к рынку. В сб.: Семёнова М. (науч. ред.) *Экономика университета: институты и организации*. М.: Изд. дом ВШЭ, 128–158.
- Abramovitch N., Freedman J. L., Pliner P. 1991. Children and Money: Getting an Allowance, Credit versus Cash, and Knowledge of Pricing. *Journal of Economic Psychology*. 12: 27–45.
- Aspers P., Beckert J. (eds). 2011. *The Worth of Goods: Valuation and Pricing in the Economy*. New York: Oxford University Press.
- Beckert J. 2011. The Transcending Power of Goods: Imaginative Value in the Economy. In: Aspers P., Beckert J. (eds). *The Worth of Goods: Valuation and Pricing in the Economy*. New York: Oxford University Press; 106–130.
- Beckert J., Musselin Ch. (eds). 2013. *Constructing Quality: The Classification of Goods in Markets*. Great Britain: Oxford University Press.
- Bogdanova E. 2011. *Accounts of the Past: Mechanisms of Valuation in the Market for Antiques*. Paper to be presented at SASE mini-conference «Cultural and Creative Industries in the Global Economy». June 24.
- Bolton L. E., Warlop L., Alba J. W. 2003. Consumer Perceptions of Price (Un)Fairness. *Journal of Consumer Research*. 29: 474–491.
- Bushnell J. B., Mansur E. T. 2005. Consumption under Noisy Price Signals: A Study of Electricity Retail Rate Deregulation in San Diego. *The Journal of Industrial Economics*. 53 (4): 493–513.
- Callon M., Muniesa F. 2005. Economic Markets as Calculative Collective Devices. *Organization Studies*. 26 (8): 1229–1250.
- Campbell M. C. 1999. Perceptions of Price Unfairness: Antecedents and Consequences. *Journal of Marketing Research*. 36: 187–199.
- Clark R.A., Goldsmith R.E., Goldsmith E.B. 2008. Market Mavenism and Consumer Self-Confidence. *Journal of Consumer Behaviour*. 7(3): 239–248.
- Darke P. R., Dahl D. W. 2003. Fairness and Discounts: The Subjective Value of a Bargain. *Journal of Consumer Psychology*. 13 (3): 328–338.
- Dickson P. R., Kalapurakal R. 1994. The Use and Perceived Fairness of Price-Setting Rules in the Bulk Electricity Market. *Journal of Economic Psychology*. 15 (3): 427–448.

- Dodds W. B., Monroe K. B., Grewal D. 1991. Effects of Price, Brand, and Store Information on Buyers' Product Evaluations. *Journal of Marketing Research*. 28 (3): 307–319.
- Dunn R. G. 2008. *Identifying Consumption: Subjects and Objects in Consumer Society*. Philadelphia, PA: Temple University Press.
- Finkel N. J. 2001. Introduction: The Cries, and the Critics of Unfairness. In: Finkel N. J. *Not Fair!: The Typology of Commonsense Unfairness*. Washington, DC: American Psychological Association; 3–21.
- Forsberg P. 2009. Testing Prices in Markets. How to Charter a Tanker. *Ethnography*. 10 (3): 265–290.
- Fourcade M. 2011. Price and Prejudice: On Economics and the Enchantment (or Disenchantment) of Nature. In: Aspers P., Beckert J. (eds). *The Worth of Goods: Valuation and Pricing in the Economy*. New York: Oxford University Press; 41–62.
- Furnham A., Cleare A. 1988. School Children's Conceptions of Economics: Prices, Wages, Investments and Strikes. *Journal of Economic Psychology*. 9: 467–479.
- Gabor A., Granger C. W. J. 1966. Price as an Indicator of Quality: Report on an Enquiry. *Economica*. 33 (129): 43–70.
- Goldman A., Johansson J. K. 1978. Determinants for Search of Lower Prices: An Empirical Assessment of the Economics of Information Theory. *Journal of Consumer Research*. 5 (3): 176–186.
- Gourevitch P. 2011. The Value of Ethics: Monitoring Normative Compliance in Ethical Consumption Markets. In: Aspers P., Beckert J. (eds). *The Worth of Goods: Valuation and Pricing in the Economy*. New York: Oxford University Press; 86–105.
- Hanson J. D., Kysar D. A. 1999. Taking Behavioralism Seriously: Some Evidence of Market Manipulation. *Harvard Law Review*. 112 (7): 1420–1572.
- Haws K. L., Bearden W. O. 2006. Dynamic Pricing and Consumer Fairness Perceptions. *Journal of Consumer Research*. 33 (3): 304–311.
- Indrajit S., Batra R. 1999. The Effect of Consumer Price Consciousness on Private Label Purchase. *International Journal of Research in Marketing*. 16 (3): 237–251.
- Kahneman D., Knetsch J., Thaler R. 1986. Fairness as a Constraint on Profit Seeking: Entitlements in the Market. *American Economic Review*. 76 (4): 728–741.
- Kalapurakal R., Dickson P. R., Urbany J. E. 1991. Perceived Price Fairness and Dual Entitlement. *Advances in Consumer Research*. 18: 788–793.
- Khuri F. 1968. The Etiquette of Bargaining in the Middle East. *American Anthropologist*. 70: 698–706.
- Klein N. M., Oglethorpe J. E. 1987. Cognitive Reference Points in Consumer Decision Making. *Advances in Consumer Research*. 14: 183–187.
- Krishnamurthi L., Mazumdar T., Raj S. P. 1992. Asymmetric Response to Price in Consumer Brand Choice and Purchase Quantity Decisions. *Journal of Consumer Research*. 19 (3): 387–400.

- Leibenstein H. 1950. Bandwagon, Snob, and Veblen Effects in the Theory of Consumers' Demand. *The Quarterly Journal of Economics*. 64 (2): 183–207.
- Liang Ting-Peng, Doong Her-Sen. 2000. Effect of Bargaining in Electronic Commerce. *International Journal of Electronic Commerce*. 4 (3): 23–43.
- Lichtenstein D. R., Bearden W. O. 1989. Contextual Influences on Perceptions of Merchantsupplied Reference Prices. *Journal of Consumer Research*. 16: 55–66.
- Lichtenstein D. R., Ridgway N. M., Netemeyer R. 1993. Price Perceptions and Consumer Shopping Behavior: A Field Study. *Journal of Marketing Research*. 30 (2): 234–245.
- Mandel R., Humphrey C. (eds). 2002. *Markets and Moralities: Ethnographies of Postsocialism*. New York: Berg.
- Marchand R. 1985. *Advertising the American Dream*. Berkeley: University of California Press.
- Martins M., Monroe K. B. 1994. Perceived Price Fairness: a New Look At an Old Construct. In: Allen Ch. T., Deborah R. J. *NA — Advances in Consumer Research*. Vol. 21. Provo, UT: Association for Consumer Research; 75–78. URL: <http://www.acrwebsite.org/search/view-conference-proceedings.aspx?Id=7566>
- Maxwell S. 1995. What Makes a Price Increase Seem "Fair"? *Pricing Strategy & Practice*. 3 (4): 21–27.
- Mears A. 2011. Pricing Looks: Circuits of Value in Fashion Modeling Markets. In: Aspers P., Beckert J. (eds). *The Worth of Goods: Valuation and Pricing in the Economy*. New York: Oxford University Press; 155–177.
- Monroe K. B. 1973. Buyers' Subjective Perceptions of Price. *Journal of Marketing Research*. 10 (1): 70–80.
- Monroe K., Petroschius S. M. 1987. Effect of Product-Line Pricing Characteristics on Product Evaluations. *Journal of Consumer Research*. 13 (4): 511–519.
- Muniesa F. 2007. Market Technologies and the Pragmatics of Prices. *Economy and Society*. 36 (3): 377–395.
- Nye P., Maxwell N. 1999. Less Pain, Some Gain: The Effects of Priming Fairness in Price Negotiations. *Psychology & Marketing*. 16 (7): 545–562.
- Oliver R. L., Swan J. E. 1989. Consumer Perceptions of Interpersonal Equity and Satisfaction in Transactions: A Field Survey Approach. *Journal of Marketing*. 53: 21–35.
- OrdOriez L. D., Connolly T., Coughlan R. 2000. Multiple Reference Points in Satisfaction and Fairness Assessment. *Journal of Behavioral Decision Making*. 13 (3): 329–344.
- Raghubir P. 1998. Coupon Value: A Signal for Price? *Journal of Marketing Research*. 35 (3): 316–324.
- Rona-Tas A., Hiss S. 2011. Forecasting as Valuation: The Role of Ratings and Predictions in the Subprime Mortgage Crisis in the US In: Aspers P., Beckert J. (eds). *The Worth of Goods: Valuation and Pricing in the Economy*. New York: Oxford University Press; 223–246.

- Schindler R. M. 1998. Consequences of Perceiving Oneself as Responsible for Obtaining a Discount: Evidence for Smart-Shopper Feelings. *Journal of Consumer Psychology*. 7 (4): 371–392.
- Schindler R. M. 2001. Relative Price Level of 99-Ending Prices: Image versus Reality. *Marketing Letters*. 12 (3): 239–247.
- Shik J. 1985. Perception of Price When Price Information Is Costly: Evidence from Residential Electricity. *The Review of Economics and Statistics*. 67 (4): 591–598.
- Simmel G. 1990. *The Philosophy of Money*. London: Routledge and Kegan Paul.
- Smart B. 2010. *Consumer Society. Critical Issues & Environmental Consequences*. London: SAGE Publications Ltd.
- Smith Ch. W. 2011. Coping with Contingencies in Equity Option Markets: The «Rationality» of Pricing. In: Aspers P., Beckert J. (eds). *The Worth of Goods: Valuation and Pricing in the Economy*. New York: Oxford University Press; 272–296.
- Stapel J. 1972. «Fair» or «Psychological» Pricing? *Journal of Marketing Research*. 9 (1): 109–110.
- Steiner Ph. 2003. Gifts of Blood and Organs: The Market and «Fictitious» Commodities. *Revue Française de Sociologie*. 44: 147–162.
- Thompson E. 1971. The Moral Economy of English Crowd in XVIII Century. *Past and Present*. 50: 76–136.
- Vaidyanathan R., Aggarwal P. 2003. Who Is the Fairest of Them All? An Attributional Approach to Price Fairness Perceptions. *Journal of Business Research*. 56 (6): 453–463.
- Wherry F. F. 2008. The Social Characterizations of Price: The Fool, the Faithful, the Frivolous, and the Frugal. *Sociological Theory*. 26 (4): 363–379.
- White H. 1981. Where Do Markets Come From. *The American Journal of Sociology*. 87 (3): 517–547.
- Winer R. S. 1986. A Reference Price Model of Brand Choice for Frequently Purchased Products. *Journal of Consumer Research*. 13: 250–256.
- Xia L., Monroe K. B., Cox J. L. 2004. The Price Is Unfair! A Conceptual Framework of Price Fairness Perceptions. *Journal of Marketing*. 68 (4): 1–15.
- Zerubavel E. 1997. *Social Mindscapes: An Invitation to Cognitive Sociology*. Cambridge: Harvard University Press.

PROFESSIONAL REVIEWS

Elena Berdysheva

What Do We Know About Consumers' Price Perception? The Research Findings of Studies in Sociology and Marketing Science

BERDYSHEVA, Elena

Sergeevna — Candidate of Science in Sociology, Senior Lecturer, Department of Economic Sociology; Senior Research Fellow, Laboratory for Studies in Economic Sociology, National Research University Higher School of Economics. Address: 20 Myasnitskaya str., Moscow, 101000, Russian Federation.

Email: eberdysheva@hse.ru

Abstract

The article argues that economic sociologists underestimate the problem of consumers' price perception in their studies while it may be used as an effective key to the social orders of modern markets. Sociological studies of consumers' price perception are very few and mostly performed at the theoretical level so the author makes an attempt to draw colleagues' attention to the results of price perception research undertaken within marketing science and overviews its results in the light of sociological tasks. It is assumed that the problem of price perception is a ground for fruitful cooperation between these two disciplines. At the same time, the main message of the work has nothing to do with the discourse on interdisciplinarity. It is focused on the social base of consumers' price perception and price behavior. The primary objective of the article is to shed light on the social contexts relevant for perception and interpretation of market prices by social actors.

Overviewed literature enables to state that the perception of price and pricing behavior (defined as the set of possible decisions about price which depends on the way a consumer perceives and interprets it) is modulated by the social position of the individual. The main distinction lies between economizing practices driven by the budget constraints and consumers' cognitive ability and aspiration to manage price behavior rationally. It is shown that internal standards used by consumers for estimation current prices are shaped within social interaction beyond the market, especially through the everyday storytelling. The relationship between social value and market prices of goods are in the center of the paper. The author claims the inseparability of the monetary value from the socially constructed image of the goods and underlines the price-quality dilemma as an urgent issue for the contemporary economy with its non-stop process of qualification and requalification of market commodities. Talk about price perception can not pass by the problem of social meanings of different price levels and, especially, by the social nature of discounted prices. The last goes hand in hand with market price fairness as it is seen by consumers. Thus, the section devoted to this problem logically follows. Conclusive part of the paper is devoted to the possible research questions for the future studies of consumers' price perception, which appear when we build bridges between marketing and sociological research.

Key words: pricing; market; consumer research; discounts; bargaining; quality; price fairness.

References

Abramovitch N., Freedman J. L., Pliner P. (1991) Children and Money: Getting an Allowance, Credit versus Cash, and Knowledge of Pricing. *Journal of Economic Psychology*, vol. 12, pp. 27–45.

- Akerlof G. (1994) Rynok “limonov”: neopredelennost' kachestva i rynochnyy mekhanizm [The Market for “Lemons”: Quality Uncertainty and the Market Mechanism]. *THESIS*, vol. 6, pp. 91–104 (in Russian).
- Aleksandrova E. S. (2008) “Rekomendovano luchshimi druz'yami”, ili Kak rossiyanе vybirayut stomatologa [“Best Friends Recommend” or How Russians Choose a Dentist]. *Sotsial'naya real'nost'*, vol. 4, pp. 20–27 (in Russian).
- Andriyashin N. V. (2007) Ponyatie rynka v marketing [The Concept of Market in Marketing]. *Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 8, no 1, pp. 76–86. Available at: <http://ecsoc.hse.ru/2007-8-1.html> (accessed on 6 May 2014) (in Russian).
- Aspers P., Beckert J. (eds). (2011) *The Worth of Goods: Valuation and Pricing in the Economy*, New York: Oxford University Press.
- Barsukova S. Yu., Kolesnik N. V. (2011) Formal'nye i neformal'nye praktiki rossiyskogo sudoproizvodstva [Formal and Informal Practices of Russian Legal Proceedings]. *Rossiyskie vlastnye instituty i elity v transformatsii* [Russian Power Institutions and Elites under Transformations] (ed. A. V. Duka), Saint Petersburg: Intersotsis, pp. 183–218 (in Russian).
- Baudrillard J. (2004) *K kritike politicheskoy ekonomii znaka* [For a Critique of the Political Economy of the Sign], Moscow: Biblion — Russkaya kniga (in Russian).
- Beckert J. (2011) The Transcending Power of Goods: Imaginative Value in the Economy. *The Worth of Goods: Valuation and Pricing in the Economy* (eds. P. Aspers, J. Beckert), New York: Oxford University Press, pp. 106–130.
- Beckert J., Musselin Ch. (eds) (2013). *Constructing Quality: The Classification of Goods in Markets*, Great Britain: Oxford University Press.
- Berdysheva E. S. (2010a) Tema tsenoobrazovaniya v novoy ekonomicheskoy sotsiologii: predposylki, rakursy, perspektivy [Prices and Pricing in New Economic Sociology: Assumptions and Perspectives]. *Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 11, no 1, pp. 111–127. Available at: <http://ecsoc.hse.ru/2010-11-1.html> (accessed on 7 May 2014) (in Russian).
- Berdysheva E. S. (2010b) Tsenoobrazovanie v meditsine kak protsess sotsial'noy koordinatsii (ekonomiko-sotsiologicheskii analiz na primere kommercheskoy stomatologii Moskvy) [Price Formation in Medicine as a Process of Social Coordination (The Economic and Sociological Analysis of Commercial Dentistry in Moscow)], *Mir Rossii: Sotsiologiya, etnologiya*, vol. 19, no 3, pp. 132–158 (in Russian).
- Bogdanova E. (2011) *Accounts of the Past: Mechanisms of Valuation in the Market for Antiques*. Paper to be presented at SASE mini-conference “Cultural and Creative Industries in the Global Economy”, June 24.
- Bolton L. E., Warlop L., Alba J. W. (2003) Consumer Perceptions of Price (Un)Fairness. *Journal of Consumer Research*, vol. 29, pp. 474–491.
- Burstin D. J. (1993) Soobshchestva potrebleniya [Consumption Communities]. *THESIS*, vol. 1, no 3, pp. 231–254 (in Russian).
- Bushnell J. B., Mansur E. T. (2005) Consumption under Noisy Price Signals: A Study of Electricity Retail Rate Deregulation in San Diego. *The Journal of Industrial Economics*, vol. 53, no 4, pp. 493–513.

- Callon M., Méadel' C., Rabeharisoa V. (2008) Ekonomika kachestv [The Economy of Qualities]. *Zhurnal sotsiologii i sotsial'noy antropologii*, vol. XI, no 4, pp. 59–87 (in Russian).
- Callon M., Muniesa F. (2005) Economic Markets as Calculative Collective Devices. *Organization Studies*, vol. 26, no 8, pp. 1229–1250.
- Campbell M. C. (1999) Perceptions of Price Unfairness: Antecedents and Consequences. *Journal of Marketing Research*, vol. 36, pp. 187–199.
- Clark R.A., Goldsmith R.E., Goldsmith E.B. (2008) Market Mavenism and Consumer Self-Confidence. *Journal of Consumer Behaviour*, vol. 7, no 3, pp. 239–248.
- Czarniawska B., Genell K. (2007) V pokhod za pokupkami? Universitety na puti k rynku [Gone Shopping? Universities on Their Way to the Market]. *Ekonomika universiteta: instituty i organizatsii* [Economics of the University: Institutions and Organizations] (ed. M. Semenova), Moscow: HSE Publishing House, pp. 128–158 (in Russian).
- Darke P. R., Dahl D. W. (2003) Fairness and Discounts: The Subjective Value of a Bargain. *Journal of Consumer Psychology*, vol. 13, no 3, pp. 328–338.
- Devyatko I. F. (2009) O teoreticheskikh modelyakh, ob'yasnyayushchikh vospriyatie spravedlivosti na mikro-, mezo- i makrourovnyakh sotsial'noy real'nosti [On Theoretical Models, Explaining Perception of Fairness at Micro-, Mezo -, and Macro Levels of Social Reality], *Sotsiologiya: metodologiya, metody i matematicheskoe modelirovanie (Sotsiologiya: 4M)*, vol. 29, pp. 10–29 (in Russian).
- Devyatko I. F. (2011) V storonu spravedlivosti: eksperimental'noe issledovanie vzaimosvyazi mezhdru deskriptivnym obydenym znaniem i vospriyatiem distributivnoy spravedlivosti [Toward Fairness: The Experimental Research on Relations between Descriptive Common Knowledge and Perception of Distributive Fairness]. *Zhurnal sotsiologii i sotsial'noy antropologii*, vol. XIV, no 2, pp. 139–164 (in Russian).
- Devyatko I. F. (2012) “Mudrost' tolp” i “mudrost' vnutri”: sravnitel'naya tochnost' gruppovykh i individual'nykh suzheniy o diskretnykh sotsial'nykh faktakh [Wisdom of Crowds and Inner Wisdom: Comparative Accuracy of Group and Individual Judgments about Discrete Social Facts], *Sotsiologiya: Metodologiya, metody, matematicheskoe modelirovanie*, vol. 34, pp. 81–104 (in Russian).
- Devyatko I. F., Abramov R. N., Kozhanov A. A. (2010) O predelakh i prirode deskriptivnogo obydenogo znaniya v sotsial'nom mire [On Limits and the Nature of Descriptive and Common Knowledge in the Social World]. *Sotsiologicheskie issledovaniya*, no 9, pp. 3–17 (in Russian).
- Dickson P. R., Kalapurakal R. (1994) The Use and Perceived Fairness of Price-Setting Rules in the Bulk Electricity Market. *Journal of Economic Psychology*, vol. 15, no 3, pp. 427–448.
- Dodds W. B., Monroe K. B., Grewal D. (1991) Effects of Price, Brand, and Store Information on Buyers' Product Evaluations. *Journal of Marketing Research*, vol. 28, no 3, pp. 307–319.
- Dolgin A. B. (2006) *Ekonomika simvolicheskogo obmena* [The Economics of Symbolic Exchange], Moscow: Infra-M (in Russian).

- Dunn R. G. (2008) *Identifying Consumption: Subjects and Objects in Consumer Society*, Philadelphia, PA: Temple University Press.
- Farkhatdinov N. G. (2011) Iskusstvo kak tovar: starye i novye issledovatel'skie perspektivy [Art as a Good: Old and New Research Perspectives]. *Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 12, no 3, pp. 127–144. Available at: <http://ecsoc.hse.ru/2011-12-3/42287029.html> (accessed on 7 May 2014) (in Russian).
- Finkel N. J. (2001) Introduction: The Cries, and the Critics of Unfairness. *Not Fair!: The Typology of Commonsense Unfairness*, Washington, DC: American Psychological Association, pp. 3–21.
- Forsberg P. (2009) Testing Prices in Markets. How to Charter a Tanker. *Ethnography*, vol. 10, no 3, pp. 265–290.
- Fourcade M. (2011) Price and Prejudice: On Economics and the Enchantment (or Disenchantment) of Nature. *The Worth of Goods: Valuation and Pricing in the Economy* (eds. P. Aspers, J. Beckert), New York: Oxford University Press, pp. 41–62.
- Furnham A., Cleare A. (1988) School Children's Conceptions of Economics: Prices, Wages, Investments and Strikes. *Journal of Economic Psychology*, vol. 9, pp. 467–479.
- Gabor A., Granger C. W. J. (1966) Price as an Indicator of Quality: Report on an Enquiry. *Economica*, vol. 33, no 129, pp. 43–70.
- Garfinkel H. (2007) *Issledovaniya po etnometodologii* [Studies in Ethnomethodology], Saint Petersburg: Piter (in Russian).
- Geertz C. (2009) Bazarnaya ekonomika: informatsiya i poisk v krest'yanskom marketing [The Bazaar Economy: Information and Search in Peasant Marketing]. *Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 10, no 2, pp. 54–62. Available at: <http://ecsoc.hse.ru/2009-10-2.html> (accessed on 7 May 2014) (in Russian).
- Goldman A., Johansson J. K. (1978) Determinants for Search of Lower Prices: An Empirical Assessment of the Economics of Information Theory. *Journal of Consumer Research*, vol. 5, no 3, pp. 176–186.
- Golovin V. V. (1998) *Detskoe obychnoe pravo v kontekste igry* [Children' Common Law in Context of the Game]. Available at: http://igrologia.ru/izdania/Teoria_i_istoria_igri/3_Golovin1.htm (accessed on 7 May 2014) (in Russian).
- Gourevitch P. (2011) The Value of Ethics: Monitoring Normative Compliance in Ethical Consumption Markets. *The Worth of Goods: Valuation and Pricing in the Economy* (eds. P. Aspers, J. Beckert), New York: Oxford University Press, pp. 86–105.
- Hanson J. D., Kysar D. A. (1999) Taking Behavioralism Seriously: Some Evidence of Market Manipulation. *Harvard Law Review*, vol. 112, no 7, pp. 1420–1572.
- Haws K. L., Bearden W. O. (2006) Dynamic Pricing and Consumer Fairness Perceptions. *Journal of Consumer Research*, vol. 33, no 3, pp. 304–311.
- Il'in V. I. (2000) *Povedenie potrebiteley* [Consumer Behavior], Saint Petersburg: Piter (in Russian).

- Indrajit S., Batra R. (1999) The Effect of Consumer Price Consciousness on Private Label Purchase. *International Journal of Research in Marketing*, vol. 16, no 3, pp. 237–251.
- Kahneman D., Knetsch J., Thaler R. (1986) Fairness as a Constraint on Profit Seeking: Entitlements in the Market. *American Economic Review*, vol. 76, no 4, pp. 728–741.
- Kalapurakal R., Dickson P. R., Urbany J. E. (1991) Perceived Price Fairness and Dual Entitlement. *Advances in Consumer Research*, vol. 18, pp. 788–793.
- Khuri F. (1968) The Etiquette of Bargaining in the Middle East. *American Anthropologist*, vol. 70, pp. 698–706.
- Klein N. M., Oglethorpe J. E. (1987) Cognitive Reference Points in Consumer Decision Making. *Advances in Consumer Research*, vol. 14, pp. 183–187.
- Kopytoff I. (2006) Kul'turnaya biografiya veshchey: tovarizatsiya kak protsess [The Cultural Biography of Things: Commoditization as a Process]. *Sotsiologiya veshchey* [Sociology of Things] (ed. V. Vakhshayn), Moscow: Izdatel'skiy dom "Territoriya budushchego", pp. 134–166 (in Russian).
- Kravtsova M. V. (2012) Korruptsiya v politzii: transformatsiya otnosheniy s biznesom [Corruption in Police: Changes in Police-Entrepreneur Relations]. *Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 13, no 2, pp. 82–98. Available at: <http://ecsoc.hse.ru/2012-13-2.html> (accessed on 7 May 2014) (in Russian).
- Krishnamurthi L., Mazumdar T., Raj S. P. (1992) Asymmetric Response to Price in Consumer Brand Choice and Purchase Quantity Decisions. *Journal of Consumer Research*, vol. 19, no 3, pp. 387–400.
- Leibenstein H. (1950) Bandwagon, Snob, and Veblen Effects in the Theory of Consumers' Demand. *The Quarterly Journal of Economics*, vol. 64, no 2, pp. 183–207.
- Liang Ting-Peng, Doong Her-Sen (2000) Effect of Bargaining in Electronic Commerce. *International Journal of Electronic Commerce*, vol. 4, no 3, pp. 23–43.
- Lichtenstein D. R., Bearden W. O. (1989) Contextual Influences on Perceptions of Merchantsupplied Reference Prices. *Journal of Consumer Research*, vol. 16, pp. 55–66.
- Lichtenstein D. R., Ridgway N. M., Netemeyer R. (1993) Price Perceptions and Consumer Shopping Behavior: A Field Study. *Journal of Marketing Research*, vol. 30, no 2, pp. 234–245.
- Lipsits I. V. (2005) *Tsenoobrazovanie (upravlenie tsenoobrazovaniem v organizatsii): uchebnik* [Pricing (Pricing Management in Organizations): A Textbook], Moscow: Izdatel'stvo "EKONOMIST" (in Russian).
- Mandel R., Humphrey C. (eds) (2002) *Markets and Moralities: Ethnographies of Postsocialism*, New York: Berg.
- Marchand R. (1985) *Advertising the American Dream*, Berkeley: University of California Press.
- Martins M., Monroe K. B. (1994) Perceived Price Fairness: a New Look At an Old Construct. *NA — Advances in Consumer Research*, vol. 21 (eds. Ch. T. Allen, R. J. Deborah), Provo, UT: Association for Consumer Research, pp. 75–78. Available at: <http://www.acrwebsite.org/search/view-conference-proceedings.aspx?Id=7566> (accessed on 7 May 2014).

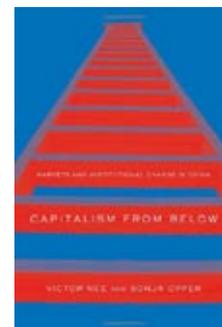
- Maxwell S. (1995) What Makes a Price Increase Seem “Fair”? *Pricing Strategy & Practice*, vol. 3, no 4, pp. 21–27.
- Mears A. (2011) Pricing Looks: Circuits of Value in Fashion Modeling Markets. *The Worth of Goods: Valuation and Pricing in the Economy* (eds. P. Aspers, J. Beckert), New York: Oxford University Press, pp. 155–177.
- Moiseeva E. N. (2013) Tvoya poslednyaya pokupka, vybrannaya kem-to drugim: kak pokupateli prinimayut resheniya na rynke ritual’nykh uslug [Your Last Purchase but Chosen Not by You: How Buyers Make Their Choices in the Market for Funeral Services]. *Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 14, no 1, pp. 13–27. Available at: <http://ecsoc.hse.ru/en/2013-14-1/72823282.html> (accessed on 7 May 2014) (in Russian).
- Monroe K. B. (1973) Buyers’ Subjective Perceptions of Price. *Journal of Marketing Research*, vol. 10, no 1, pp. 70–80.
- Monroe K., Petroschius S. M. (1987) Effect of Product-Line Pricing Characteristics on Product Evaluations. *Journal of Consumer Research*, vol. 13, no 4, pp. 511–519.
- Muniesa F. (2007) Market Technologies and the Pragmatics of Prices. *Economy and Society*, vol. 36, no 3, pp. 377–395.
- Nagle Th. T., Holden R. K. (2001) *Strategiya i taktika tsenoobrazovaniya* [The Strategy and Tactics of Pricing], Saint Petersburg: Piter (in Russian).
- Nye P., Maxwell N. (1999) Less Pain, Some Gain: The Effects of Priming Fairness in Price Negotiations. *Psychology & Marketing*, vol. 16, no 7, pp. 545–562.
- Oliver R. L., Swan J. E. (1989) Consumer Perceptions of Interpersonal Equity and Satisfaction in Transactions: A Field Survey Approach. *Journal of Marketing*, vol. 53, pp. 21–35.
- OrdOriez L. D., Connolly T., Coughlan R. (2000) Multiple Reference Points in Satisfaction and Fairness Assessment. *Journal of Behavioral Decision Making*, vol. 13, no 3, pp. 329–344.
- Raghubir P. (1998) Coupon Value: A Signal for Price? *Journal of Marketing Research*, vol. 35, no 3, pp. 316–324.
- Rona-Tas A., Hiss S. (2011) Forecasting as Valuation: The Role of Ratings and Predictions in the Subprime Mortgage Crisis in the US. *The Worth of Goods: Valuation and Pricing in the Economy* (eds. P. Aspers, J. Beckert), New York: Oxford University Press, pp. 223–246.
- Schindler R. M. (1998) Consequences of Perceiving Oneself as Responsible for Obtaining a Discount: Evidence for Smart-Shopper Feelings. *Journal of Consumer Psychology*, vol. 7, no 4, pp. 371–392.
- Schindler R. M. (2001) Relative Price Level of 99-Ending Prices: Image versus Reality. *Marketing Letters*, vol. 12, no 3, pp. 239–247.
- Shik J. (1985) Perception of Price When Price Information Is Costly: Evidence from Residential Electricity. *The Review of Economics and Statistics*, vol. 67, no 4, pp. 591–598.

- Simmel G. (1990) *The Philosophy of Money*, London: Routledge and Kegan Paul.
- Slater D. (2008) Zahiraya rynok u ekonomistov [Capturing Market from the Economists]. *Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 9, no 2, pp. 29–45. Available at: <http://ecsoc.hse.ru/en/2008-9-2/26594745.html> (accessed on 7 May 2014) (in Russian).
- Smart B. (2010) *Consumer Society. Critical Issues & Environmental Consequences*, London: SAGE Publications Ltd.
- Smith Ch. W. (2011) Coping with Contingencies in Equity Option Markets: The “Rationality” of Pricing. *The Worth of Goods: Valuation and Pricing in the Economy* (eds. P. Aspers, J. Beckert), New York: Oxford University Press, pp. 272–296.
- Stapel J. (1972) “Fair” or “Psychological” Pricing? *Journal of Marketing Research*, vol. 9, no 1, pp. 109–110.
- Steiner Ph. (2003) Gifts of Blood and Organs: the Market and “Fictitious” Commodities. *Revue Française de Sociologie*, vol. 44, pp. 147–162.
- Thompson E. (1971) The Moral Economy of English Crowd in XVIII Century. *Past and Present*, vol. 50, pp. 76–136.
- Vaidyanathan R., Aggarwal P. (2003) Who Is the Fairest of Them All? An Attributional Approach to Price Fairness Perceptions. *Journal of Business Research*, vol. 56, no 6, pp. 453–463.
- Veblen Th. (1984) *Teoriya prazdnogo klassa* [The Theory of the Leisure Class: An Economic Study of Institutions], Moscow: Progress (in Russian).
- Velthuis O. (2008) Simvolicheskie znacheniya tseny: konstruirovaniye tsennosti sovremennogo iskusstva v galereyakh Amsterdama i Nyu-Yorka [Symbolic Meanings of Prices: Constructing the Value of Contemporary Art in Amsterdam and New York Galleries]. *Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 9, no 3, pp. 33–59. Available at: <http://ecsoc.hse.ru/issues/2008-9-3/index.html> (accessed on 14 May 2014) (in Russian).
- Wherry F. F. (2008) The Social Characterizations of Price: The Fool, the Faithful, the Frivolous, and the Frugal. *Sociological Theory*, vol. 26, no 4, pp. 363–379.
- White H. (1981) Where Do Markets Come From. *The American Journal of Sociology*, vol. 87, no 3, pp. 517–547.
- Winer R. S. (1986) A Reference Price Model of Brand Choice for Frequently Purchased Products. *Journal of Consumer Research*, vol. 13, pp. 250–256.
- Xia L., Monroe K. B., Cox J. L. (2004) The Price Is Unfair! A Conceptual Framework of Price Fairness Perceptions. *Journal of Marketing*, vol. 68, no 4, pp. 1–15.
- Zerubavel E. (1997) *Social Mindscapes: An Invitation to Cognitive Sociology*, Cambridge: Harvard University Press.

НОВЫЕ КНИГИ

А. А. Куракин

Объяснение китайского экономического роста: проверка социологических инструментов на прочность



Рецензия на книгу: Nee V., Oppler S. 2012. *Capitalism from Below: Markets and Institutional Change in China*. Cambridge, MA: Harvard University Press.



КУРАКИН Александр Александрович — старший преподаватель кафедры экономической социологии, старший научный сотрудник ЛЭСИ НИУ ВШЭ. Адрес: Россия, 101000, Москва, ул. Мясницкая, д. 20.

Email: akurakin@hse.ru

Вопрос о том, почему Китай может быть интересен тем, кто занимается изучением хозяйства, лишён всякого смысла, ибо ответ на него самоочевиден. Экономический рост Китая потрясает темпами и продолжительностью. По-видимому, не за горами тот момент, когда Китай перегонит США по ВВП и станет крупнейшей экономикой мира. Да и по ВВП на душу населения страна тоже совершила гигантский скачок. Но этим дело не ограничивается. Коммунистическая партия Китая по-прежнему у руля. По западным меркам, Китай остаётся авторитарным государством, где с демократией не все в порядке. Сопоставив эти два утверждения, мы получаем парадокс: как могут совмещаться коммунисты и экономический рост? Недавняя история вроде бы показывает, что такого быть не может. Конечно, Советский Союз тоже порой демонстрировал быстрый рост, но это не продолжалось так долго. В Китае мы имеем дело с чем-то большим, чем просто мобилизация страны для достижения каких-либо жизненно важных целей (как правило, ценой немалых жертв).

Книга Виктора Ни и Сони Оппер «Capitalism from Below: Markets and Institutional Change in China» («Капитализм снизу: рынки и институциональные изменения в Китае») предлагает свой ответ на этот вопрос [Nee, Oppler 2012].

Ключевые слова: капитализм; экономический рост; государство; предпринимательство; институты; КНР; новый институционализм.

Теоретическая дискуссия

Книга Виктора Ни и Сони Оппер вышла в 2012 г., то есть к этому времени китайский феномен не мог не обсуждаться в социальных и экономических науках. Главной мишенью для критики Ни и Оппер стал государственноцентричный подход к экономическому развитию. Согласно этому подходу, государство является ключевым актором в экономическом развитии, так как оно устанавливает нужные институты, которые способствуют экономическому росту. И Китай не является исключением: центральное правительство

и местные администрации считаются здесь двигателем рыночной трансформации, так что китайское экономическое чудо рассматривается как результат усилий государства по выстраиванию институтов.

Авторы утверждают, что такой ответ неадекватно описывает то, что происходило в Китае. Не полностью отрицая роль государства, они подчёркивают, что ключевым фактором экономического роста стало не оно, а развитие снизу, которое основано на социальных нормах и сетях: «Мы считаем, что низовое строительство эндогенных экономических институтов лучше объясняет подъём частного сектора экономики Китая, нежели утверждённые государством правила и политика правительства» (р. 16).

Китай демонстрирует обратную логику экономического развития: сначала экономические акторы на микроуровне создали эффективные неформальные институты (основанные на социальных нормах), и лишь после их появления государство приспособилось к возникшей рыночной экономике, изменив формальные правила. Более того, государство зачастую стремилось замедлить развитие частных предприятий, несмотря на то что само же и начало экономические реформы. На первых порах реформ китайское правительство старалось ограничить частный сектор до периферийной роли и рассматривало его как дополнение к социалистическому хозяйству. Частные предприятия скорее терпели, нежели их поддерживали, да и то речь шла лишь о мелких семейных фирмах.

Авторы рецензируемой книги основывают своё утверждение о неоднозначной роли государства в экономической трансформации на целом ряде фактов. Экономическая реформа стартовала в 1978 г., но лишь в 1988 г. правительство начало регистрацию частных предприятий с численностью работников более семи. К этому времени частный сектор уже составлял заметную долю китайской экономики, и это означало, что с самого начала он развивался в противостоянии формальным правилам. Кроме того, частные предприятия испытывали давление хищнических налогов и работали в условиях незащищённых прав собственности, включая угрозу экспроприации со стороны местных чиновников. Лишь в 2007 г. был издан закон о правах собственности, который уравнивал в правах частную и государственную виды собственности.

Однако за официальным признанием никакой помощи со стороны государства не последовало. В самом деле, китайское государство благоволило коллективным социалистическим предприятиям и дискриминировало частные. Например, для регистрации частного предприятия требовалось собрать 443 разрешающих документа. Максимальная налоговая ставка для коллективных предприятий составляла 55%, тогда как для частных — 86%. В отличие от коллективных предприятий, частные фирмы не имели доступа к стартовому капиталу, предоставляемому государством. Дискриминация наблюдалась в отношении экспортных лицензий и доступа к сырью и квалифицированной рабочей силе. К частным предприятиям применялись различные производственные квоты и ограничения. Нередко частные предприятия подвергались произволу со стороны местных властей. Государство всячески защищало коллективные предприятия от конкуренции со стороны частного сектора. Так что рыночная экономика в Китае вынуждена была развиваться в довольно враждебных условиях.

Таким образом, подход, согласно которому экономическое развитие является следствием установления государством благоприятных формальных правил, не работает в случае Китая. Тем не менее в Китае возникла эффективная рыночная экономика: «Несмотря на отсутствие формальных правил, защищающих права собственности капиталистических фирм, возникновение и распространение норм сотрудничества на микроуровне позволило предпринимателям создать экономику частных предприятий и выжить за пределами государственной производственной системы» (р. 9). Таким образом, китайский экономический рост зиждется на низовой активности рыночных акторов, использующих социальные средства для повышения собственной эффективности, а именно неформальные институты, которые возникли из существующих социальных норм и плотных сетей: «Неформальные экономические меха-

низмы (*arrangements*), которые предоставляют возможности стартапам, мотивируют и направляют их, составили институциональный фундамент китайского нарождающегося капиталистического порядка» (р. 8). Но как такое возможно? Какие механизмы сделали эту низовую активность столь плодотворной? Недостаточно просто сказать о неформальных институтах, социальных нормах и сетях. Собственно, книга и посвящена раскрытию таких механизмов.

Исследовательский вопрос и теоретические предпосылки

Какие проблемы нужно решить начинающему предприятию, чтобы добиться успеха в таких непростых обстоятельствах? Авторы задаются рядом вопросов, так или иначе структурирующих содержание книги: «Но как могли предприниматели выстроить снизу экономические институты, необходимые для защиты транзакций? Как они преодолели проблемы коллективного действия? Как предприниматели решают проблемы неопределённости для открытия фирмы и инвестирования в институциональной среде, характеризующейся слабой защитой прав собственности? Как они могут конкурировать с государственными предприятиями, которым наиболее благоволит государственная промышленная политика?» (р. 9). Заметим, что вопросы ставятся на языке экономистов, а ответы на них даются социологические.

Общую теоретическую рамку книги можно назвать теорией эндогенного возникновения институтов. Авторы предлагают многоуровневую каузальную модель институциональных изменений, в которой объединены три уровня: макроуровень государственных структур, мезоуровень сетей предприятий и рыночных организационных полей и микроуровень акторов.

Сущность институтов авторы описывают следующим образом: «Мы определяем институты как системы взаимосвязанных неформальных и формальных элементов — обычаев, конвенций, норм, верований и правил, — управляющих социальными отношениями, в рамках которых акторы преследуют легитимные интересы и фиксируют их пределы» (р. 17–18). В качестве центральной авторы избрали модель экономиста Томаса Шеллинга, дополнив её социальным содержанием [Schelling 1978]. Таким образом, книга изначально предназначалась как экономистам, так и социологам. И здесь ещё раз можно вспомнить слова Виктора Ни, являющиеся лейтмотивом его интервью нашему журналу (см.: Экономическая социология. 15 (2): 11–21; 15 (3): 11–23) о том, что важно быть понятным за пределами своего профессионального сообщества. Само построение книги говорит о том, что слова Ни не расходятся с делом.

Эмпирические данные

Книга построена на двух опросных волнах 2006 и 2009 гг. Проект продолжается и поныне, и за более полной информацией мы отсылаем на электронную страницу книги и проекта¹. Здесь же скажем, что авторы собирали эмпирические данные в семи городах трёх провинций дельты Янцзы. Этот регион был выбран не случайно, поскольку именно он считается центром предпринимательского капитализма в Китае, а авторы книги полагают его чем-то вроде естественной лаборатории.

В исследовании сочетаются количественные данные с неформализованными интервью. Что касается анкетного опроса, то в нем участвовали представители предприятий, и в обе волны были собраны более 700 анкет. Данные представляют собой панель, так что можно проследить динамику в ответах респондентов. Как и следовало ожидать, не все участники первой волны приняли участие во второй, но большинство респондентов сохранилось. Кроме того, в 2005–2011 гг. авторы книги собрали 111 неформализованных интервью с предпринимателями, чиновниками, исследователями. Книга поэтому изобилует не только цифрами, но и проиллюстрирована живыми примерами.

¹ См. URL: <http://www.capitalism-from-below.com/>

Механизмы низового экономического роста

Как мы уже упомянули, главная задача книги — показать механизмы, которые китайские предприниматели использовали для выстраивания снизу институтов, позволивших эффективно вести бизнес.

Как предприятия доставали стартовый капитал, преодолевали отсутствие надёжных прав собственности, обучались вести бизнес? Авторы выделяют следующие основные механизмы решения этих проблем: персонализированный обмен, взаимозависимость, обмен информацией, ключевая роль репутации, взаимный мониторинг и санкции со стороны сообщества. Новые частные предприятия добивались легитимности, мимикрируя под существующие — разрешённые государством — организационные формы. Выделяются и другие механизмы для решения более частных проблем — для привлечения кредита или квалифицированной рабочей силы. Эти правила возникали в результате проб и ошибок. Многие первопроходцы быстро терпели неудачу, но начинали заново и обретали последователей.

Неформальные правила возникают не на пустом месте, а на плотных сетевых связях. Появлению правил сильно способствует территориальная близость акторов, их скопление в индустриальных кластерах. Эффективные нормы формируются в сплочённых бизнес сообществах. В рамках таких кластеров у акторов образуется общая идентичность, локальное знание, доверие и нормы кооперации. Это способствует возникновению стабильных цепей поставок, доступу к сетям дистрибуции и выходу на внутренние и глобальные рынки.

Распространению норм кооперации способствуют социальное научение (следование примеру родни или знакомых), обучение на рабочем месте и взаимопомощь на принципах реципрокности (даже среди потенциальных конкурентов, так как существует норма о запрете конкуренции со своими друзьями и соседями). В какой-то момент это превратилось в самоусиливающийся процесс: чем больше людей следуют нормам, тем влиятельнее становятся сами нормы.

В целом, рассказанная история теоретически не нова. В книге несколько раз повторяется фраза одного из респондентов: «Вы можете обмануть только один раз», — и сразу приходят на ум рассуждения Джеймса Коулмана о социальном капитале и его пример с торговцами драгоценными камнями [Coleman 1988]. Однако, как подчёркивал Виктор Ни в уже упоминавшемся интервью нашему журналу, важна не столько оригинальная и изощрённая теория, сколько надёжные данные, которые авторы, без сомнения, сумели добыть.

Мы не будем подробнее описывать те механизмы, которые вкратце упомянули. Вместо этого сделаем обзор вышедших рецензий на книгу.

Рецензии на книгу

Какой эффект вызвал «Капитализм снизу»? В интервью нашему журналу профессор Ни упомянул лишь несколько первых отзывов на эту работу, так как книга на тот момент была ещё совсем недавно издана. Сейчас же она получила серьёзную обратную связь, появились отклики на неё известных учёных, так что мы можем суммировать эти отзывы. Сосредоточимся на критических замечаниях, отметив, что все рецензенты высоко оценили книгу Ни и Оппер, и именно по этой причине опустим ряд обзоров, где просто пересказывается содержание книги (см.: [Gohmann 2013; Xuebing, Hui 2013]). Как нетрудно догадаться, главный предмет споров — роль государства в китайском экономическом чуде.

Один из первых откликов на книгу — рецензия специалиста по Китаю Дага Гатри, добрая половина которой посвящена не книге, а самому Виктору Ни и его междисциплинарной позиции. Благодаря

ей социологам он кажется проповедником идеи свободного рынка, а экономистам — представителем организационной теории в стиле Дж. Мейера и Б. Роуэна [Guthrie 2012]. Выразив восхищение книгой, Гатри ставит под сомнение выводы, сделанные её авторами на основе полученных ими эмпирических результатов. Гатри утверждает, что за экономическими стимулами, которые побудили предпринимателей к созданию институтов, стоит специфическая стратегия государства. Экспериментировали не только предприниматели, но и государство на локальном уровне. Гатри поэтому кажется странным, что авторы считают, будто одна сторона медали (предприниматели) перевешивает вторую (государство).

В 2012 г. вышла книга Эндрю Ведемана, специалиста по Китаю [Wedeman 2012]. Как ни странно, она коррелирует с книгой Ни и Оппер. В этой книге, озаглавленной «Double Paradox: Rapid Growth and Rising Corruption in China» («Двойной парадокс: быстрый развитие и растущая коррупция в Китае»), Ведеман ищет ответ на вопрос о том, каким образом экономика и коррупция могут расти одновременно. Здравый смысл подсказывает, что они несовместимы. Но Ведеман утверждает, что Китай является примером экономического роста при широко распространённой коррупции. Несмотря на то, что книга Ведемана государствоцентрична, она имеет общую почву с «Капитализмом снизу». Ведеман, как и Ни с Оппер, формулируют схожий вопрос, хотя ответы на него различаются. В то время как Ведеман помещает во главу угла государство, оценивая эффективность антикоррупционной кампании и называя китайскую коррупцию «транзакционной», а не «дегенеративной», книга Ни и Оппер приводит к мысли о том, что коррупция в Китае не оказывает большого влияния на частный сектор, поскольку он сформировался относительно независимо от государства. О взаимосвязях и противоречиях между «Двойным парадоксом» и «Капитализмом снизу» пишет Эндрю Натан в рецензии для журнала «Foreign Affairs» [Nathan 2012].

В 2013 г. Ведеман написал рецензию на «Капитализм снизу» [Wedeman 2013]. В целом, он высоко оценил книгу, особенно грамотно собранные эмпирические данные и некоторые результаты, касающиеся отдельных деловых практик в среде китайского частного сектора. Согласно Ведеману, основным недостатком книги Ни и Оппер является радужная картина китайского частного сектора. Ведеман утверждает, что Ни и Оппер описали китайских предпринимателей как праведных, честных и трудолюбивых, что не соответствует его собственному взгляду на китайский бизнес. Кроме того, он критикует авторов новой книги за очень скромную роль, отведённую ими теме коррупции (что и понятно, учитывая его интересы).

Ин-Ва Чу подчёркивает, что «Капитализм снизу» «надолго останется основным трудом» по данной теме [Chu 2013: 701]. Тем не менее она считает, что книге не хватает более широкого социокультурного контекста, в том числе анализа действий государства и глобального распространения капиталистических практик. Чу замечает, что китайские предприниматели «вряд ли изобрели капиталистические институты», так что институциональное развитие в Китае нельзя описать как исключительно низовое движение [Chu 2013: 701]. Кроме того, рецензент предлагает уделить больше внимания ремесленным и коммерческим традициям в дельте Янцзы. Если объединить все эти соображения, утверждает Чу, то они способны поколебать теорию эндогенного создания институтов.

Нил Флигстин утверждает, что «книга Виктора Ни и Сони Оппер показала новую интригующую версию развития Китая, которая безусловно заслуживает восхищения и обсуждения» [Fligstein 2013: 554]. Тем не менее он высказывает некоторые претензии к интерпретации полученных данных, поскольку респонденты, рассказывающие истории своих предприятий, склонны приукрашивать собственные действия. Также он указывает на то, что в книге недостаточно раскрыты непосредственные взаимодействия между государством и рынками. В результате, описание индустриальных районов Китая зачастую напоминает работы о Силиконовой долине. Ну и, конечно же, Флигстин не мог не указать на то, что роль государства в книге принижена. Что говорить о социалистическом Китае, если даже расцвет

Силиконовой долины он увязывает с действиями американского правительства [Fligstein 2005]. Посетив несколько лет назад один из городов, который попал в выборку Ни и Оппер, Флигстин утверждает, что влияние государства там ощущается буквально везде. По Флигстину, это безусловный пример государства развития.

Маршалл Мейер в своей рецензии касается кризиса производства, который поразил Китай (и особенно дельту Янцзы) в 2010–2011 гг. [Meuer 2013]. Его он называет аномалией, которая не вписывается в теоретическую рамку капитализма снизу. Из этого он делает несколько выводов. Во-первых, развитие снизу не исключает экзогенных факторов. Во-вторых, выросший снизу капитализм плохо восприимчив к государственной помощи. В-третьих, слабое сцепление формальной структуры с реальными процессами на предприятии в целях легитимации в долгосрочном периоде может иметь негативные последствия.

В журнале «Contemporary Sociology» вышли сразу две рецензии на книгу Ни и Оппер. В первой из них Джон Лай и Джулия Чуанг полемизируют с главным тезисом книги, заостряя его самим заголовком своей рецензии — «The Withering Away of the State in China?» («Отмирание государства в Китае?») [Lie, Chuang 2014]. Рецензенты подвергают сомнению тезис о том, что рынок и государство — это взаимоисключающие способы перераспределения ресурсов в обществе. В Китае мы сталкиваемся скорее с частногосударственными гибридами, нежели с чистыми воплощениями рынка и государства. Кроме того, обращается внимание на укорененность китайских предпринимателей в глобальной экономической системе, что также подвергает сомнению тезис об исключительно эндогенном экономическом развитии. Наконец, Лай и Чуанг, вторя Флигстину, говорят об ограниченности интерпретации рассказов предпринимателей, склонных преувеличивать свою роль и преуменьшать роль государства. Рецензенты упоминают книгу Яшенга Хуанга, в которой исследуется тот же регион, что и в книге Ни и Оппер, но картина получается совершенно иной [Huang 2008]. Лай и Чуанг видят причину расхождений в разных эмпирических данных — работа Хуанга построена на анализе архивных материалов.

Следующий рецензент, Эндрю Уолдер, считает несправедливым утверждение авторов книги, будто вся литература о роли государства в развитии китайского капитализма зиждется на утверждении, что сначала нужно создать хорошие формальные институты, а уж потом следует ожидать экономический рост [Walder 2014]. В отличие от Ни и Оппер, которые называют такую литературу государствоцентричной, Уолдер предлагает отнести её к политической экономии. Эта литература отнюдь не ограничивается анализом формальной роли государства, а обращает внимание на действия чиновников на самом низовом уровне, которые, безусловно, сыграли свою роль в первоначальном развитии китайских предприятий. Также Уолдер призывает не забывать, что помимо предприятий, выросших снизу, в Китае существуют гигантские госкорпорации, возникшие не снизу, а сверху, на основе крупных социалистических предприятий. На них приходится существенная доля производства и занятости.

Неформальная экономика: Китай и Россия

Осталось высказаться ещё по двум темам, которые напрашиваются после прочтения «Капитализма снизу». Во-первых, тема неформальной экономики. И, во-вторых, параллели с посткоммунистическим развитием в России.

На первый взгляд может показаться, что «Капитализм снизу» — это история противоречий или параллельного существования формальной и неформальной экономик. Неэффективное, коррумпированное государство выталкивает потенциальных предпринимателей в неформальный сектор. Рассказанная таким образом, эта история очень сильно напоминает рассуждения Эрнандо де Сото о своём родном Перу [Soto 2002]. Наверное, это самое известное исследование неформальной экономики, гимн носи-

телям свободных рыночных сил, которые пробивают себе путь, несмотря на барьеры, выстраиваемые государством. Уход в тень, согласно де Сото, обусловлен более низкими транзакционными издержками. Действительно, «Капитализм снизу» имеет общие черты с «Иным путём» де Сото.

Однако китайская история Ни и Оппер отличается от перуанской истории де Сото двумя обстоятельствами. Во-первых, деятельность большинства китайских частных предприятий, в общем и целом, не противоречило законам. Безусловно, в ситуации неудобного формального законодательства трудно ожидать, что все будут действовать по закону, однако ничего похожего на «вторую экономику» Советского Союза или параллельный неформальный сектор в Перу не возникло. Если для де Сото неформальность означает уход от трудновыполнимых формальных правил (разрешений, налогов и т. п.), то для Ни и Оппер неформальность означает выстраивание неформальных правил игры. Причём во многих случаях неформальные правила не являются конкурентами имеющихся формальных правил, потому что последних просто не существует (или они существуют лишь для госсектора).

Во-вторых, в книге Ни и Оппер ключевую роль играют социальные силы, тогда как у де Сото мы этого не видим. Дискуссия о роли социальных факторов в неформальной экономической деятельности началась давно. Например, Алехандро Портес сформулировал свой первый парадокс неформальной экономики о роли социальных связей — в значительной мере — полемизируя с де Сото [Portes 1994]. Книга Ни и Оппер является ярким подтверждением тезиса Портеса.

Наконец, очевидна тема параллелей с Россией. И в Китае, и в России произошли рыночные реформы. В России они случились в форме шоковой терапии, а в Китае как лёгкая либерализация. И мы видим существенную разницу в итогах.

В России сложилось что-то вроде государственного капитализма с преобладанием госкорпораций и крупных предприятий. Причём, как правило, такое положение дел расходилось с первоначальными замыслами реформаторов. Классическим примером может служить аграрная реформа по расформированию колхозов и совхозов, нацеленная на образование класса семейных фермеров, которые должны были стать основой сельскохозяйственного производства в стране. В результате, значение фермерских хозяйств для страны остаётся крайне малым, а в последние годы, напротив, наметилась тенденция к образованию крупных вертикально интегрированных агрохолдингов, действующих не без участия местных властей. Иными словами, какого-то значительного предпринимательского движения снизу в экономике России не получилось.

Если опираться на логику Ни и Оппер, то переходной России не хватило этих естественных предпринимательских кластеров с тесной сетевой структурой и «правильными» социальными нормами. На развитость сетевой структуры китайского общества и её значимость в экономической деятельности указывали Николь Биггарт и Мауро Гиллен на примере Тайваня [Biggart, Guillen 1999]. Они же отмечали индивидуальность траектории экономического развития каждого общества (с учётом его социальной структуры и норм). Такой же вывод напрашивается и после прочтения «Капитализма снизу». Если следовать этой логике, опыт Китая для России абсолютно непригоден. Нет у нас такой социальной почвы с такими нормами и сетевой структурой. И не было на момент начала рыночных реформ.

Наконец, последнее, на что хотелось бы обратить внимание, это на роль государства. И сравнение Китая и России здесь будет как нельзя кстати. Несмотря на то, что Ни и Оппер подчёркнуто не ставят в центр своего анализа государство, они как бы оставляют за скобками его роль в поддержании правопорядка. Действительно, это вроде бы нечто, само собой разумеющееся. Однако в России это оказалось не так. Новое российское государство оказалось слабым и на начальных этапах ушло из экономики. Это привело к тому, что правила игры стали устанавливать криминальные группировки. Вадим Волков

назвал это явление силовым предпринимательством [Volkov 2002]. Китайскому же государству удалось сохранить бразды правления в своих руках, тем самым дав возможность предпринимателям создавать неформальные экономические институты, но, не позволив устанавливать правила игры бандитам в тех масштабах, в которых это происходило в России в 1990-е гг.

Литература

- Biggart N. W., Guillen M. 1999. Developing Difference: Social Organization and the Rise of the Auto Industries of South Korea, Taiwan, Spain, and Argentina. *American Sociological Review*. 64 (5): 722–747. См. также: Биггарт Н., Гиллен М. 2006. Выявление различий: социальная организация и формирование автомобильных производств в Южной Корее, Тайване, Испании и Аргентине. *Экономическая социология*. 7 (2): 23–55. URL: <http://ecsoc.hse.ru/2006-7-2/26592999.html>
- Chu Y. 2013. Capitalism from Below: Markets and Institutional Change in China. *Journal of Asian Studies*. 72 (3): 700–702.
- Coleman J. 1988. Social Capital in the Creation of Human Capital. *American Journal of Sociology*. 94 (Supplement): 95–120. См. также: Коулман Дж. 2001. Капитал социальный и человеческий. *Общественные науки и современность*. 3: 122–139.
- Fligstein N. 2005. States, Markets and Economic Growth. In: Nee V., Swedberg R. (eds). *The Economic Sociology of Capitalism*. Princeton: Princeton University Press; 119–143. См. также: Флигстин Н. 2007. Государство, рынки и экономический рост. В сб.: *Анализ рынков в современной экономической социологии*. М.: Изд. дом ВШЭ; 313–340.
- Fligstein N. 2013. Capitalism from Below: Markets and Institutional Change in China. *American Journal of Sociology*. 119 (2): 554–556.
- Gohmann S. F. 2013. Capitalism from Below: Markets and Institutional Change in China. *Public Choice*. 156 (3–4): 753–755.
- Guthrie D. 2012. Capitalism from Below: Markets and Institutional Change in China. *China Quarterly*. 212: 1126–1127.
- Huang Y. 2008. *Capitalism with Chinese Characteristics: Entrepreneurship and the State*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Lie J., Chuang J. 2014. The Withering Away of the State in China? *Contemporary Sociology — A Journal of Reviews*. 43 (1): 37–39.
- Meyer M. W. 2013. Capitalism from Below: Markets and Institutional Change in China. *Administrative Science Quarterly*. 58 (2): 300–303.
- Nathan A. J. 2012. Double Paradox: Rapid Growth and Rising Corruption in China; Capitalism From Below: Markets and Institutional Change in China. *Foreign Affairs*. 91 (6): 188. URL: <http://www.foreignaffairs.com/articles/138396/andrew-wedeman-victor-neesonja-opper/double-paradox-rapid-growth-and-rising-corruption-in-china>
- Nee V., Opper S. 2012. *Capitalism from Below: Markets and Institutional Change in China*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

- Portes A. 1994. The Informal Economy and Its Paradoxes. In: Smelser N., Swedberg R. (eds). *The Handbook of Economic Sociology*. Princeton: Princeton University Press; 426–449. См. также: Портес А. 2003. Неформальная экономика и её парадоксы. *Экономическая социология*. 4 (5): 34–53. URL: <http://ecsoc.hse.ru/2003-4-5.html>
- Schelling T. 1978. *Micromotives and Macrobehavior*. New York: Norton.
- Soto H. De. 2002 (1989). *The Other Path: The Economic Answer to Terrorism*. New York: Basic Books. См. также: Сото Э. де. 2008. *Иной путь: экономический ответ терроризму*. Челябинск: Социум.
- Volkov V. 2002. *Violent Entrepreneurs: The Use of Force in the Making of Russian Capitalism*. Ithaca: Cornell University Press. См. также: Волков В. В. 2005. *Силовое предпринимательство: экономико-социологический анализ*. М.: Изд. дом ВШЭ.
- Walder A. G. 2014. Spontaneous Capitalism: An Entrepreneur-Centered Analysis of Market Transition. *Contemporary Sociology — A Journal of Reviews*. 43 (1): 40–44.
- Wedeman A. 2013. Capitalism from Below: Markets and Institutional Change in China. *Perspectives on Politics*. 11 (1): 275–276.
- Wederman A. 2012. *Double Paradox: Rapid Growth and Rising Corruption in China*. Ithaca, NY: Cornell University Press.
- Xuebing D., Hui Z. 2013. Capitalism from Below: Markets and Institutional Change in China. *Social Science Journal*. 50 (2): 257–259.

NEW BOOKS

Alexander Kurakin

Explaining Economic Growth in China: Testing Sociological Tools for Validity

A Review on Book: Nee V., Opper S. (2012) *Capitalism from Below: Markets and Institutional Change in China*, Cambridge, MA: Harvard University Press.

KURAKIN, Alexander

Alexanrovich — Senior Lecturer,
Department of Economic
Sociology; Senior Research
Fellow, Laboratory for Studies
in Economic Sociology, National
Research University Higher
School of Economics. Address:
20 Myasnitskaya str., Moscow,
101000, Russian Federation.

Email: akurakin@hse.ru

Abstract

Today it makes little sense to ask a question, why social scholars are interested in China's economy as far as the answer is obvious. The growth rate of Chinese economy and duration of its growth period are stunning. It is likely that in the nearest future China will outrun USA in terms of GDP and become the largest economy in the world. Moreover, China has made a huge progress in GDP per capita. But this is not the only reason for the great interest in China. Chinese communist party is still in power. By the standards of the Western democracies, China remains to be an authoritarian state. Taken together, those statements make a paradox: how could communists produce so huge economic growth? Recent history of socialist countries seems to show that it is impossible.

Though the Soviet Union sometimes demonstrated fast growth, it couldn't keep the pace for a long period. In Chinese case, we face a more fundamental phenomenon than just mobilization of a country in order to achieve vital objectives (usually with high costs).

"Capitalism from Below: Markets and Institutional Change in China" by Viktor Nee and Sonja Opper suggests the answer for this question [Nee, Opper 2012].

Key words: capitalism; economic growth; state; entrepreneurship; institutions; China; new institutionalism.

References

- Biggart N. W., Guillen M. (1999) Developing Difference: Social Organization and the Rise of the Auto Industries of South Korea, Taiwan, Spain, and Argentina. *American Sociological Review*, vol. 64, no 5, pp. 722–747.
- Chu Y. (2013) Capitalism from Below: Markets and Institutional Change in China. *Journal of Asian Studies*, vol. 72, no 3, pp. 700–702.
- Coleman J. (1988) Social Capital in the Creation of Human Capital. *American Journal of Sociology*, vol. 94 (Supplement), pp. 95–120.
- Fligstein N. (2005) States, Markets and Economic Growth. *The Economic Sociology of Capitalism* (eds. V. Nee, R. Swedberg), Princeton: Princeton University Press, pp. 119–143.

- Fligstein N. (2013) Capitalism from Below: Markets and Institutional Change in China. *American Journal of Sociology*, vol. 119, no 2, pp. 554–556.
- Gohmann S. F. (2013) *Capitalism from Below: Markets and Institutional Change in China*. Public Choice, vol. 156, no 3–4, pp. 753–755.
- Guthrie D. (2012) Capitalism from Below: Markets and Institutional Change in China. *China Quarterly*, vol. 212, pp. 1126–1127.
- Huang Y. (2008) *Capitalism with Chinese Characteristics: Entrepreneurship and the State*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Lie J., Chuang J. (2014) The Withering Away of the State in China? *Contemporary Sociology — A Journal of Reviews*, vol. 43, no 1, pp. 37–39.
- Meyer M. W. (2013) Capitalism from Below: Markets and Institutional Change in China. *Administrative Science Quarterly*, vol. 58, no 2, pp. 300–303.
- Nathan A. J. (2012) Double Paradox: Rapid Growth and Rising Corruption in China; Capitalism From Below: Markets and Institutional Change in China. *Foreign Affairs*, vol. 91, no 6, pp. 188. Available at: <http://www.foreignaffairs.com/articles/138396/andrew-wedeman-victor-neesonja-opper/double-paradox-rapid-growth-and-rising-corruption-in-china> (accessed on 27 May 2014).
- Nee V., Opper S. (2012) *Capitalism from Below: Markets and Institutional Change in China*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Portes A. (1994) The Informal Economy and Its Paradoxes. *The Handbook of Economic Sociology* (eds. N. Smelser, R. Swedberg), Princeton: Princeton University Press, pp. 426–449.
- Schelling T. (1978) *Micromotives and Macrobehavior*, New York: Norton.
- Soto H. De. (2002 [1989]) *The Other Path: The Economic Answer to Terrorism*, New York: Basic Books.
- Volkov V. (2002) *Violent Entrepreneurs: The Use of Force in the Making of Russian Capitalism*, Ithaca: Cornell University Press.
- Walder A. G. (2014) Spontaneous Capitalism: An Entrepreneur-Centered Analysis of Market Transition. *Contemporary Sociology — A Journal of Reviews*, vol. 43, no 1, pp. 40–44.
- Wedeman A. (2013) Capitalism from Below: Markets and Institutional Change in China. *Perspectives on Politics*, vol. 11, no 1, pp. 275–276.
- Wederman A. (2012) *Double Paradox: Rapid Growth and Rising Corruption in China*, Ithaca, NY: Cornell University Press.
- Xuebing D., Hui Z. (2013) Capitalism from Below: Markets and Institutional Change in China. *Social Science Journal*, vol. 50, no 2, pp. 257–259.

КОНФЕРЕНЦИИ

М. О. Спирина

Состояние и перспективы развития рынка социологических исследований в России



СПИРИНА Марина Олеговна — студентка факультета социологии, стажёр-исследователь ЛЭСИ НИУ ВШЭ.
Адрес: Россия, 101000, Москва, ул. Мясницкая, д. 20.

Email: mspirina@hse.ru

Круглый стол под названием «Состояние и перспективы развития рынка социологических исследований в России» прошёл 4 апреля 2014 г. в рамках XV Апрельской международной научной конференции «Модернизация экономики и общества», состоявшейся в НИУ ВШЭ (1–4 апреля 2014 г.). С постановочными докладами выступили Сергей Проценко (Южно-Российский исследовательский центр «Фактор», Ассоциация региональных социологических центров «Группа 7/89») и Андрей Яковлев (Институт анализа предприятий и рынков НИУ ВШЭ, Ассоциация независимых центров экономического анализа). В круглом столе под председательством декана факультета социологии НИУ ВШЭ Александра Чепуренко также принял участие Василий Токарев (Центр социологических и маркетинговых исследований «Аналитик», Волгоград), Владимир Звоновский (Фонд социальных исследований, Самара), Александр Демидов («ГфК Русь», Москва), Олег Дембо («О+К», международная исследовательская ассоциация European Society of Marketing Research Professionals (ESOMAR), Санкт-Петербург), Игорь Задорин (Исследовательская группа ЦИРКОН, Москва), Степан Львов (ВЦИОМ, Москва), Вадим Радаев (Лаборатория экономико-социологических исследований — ЛЭСИ, НИУ ВШЭ, Москва) и др.

Центральной темой круглого стола стали проблема изменения структуры и основные тенденции развития рынка социологических и маркетинговых исследований в России. Парадоксальным образом на сегодняшний день отечественный рынок социологических исследований остаётся малоизученным, несмотря на то что его участники занимаются активным исследованием других рынков и услуг. По меткому выражению Александра Чепуренко, «сапожник, как известно, всегда остаётся без сапог». Именно это высказывание лучше всего характеризует современное положение социологов-исследователей, которые практически лишены представления как об объёмах своей отрасли и составе её участников, так и о глобальной картине основных проблем, с которыми сталкиваются ныне российские исследовательские компании. В обзоре представлены основные типы участников российского рынка социологических исследований, описаны ключевые вызовы и проблемы отрасли, а также намечены перспективы развития рынка в ближайшем будущем.

Ключевые слова: рынок социологических и маркетинговых исследований; российское социологическое сообщество; глобальные, национальные и региональные исследовательские компании; технологизация исследований; коллективные действия; недобросовестная конкуренция.

Круглый стол «Состояние и перспективы развития рынка социологических исследований в России» открыл Александр Чепуренко, обратив внимание собравшихся на актуальность обсуждаемой темы. На сегодняшний день, обладая весомым запасом знаний относительно устройства и функционирования различных экономических и политических рынков, российское социологическое сообщество практически не занимается самопознанием и саморефлексией. Профессор Чепуренко выразил благодарность основным докладчикам — Сергею Проценко и Андрею Яковлеву, которые взяли на себя инициативу выполнить проекты, касающиеся изучения структуры и функциональности современного рынка социологических и маркетинговых исследований.

Первым слово взял Сергей Проценко, обратив внимание аудитории на значительный вклад Ассоциации региональных социологических центров «Группа 7/89» в изучение отрасли социологических исследований. В докладе «Тенденции развития и институционализации отрасли социологических и маркетинговых исследований в современной России» С. Проценко представил основные характеристики и проблемы регионального рынка, кратко обрисовав портрет типичной региональной исследовательской компании и обратив особое внимание на ряд неблагоприятных факторов, которые создают угрозу для развития социологических и маркетинговых исследований в регионах¹.

Вторым основным докладчиком был Андрей Яковлев. В своём выступлении он дал комплексную оценку состояния и перспектив развития отрасли в целом с точки зрения как региональных, так и столичных исследовательских компаний, основываясь на результатах исследования «Субъекты рынка социологических исследований в России: состояние и перспективы развития». В рамках круглого стола своими идеями и соображениями относительно современного состояния и основных тенденций развития рынка социологических исследований поделились Василий Токарев, Александр Демидов, Олег Дембо, Игорь Задорин, Степан Львов и Вадим Радаев и др.

Текущее состояние рынка социологических исследований: взгляд на регионы

С. Проценко в своём выступлении представил основные выводы, сделанные по результатам исследования «Тенденции развития и институционализации отрасли социологических и маркетинговых исследований в современной России», проведённого Ассоциацией «Группа 7/89» в 2013 г. Докладчик подчеркнул, что проблема, вызвавшая к жизни инициативу проведения данного исследования, заключается в отсутствии актуальной и системной информации о состоянии, структуре и перспективах развития отрасли социологических и маркетинговых исследований в России. Таким образом, целью проекта являлось получение социальной информации, необходимой для характеристики ситуации в отрасли, а также для того, чтобы выделить основные тенденции и спрогнозировать развитие рынка. Для анализа были привлечены многочисленные эмпирические источники: базы данных 2GIS и Социологос (ЦИРКОН); экспертные интервью с руководителями компаний и организаций — субъектами рынка; количественная и качественная информация, полученная в ходе опроса участников рынка; анкетный опрос населения.

По мнению С. Проценко, на сегодняшний день сфера социологических и маркетинговых исследований в России полностью сформировалась как самостоятельная отрасль экономики, о чём свидетельствуют такие признаки, как достаточный объём рынка (из года в год количество участников колеблется на уровне 250–270 компаний), наличие профессионального сообщества, представленного объединениями исследователей («Объединение исследователей рынка и общественного мнения» — «ОИРОМ», Гильдия маркетологов, Ассоциация «Группа 7/89» и др.), наличие инфраструктуры (профессиональные из-

¹ Подробнее см.: Тенденции развития и институционализации отрасли социологических и маркетинговых исследований в современной России. Ассоциация региональных социологических центров «Группа 7/89». 2013. Декабрь. URL: http://www.sociologos.ru/upload/File/Tendencii_razvitiya_otrasli_Otchet_final.pdf

дания; высшие учебные заведения, которые готовят специалистов для рынка; заказчик услуг и исследовательские компании практически во всех регионах страны).

Как представитель региональной профессиональной ассоциации в своём докладе С. Проценко счёл нужным обратить особое внимание на оценку рынка социологических и маркетинговых исследований с точки зрения регионов и показал, что типичная региональная исследовательская компания обладает следующими характеристиками:

- региональная компания — это небольшая компания, относящаяся к сфере микробизнеса: чаще всего общее число сотрудников не превышает 10 человек. При этом в последние годы наблюдается тенденция к дальнейшему снижению размеров региональных компаний;
- региональная компания занимается преимущественно профильным видом деятельности — собственно исследованиями — и в редких случаях осуществляет работу в других сферах;
- средний оборот региональной компании составляет около 8–9 млн руб., при этом в последние годы этот показатель снижается. Стоит отметить, что, по оценкам «ОИРОМ», объём российского рынка социологических исследований растёт, в то время как оборот региональных компаний сокращается с каждым годом. В целом доля региональных компаний составляет не более 20% от общероссийского рынка исследований, и эта доля постоянно сокращается;
- бюджет типичной региональной компании складывается из таких источников, как полноцикловые социально-экономические, социально-политические и маркетинговые проекты, а также полевые работы для столичных компаний, которые занимают более 50% от общего объёма всех проектов. Средняя выработка на одного сотрудника региональной компании составляет примерно 800–900 тыс. руб. ежегодно.

С. Проценко отметил, что на сегодняшний день в наиболее уязвимом положении находятся именно региональные исследовательские компании, и отдельно указал на проблемы и тенденции, характерные для регионального рынка исследований, в числе которых он выделил следующие:

- сокращение числа локальных заказов и снижение бюджетов: местные заказчики всё чаще выбирают сотрудничество со столичными компаниями;
- снижение числа крупных проектов и уменьшение числа среднего бюджета проекта;
- изменение структуры заказов: сокращение доли типовых проектов и повышение спроса на сложные высокотехнологичные проекты;
- ужесточение несправедливых штрафных санкций со стороны столичных компаний, увеличение дебиторской задолженности и отсрочки платежей.

В заключение С. Проценко обратил внимание на то, что изменения, происходящие на региональном рынке социологических исследований, в целом воспринимаются самими компаниями как неблагоприятные и даже угрожающие. В настоящее время региональным компаниям требуется всё больше усилий, чтобы «удержаться на плаву», многие выходят из строя под влиянием многочисленных рисков ведения бизнеса в данной сфере. По мнению С. Проценко, наиболее эффективными мерами по преодолению негативных тенденций на рынке является расширение деятельности и освоение новых рынков и методик исследований, а также коллективная борьба против недобросовестной конкуренции.

Тенденции развития и субъекты рынка социологических исследований в России

А. Яковлев, второй докладчик, представил основные результаты проекта «Субъекты рынка социологических исследований в России: состояние и перспективы развития», выполненного исследовательской группой ЦИРКОН совместно с Институтом анализа предприятий и рынков НИУ ВШЭ в октябре — декабре 2013 г. Целью исследования являлся анализ деятельности центров прикладной социологии, их проблем и стратегий развития на фоне растущего скепсиса в отношении результатов социологических исследований. В качестве методологической основы исследования были выбраны анкетный опрос и углублённое интервью с руководителями социологических и маркетинговых организаций в РФ. В ходе исследования были опрошены четыре группы компаний — региональные, столичные (Москва, Санкт-Петербург), а также компании, входящие в профессиональные ассоциации («ОИРОМ», «Группа 7/89») и не входящие в них.

По мнению А. Яковлева, особенность сектора социологических исследований в России — его относительно недавнее зарождение на волне интереса со стороны государства к социально-политическим исследованиям в конце 1980-х гг. Сфера маркетинговых исследований начала своё активное развитие в 1990-е гг. во многом благодаря входу на российский рынок международных компаний, заинтересованных в освоении новых площадок для бизнеса. Что касается социальных и социально-политических исследований, то возобновление спроса на этот тип проектов произошло только после 2011 г. в условиях доминирования государства как основного заказчика.

Основные типы участников рынка социологических исследований в России

Основываясь на результатах проведённого исследования, А. Яковлев представил классификацию основных типов игроков в отрасли. Согласно докладчику, представляется возможным выделить три уровня рынка: глобальный, национальный и региональный, каждый из которых имеет отличительные характеристики как в терминах исторических особенностей формирования, так и с точки зрения основных проблем и актуальных тенденций:

- *глобальный уровень* включает российские подразделения международных сетевых компаний, для которых существенным фактором является вхождение в глобальную сеть, что изначально предопределяет специализацию на маркетинге и работу с крупными международными заказчиками;
- *национальный уровень* состоит из так называемых социологических фабрик (ФОМ, ВЦИОМ и Левада-Центр) с фокусом на социальные исследования, а также своего рода социологических бутиков — небольших специализированных компаний, занимающих определённую нишевую позицию на институциональном рынке;
- *региональный уровень* включает аналитические компании и компании, занимающиеся чисто полевыми исследованиями в основном по заказу столичных центров.

А. Яковлев отметил, что существует заведомая сегментация сектора на глобальные и национальные исследовательские компании: глобальные компании изначально находятся в более выгодном положении, поскольку имеют выход на международный рынок заказчика и обладают большим опытом. Отсюда возникает и сегментация по ценам на исследования, которая приводит к сегментации по качеству. Таким образом, глобальные компании, располагая значительными преимуществами перед отечественными исследовательскими центрами, имеют более высокий уровень рентабельности, что позволяет привлекать высококвалифицированные кадры и активно инвестировать в развитие технологий.

Что касается национальных столичных исследовательских компаний, их отличительной чертой является использование более простых методов исследований, «заточенных» непосредственно под коммерческий результат с ориентировкой на желания заказчика, который может непосредственно контролировать ход проведения и качество результатов. Таким образом, существует некий рыночный механизм, стимулирующий участников рынка повышать качество своих данных.

Проблемы рынка социологических исследований в России

А. Яковлев согласился с результатами, представленными Ассоциацией «Группа 7/89», и добавил, что региональные компании находятся под угрозой исчезновения во многом из-за происходящих технологических изменений. Кроме того, учитывая тот факт, что львиная доля всего объёма проектов региональных компаний приходится на полевые работы, осуществляемые по заказу столичных компаний, характер самой деятельности по сбору эмпирических данных влечёт к ограничению в возможностях карьерного роста среди сотрудников и, как следствие, к ограничению их мотивации, что приводит к стагнации развития фирмы. А. Яковлев отдельно подчеркнул проблему недобросовестной конкуренции ряда фирм, чей принцип работы строится на системе «откатов», а также низкий спрос на исследования со стороны местного бизнеса и властей.

А. Яковлев остановился отдельно на ситуации с социальными исследованиями, которая характерна как для региональных, так и для столичных компаний. По его мнению, на сегодняшний день сектор социальных исследований является монополией: единственным заказчиком выступает государство. Однако, как известно, в этом случае рынок сталкивается с трудностями контроля за качеством оказываемых услуг, что, в свою очередь, приводит к благоприятным условиям для функционирования недобросовестной конкуренции. Однако, с точки зрения потребителей услуг, не существует очевидных разделительных сигналов относительно степени добросовестности компании, что закономерным образом снижает общий уровень доверия к целому сектору. Сложившаяся ситуация приводит к тому, что ряд отечественных компаний, изначально сфокусированных на социальных исследованиях, вынужденно уходят в маркетинг и ограничивают расходы на инвестиции в технологии и поддержание стандартов качества для того, чтобы выжить на рынке.

А. Яковлев обратил особое внимание на тот факт, что наиболее эффективным ответом на вызовы рынка во многом являются коллективные действия его участников, направленные на смягчение негативных тенденций. При этом региональный сектор социологических исследований как самый проблематичный при относительно большом количестве участников и росте давления извне обладает значительным стимулом к коллективным действиям, что особенно ярко обнаруживается в деятельности Ассоциации «Группа 7/89».

По мнению А. Яковлева, в секторе отечественных столичных компаний также существует объективная потребность в коллективных действиях, направленных на выявление недобросовестных участников. Однако разобщённость игроков по ряду политических и исторических причин — серьёзный барьер на пути формирования такого рода коллективных действий. Особенно проблема взаимодействия характерна для небольших исследовательских компаний, ориентированных на социальные проекты. При этом, не получая достаточного объёма информации и возможностей взаимодействия от российских профессиональных ассоциаций, всё больше отечественных исследовательских компаний предпочитают объединяться в рамках глобальной ассоциации ESOMAR, а российские высококвалифицированные специалисты сферы социологических исследований начинают уходить на глобальный рынок.

В заключение А. Яковлев добавил, что к ключевым моментам относится тот факт, что спрос на коллективные действия и объединения ярко выражен как на региональном, так и на национальном уровне со-

циологических исследовательских компаний, однако этот спрос не может быть удовлетворён в полной мере российскими профессиональными объединениями.

Дискуссия: вызовы и проблемы, с которыми сталкивается развитие рынка социологических исследований в России, а также способы их решения

В ходе дискуссии, последовавшей за выступлениями основных докладчиков, участники круглого стола выразили благодарность С. Проценко и А. Яковлеву, единодушно согласились с выводами и тезисами, представленными по результатам исследований. При обсуждении основное внимание уделялось тем проблемам и вызовам, с которыми сталкивается отрасль социологических исследований в России в настоящее время, а также возможным сценариям развития рынка в будущем, был высказан ряд соображений относительно основных тенденций развития в сфере социологических и маркетинговых исследований в России.

О. Дембо подчеркнул, что глобальный вызов для отечественной исследовательской индустрии заключается в кардинальном изменении методов сбора данных, обусловленном развитием современных технологий. С. Проценко также отметил технологизацию исследований, проявляющуюся в возрастающем спросе на онлайн-методики различного рода. В связи с этим А. Демидов заметил, что с увеличением спроса на высокотехнологичные исследования растёт конкуренция для отрасли со стороны IT-компаний и консалтинга. Технологизация влияет также на снижение значимости региональных исследовательских компаний, поскольку выход на местных потребителей может быть осуществлён через компьютерные технологии сбора данных, такие как CATI (Computer Assisted Telephone Interviewing), CAPI (Computer Assisted Personal Interview) и CAWI (Computer Aided Web Interviewing), а также через набирающие популярность исследования в интернет-пространстве.

А. Демидов также обратил внимание на приход на российский рынок таких феноменов, как Big Data (подход к методам обработки данных больших объёмов) и Sole Source Acquisition (исследования с одним источником данных). Вдобавок А. Демидов отметил падение значения репрезентативности данных: заказчика всё больше интересует целевая аудитория, что выражается в его стремлении к непосредственному контакту с респондентами и контролю за качеством результатов. По мнению А. Демидова, потенциал развития российского рынка исследований лежит в области качественных методов.

И. Задорин выделил среди основных тенденций потерю интереса заказчика к реальной информации, исходящей от потребителей, и, как следствие, рост имитационных и ритуальных исследований, результаты которых призваны обосновать уже принятые ранее решения. Несмотря на то что описываемое явление в большей степени относится к заказчикам из государственных структур, в последнее время феномен ритуальности также в некоторой степени характерен и для бизнес-среды. Докладчик также отметил рост спроса на рынке исследований не на информацию как таковую, а на готовые решения и рекомендации, что провоцирует смещение компаний из чисто исследовательской сферы в область консалтинга и в определённой степени позволяет говорить о снижении уровня компетентности заказчика.

В. Звоновский подчеркнул общее снижение качества сбора данных в связи с недостатком методологической работы в этой сфере и отсутствием единых стандартов качества. Вместе с этим В. Радаев указал на определённый потенциал повышения качества конечных результатов исследований за счёт увеличения спроса на высококвалифицированные кадры.

Другой положительной тенденцией, о которой говорил В. Токарев, является устойчивый количественный рост числа заказов на маркетинговые проекты одновременно с повышением их сложности.

Таким образом, данные проведённых исследований показывают, что рынок социологических и маркетинговых исследований в России зародился относительно недавно, хотя уже сформировался как самостоятельная отрасль экономики. Вместе с тем в настоящее время отрасль претерпевает ряд изменений, и в числе наиболее значимых можно назвать возрастающую технологизацию исследований, падение интереса заказчика к репрезентативности данных, рост имитационных исследований, а также снижение качества эмпирических данных. Несмотря на то что перечисленные тенденции создают ряд трудностей для отрасли в целом, многие участники круглого стола склонны позитивно смотреть на будущее рынка социологических исследований в России.

Участники круглого стола сошлись во мнении о том, что наиболее эффективным ответом на вызовы современности могло бы стать совместное противостояние членов российского социологического сообщества имеющимся негативным тенденциям, а также развитие потенциала рынка к коллективным действиям. Несмотря на то что профессиональные исследовательские ассоциации в России в последние годы заявляют о своём существовании всё активнее, потенциал коллективного действия участников рынка ещё не раскрыт в достаточной степени и требует дальнейшего развития и инвестирования.

Немаловажное условие на пути к процветанию отрасли — расширение деятельности социологических исследовательских компаний: освоение новых рынков для исследований и новых методик, в том числе новейших и высокотехнологичных методов сбора и анализа данных. Что касается проблемы недобросовестной конкуренции, по мнению И. Задорина, именно публичность, проявляющаяся через обнародование результатов исследований в профессиональных журналах, может способствовать формированию репутации исследовательских центров и дискредитации деятельности недобросовестных участников рынка.

* * *

Завершая круглый стол, слово взял И. Задорин. В своём заключительном слове он ещё раз обратился к актуальности темы заседания, отметив следующий парадокс: собственный рынок в качестве объекта исследования заинтересовал социологов только спустя почти четверть века с момента его возникновения, поэтому профессиональное сообщество исследователей знает про свой рынок гораздо меньше, чем про какой-либо другой, и точно не известно ни количество участников рынка, ни его объём, ни суммарный оборот. Такая ситуация противоестественна и требует немедленных перемен. На сегодняшний момент первые попытки исследовать отрасль были предприняты ассоциациями «Группа 7/89» и «ОИРОМ», а также исследовательской группой ЦИРКОН совместно с Институтом анализа предприятий и рынков НИУ ВШЭ.

Однако, по мнению И. Задорина, трудности изучения отрасли в значительной мере связаны с тем, что существенная часть рынка социологических исследований находится в тени. И. Задорин подчеркнул: особенно высокой степенью «теневилизации» характеризуются электоральные исследования, а также региональный рынок госзаказов. Таким образом, официальные оценки объёмов рынка, предоставляемые ассоциацией «ОИРОМ», на самом деле значительно отличаются от реальной ситуации.

И. Задорин также отметил, что, хотя, по экспертным оценкам, рынок социологических исследований сформировался как самостоятельная отрасль экономики, инфраструктура рынка всё ещё оставляет желать лучшего. Отсутствие гибкой инфраструктуры, которая воспроизводит кадры и технологии, поддерживает коммуникации и устанавливает профессиональные связи между участниками рынка, как раз и обуславливает низкий уровень доверия не только со стороны заказчика, но и внутри самой отрасли. Для эффективных коллективных действий необходима в первую очередь реализация устойчивых элементов инфраструктуры и повышение уровня доверия внутри индустрии. Этому могут способствовать

развитие существующих и создание новых профессиональных организаций социологов, разработка стандартов поведения на рынке исследований в России, развитие материальной базы отрасли (фокус-группы, колл-центры и т. п.), появление интернет-площадок для профессионального общения и т. д.

Подводя итог, председательствующий во время проведения круглого стола А. Чепуренко подчеркнул, что социологический рынок исследований — это классический рынок заказчика, который, однако, может принимать весьма неожиданные формы в условиях рентной экономики. Несмотря на то что рынок социологических исследований в некоторых случаях фактически является монополией, существуют разумные пути выхода из сложившейся ситуации, такие как уход на нишевые рынки или оказание дополнительных услуг (консалтинг).

А. Чепуренко также обратил внимание присутствующих на то, что для успешного развития отрасли необходимо разрешить проблему высококвалифицированных специалистов, чьи знания и навыки отвечали бы запросам рынка. Председательствующий отметил, что Высшая школа экономики готова совместно с региональными исследовательскими компаниями включиться в процесс подготовки профессиональных социальных аналитиков широкого профиля, а также возглавить разработку профессиональных стандартов и требований к квалификации сотрудников. Высшая школа экономики открыта для сотрудничества и ждёт предложений от профессиональных исследовательских ассоциаций, чтобы вместе предпринять первые шаги к будущему процветанию отрасли.

CONFERENCES

Marina Spirina

Current State and Prospects of the Social and Market Research in Russia

SPIRINA, Marina

Olegovna — BA student,
Faculty of Sociology; Junior
Research Fellow, Laboratory
for Studies in Economic
Sociology, National
Research University Higher
School of Economics.
Address: 20 Myasnitskaya
str., Moscow, 101000,
Russian Federation.

Email: mspirina@hse.ru

Abstract

The round table “Current State and Prospects of the Social and Market Research in Russia” was held April 4, 2014 as a part of the XV April International Academic Conference on Economic and Social Development, HSE (Moscow). Two main presentations were made by Sergey Protsenko (South-Russian Research Center “Factor”; Association of Regional Sociological Centers “Group 7/89”) and Andrey Yakovlev (Institute for Industrial and Market Studies, HSE; Association of Russian Economic Think Tanks (ARETT)). The round table chaired by Alexander Chepurevko (dean of the Faculty of Sociology, HSE) was also attended by Vasily Tokarev (Center “ANALYST”, Volgograd), Vladimir Zvonovsky (Social surveys fund, Samara), Alexander Demidov (GFK, Moscow), Oleg Dembo (“O+K”, international research association ESOMAR, St. Petersburg), Igor Zadorin (ZIRCON, Moscow), Stepan Lvov (Russian Public Opinion Research Center, Moscow), Vadim Radaev (Laboratory for Studies in Economic Sociology, HSE, Moscow), etc.

The main subject of the round table was the changes in the structure and development trends in the Russian sociological research market. Paradoxically, today sociological research industry in Russia remains poorly studied, despite the fact that its members are engaged in active exploration of other markets and services. As Alexander Chepurevko noted “The cobbler always wears the worst shoes.” This statement perfectly reflects the current situation of Russian sociologists who have little to say about the market size and the composition of members as well as about the general idea of the major problems faced by Russian research companies nowadays. The article represents the current state and main types of participants of Russian market for sociological research, describes the main trends as well as the key issues, challenges and solutions in the industry and provides the market prospects in the near future.

Key words: social and market research; Russian sociological society; global, national and regional research companies; technological advancement of research; collective actions; unfair competition.

INTERVIEWS

Interview with Victor Nee:

Sociology Should be Open to Intellectual Trade with Ally Disciplines (Part 2)



NEE, Victor— Professor of Sociology, Department of Sociology; Frank and Rosa Rhodes Professor of Economic Sociology, Director of the Center for the Study of Economy and Society, Cornell University. Address: 312 / 330 Uris Hall Cornell University, Ithaca, New York, 14853-7601, USA.

Email: vgn1@cornell.edu

Economic Sociology's May issue includes the continuation of our conversation with Prof. Victor Nee held in October 2012. (See the March issue for the first half, Vol. 15. No 2. Pp. 11–21.) The interview was conducted by Alexander Kurakin, a senior lecturer at National Research University Higher School of Economics in Moscow. Here, Professor Nee re-emphasizes the importance of developing middle-range theories in order for economic sociology to progress by obtaining external validity. He cites some examples of this, including his recent research on the rise of capitalism in contemporary China that resulted in the book "Capitalism from Below" [Nee, Oppen 2012], and the ongoing study of the knowledge economy in New York City. Both are empirical, evidence-based studies that rely on common conceptual frameworks that take into account the salience of the relationship between formal and informal institutions.

According to Nee, there is one more important condition contributing to the fruitful development of sociology; that is it should be open to intellectual trade with ally disciplines. In this context, immigration is mentioned as a field of inquiry where successful cooperation among economists, sociologists, demographers and representatives of other disciplines can be found. Within this research perspective, scholars communicate across disciplines, with an emphasis on the importance of revealed facts and regularities. The external validity of internal achievements serves as recognition of their significance for the behavioral sciences in general.

Key words: embeddedness; middle-range theory; networks; institutions; capitalism; China; innovation; institutional change; economic growth.

— *What do you think about the proliferation of the embeddedness argument to institutions and culture? Because initially Granovetter's argument was a structural or network one, but later some scholars began to talk about embeddedness in institutions, embeddedness in culture, embeddedness in politics and so on. I'm thinking, for example of the article by Sharon Zukin and Paul DiMaggio [Zukin, DiMaggio 1990]. They discuss embeddedness in everything. Is this good or bad?*

Because it seems to me that Granovetter's argument focused on just networks and it is a strong feature of it. When we begin to talk about embeddedness in everything, it means that we just say: "Culture matters, institutions matter, networks matter and that's all". Do you agree?

— *I think this is the right question to ask, because if you take embeddedness to infinity, then the analytic leverage of the idea, as it was initially framed, with the focus on networks, is diluted very much, because everything is embedded.*

Of course, it is. In my view, the 1985 article [Granovetter 1985] was important in its focus on the salience of social relationships in guiding and enabling economic action. But that was not a theory, more an orienting statement he made when he wrote that to understand economic action, you need to include in that analysis the ways in which economic decisions, cooperation and trust are organized and guided by social structure. Granovetter made a simple point, an important point, but if we stop there and just say: “Well, now let’s see how it works for culture, let’s see how it works for institutions,” then I think you haven’t made very significant progress. What’s important is to move from the orienting framework to Robert K. Merton’s idea of theory at the middle range, to come up with an explanation for a phenomenon or class of phenomena of interest. One of the earliest examples of a robust middle-range theory in economic sociology is Max Weber’s study of the rise of capitalism in the West, which is regarded today as a seminal contribution to economic sociology. We need more of that — an explanation of a phenomenon, relying on general mechanisms. Not a general theory, as Merton argued — that’s not what we need — but an accumulation of specialty theories that, while they may have a common conceptual framework, focus on explaining a class of phenomena, such as the importance of cultural beliefs in economic behavior, as Weber did. And extending this work was Avner Greif, an economist, who looked into the importance of cultural beliefs in the organization of economy [Greif 1994] and compared Genoese and Maghreb traders in the Mediterranean rim of late medieval Europe [Greif 2006]. Greif’s work was, in a very real sense, an extension of the Weberian interest in how ideas are an important causal element in how people behave in economic organizations. So I agree with your point that embeddedness to infinity is not a productive strategy in itself; it has to lead to a theory of something — an explanation that is confirmed by evidence, which is empirical research.

— *And your recent book [Nee, Opper 2012] is an example of this kind of middle-range theory?*

— Well, that was its aim, and I think it delivers on that aim. The rise of capitalism in China has parallel significance for the West, in that this is the main economy outside of the West, in the East. Think of it — this major economy that has produced sustained economic growth for three and a half decades, that went from being one of the poorest per capita economies in the world to the second largest economy in the world in a relatively short time, that gave rise to rapid accumulation of private wealth and very rapid decline in absolute poverty, in a country that had the highest rate of absolute poverty of any country in the world, before they launched their economic reform. And now China, which is still far from the per capita income of the advanced economies, is an upper-middle income country that, according to *The Economist* magazine, is predicted to be the largest economy in the world by around 2016. The World Bank says that this day will be closer to 2020, so let’s say somewhere between 2016 and 2020. The Chinese economy has experienced declining economic growth rate recently. Well, that decline is from double digits to about 7.4%, which in the world economy today, still under the influence of the Great Recession of 2008, is an impressive rate of growth. What *Capitalism from Below* sought to do is provide a theory of capitalist economic development and its emergence in China — a theory that is motivated by economic sociology — to back the argument that the mechanisms driving the emergence of economic institutions of capitalism and of capitalist economic development are not economic mechanisms, narrowly defined as the market, but social mechanisms that are, if you would like to use the word, “embedded” in social norms and in networks, in all types of social structures of economic actors. In that sense, the book presents a middle-range theory, that it is a theory of endogenous economic emergence and organizational change. And by endogenous I mean that the change in institutions and in organizational form emerges from the economic actors, and it is first seen there, then exogenously. The change is then fixed with the creation of formal rules that legitimize what has already taken place on the ground through the actions of the entrepreneurs. The economic institutions that are needed for capitalist market development, (for example, the labor market, suppliers network, production market) emerge through institutional innovations from the bottom up. Remember that capitalism, distinct from all prior economic orders, is the first one in human history that makes innovative activity a requirement for survival of the firm. Innovation is a necessity, not just something that happens by chance. So, all these institutional elements are in combination. The institutional structure

sustains, enables and motivates entrepreneurial action, in contrast to Schumpeter's view that entrepreneurship is an attribute of remarkable individuals. Of course, he focuses on this individual level, because at the time when Schumpeter wrote his book *Theory of Capitalist Economic Development* [Schumpeter 2004], capitalism was already well established as an economic order, and so, it could be assumed that it was in place. So what type of remarkable individuals are those who come from the margins to challenge the established economic order through innovative activity? Who are the ones who cause creative destruction as a dynamic engine of capitalist economic development? Well, when the institutional order is not already established, and cannot be taken for granted, it's in this process of emergence that one can see and confirm that entrepreneurship is not about individual attributes, but evolving institutional structures.

— *Individual innovation versus institutional innovation.*

— Yes, the individual as a great entrepreneur versus the institutional structures. So, why is innovation happening in Silicon Valley? It has been the beating heart of startup firms, high-tech firms for so many decades, because the institutions are in place there that enable a variety of different types of individuals with a good idea to set up a firm readily. The venture capitalists are there, the research universities are there, the established corporate laboratories are there, like Xerox and Kodak, the established corporations are there and the tacit knowledge is there — all concentrated in Silicon Valley. Of course, some of these individuals are remarkable, but, in fact, it's not so much their individual quality, but that the institutional framework is in place. This is what we're studying in New York — the emergence of institutions that combine into a network of institutions and organizations that has enabled the emergence of a high-tech startup economy in New York City, one that is evolving very, very rapidly now. We are taking the middle-range theory that we discovered in the study of the rise of Chinese capitalism and extending it to New York City, a very different context, a very different institutional environment. We will push hard to gain further clarification and elaboration of the theory of endogenous emergence of economical organization. It is a process that starts with having a conceptual framework—the new institutionalism in economic sociology — and then conducting research and discovering evidence and regularities that confirm the middle-range theory that comes from the conceptual framework that we can then take to different settings: the Yangzi delta region in China (Shanghai, Zhejiang, and Jiangsu) to the New York City metropolitan area. These are totally different regions of the world. It's the same new institutional economic sociology that was first developed by Paul Ingram and myself in *Embeddedness and Beyond* [Nee, Ingram 1998] and then in an article in the second edition of the *Handbook of Economic Sociology* [Nee 2005], a short article in *American Economic Review* [Nee 1998] and then now, in the first major empirical study *Capitalism from Below*. I think we have demonstrated in *Capitalism from Below* the explanatory power of the multi level causal model that is centered on the importance of a clear specification of the relationship between the informal institutional elements of the norms and networks, and the formal institutions of law and regulation and state action. I think it's a framework that can be used for many different institutional environments, this new institutional economic sociology.

— *But I think that the statement of the interconnection between formal and informal institutions is not the middle-range theory. It resembles more general theory, doesn't it?*

— Here, I think we can go back to Merton, who was a structural functionalist. Talcott Parsons was his thesis adviser and Merton was part of the study group that Parsons led that gave rise to modern institutional sociology. What Merton did was establish at Columbia University an extension of this structural functional paradigm, which he elaborated in his book and articles, and it was within that framework that he criticized Parsons for his emphasis on grand theory. Merton argued that it was the wrong way to build the discipline, because he knew from his work in the sociology of science that science does not have a general theory, that science made progress in specialty fields, with specific theories he called theory of the middle range, and so he advocated this for sociology. Remember, Merton had a conceptual framework, structural functionalism and

his idea of manifest latent functions. From this conceptual framework, he and his students developed middle-range theories that were specialty theories. And so, in new institutional sociology the conceptual framework is the new institutionalism that has three varieties: neoinstitutional organizational theory, neo-Polanyian conceptual framework and the new institutionalism in economic sociology. Towards the end of my article in the second edition of the *Handbook of Economic Sociology* there's a conceptual map with three currents in new institutionalism: neo-institutional organizational analysis, neo-institutional economic sociology and neo-institutional economics. They are distinct enough, they have different emphases. For example, neo-institutional organizational analysis is focusing attention on the relationship between the institutional environment and the firm and on non-rational behavior, because some of the work in new institutional organizational analysis began with interest in the non-profit sector, in education, for Meyer and Rowan [Meyer, Rowan 1978] and in museums and publishing for DiMaggio and Powell [Powell 1985; DiMaggio 1987]. Well, it's understandable that they focus on legitimacy and legitimacy-seeking as the focal point of interest, and the mechanisms that DiMaggio and Powell, and Meyer and Rowan identify. Well, in economic sociology we add markets and market dynamics. In markets it's competition and cooperation and bounded rationality and profit-seeking. That's what market players think about. And so, in economic sociology we naturally incorporate a focal interest in the social structure of markets. This is why I do think that Harrison White's seminal work on a sociological theory of market structure is important to the new institutionalism and to economic sociology.

— *Though he's known mainly as a network scholar...*

— Well, because of his book *From Networks to Markets* [White 2002]... Very few people read that book, because it's difficult to read.

— *I didn't.*

— Harrison has some similarity with Talcott Parsons in that his English often is opaque. I had to read the book very carefully because I was asked to make a comment on it at a conference that was organized when it first came out, in 2005. It was organized by Neil Fligstein and Doug Guthrie at the Rockefeller Foundation's conference center, Bellagio, in northern Italy. And at the conference was Harrison White. He was sitting across the table from me. And, of course, I knew Harrison, because I went to graduate school at Harvard, and he was there at the time. Of course, I knew that I needed to make a comment that reflected that I understood what he was doing, so I did read the book carefully. *From Networks to Markets* is clearly an institutional analysis that locates networks within the institutional environment of the firm, of the market. In my *Handbook of Economic Sociology* article there is a multilevel Venn diagram that shows, I think, how Harrison fits into the new institutional economic sociology. In that book and also at this 2005 conference he was quite critical of Granovetter for sounding like an anthropologist, going from case study to case study without a theory that had predictive power. That's what he criticized.

— *And you after him.*

— Maybe even before him, because *Embeddedness and Beyond* was published in 1998. But we all were thinking this way. The engine in Harrison White's theory of markets isn't an economic engine. He draws from Michael Spence's signaling theory, and he states: "This is the engine that drives the theory of the production market." This is the way, in which firms signal to each other and organize the hierarchy or the pecking order in the production market. I think that both White's *American Journal of Sociology* article [White 1981] and his book exemplify what I mean by economic sociology being in an exchange with economics. In both works, White drew very heavily on economics and on economic theory: from Spence's signaling theory, from Rosen's theory of consumption. These were very critical to White's theory of the production market. White drew heavily on economics, which enables his theory of markets to have predictive power. And, in this sense,

he's quite different from Granovetter. I think, it's regrettable, that the seminal article for the revitalization of economic sociology was done through a polemic against Williamson. And in this polemic, Granovetter framed economic sociology versus economics, us against them. And if we're right, they're wrong, and if they're right, we're wrong. That's the wrong way to frame the relationship between economic sociology and economics. The right way to do it was how Harrison White did it from the start. I think it is very important to also keep in mind one economic sociologist who, very early on, wrote about the relationship between economics and sociology, and this is George Homans. His argument is that sociologists, in our theory of social relations and exchange, have a general understanding of social exchange, and that economics is a specialized view of this exchange, that economics emphasizes the same mechanisms of social exchange, but within the framework of the market exchange. Well, I think, that's the right way to look at it. Each of the social sciences is so different, they have the appearance of rival tribes. But as Homans argued in his book *The Nature of Social Science* [Homans 1967], we are part of the same social science of human behavior.

— *I don't think that economists will agree to be a part of something.*

— Well, I think they are beginning to. They are coming around. I think Greif is right. There's been sociological turn in economics. They have become interested in institutions; they have become interested in networks.

— *Did they take back their argument that economic reasoning is the ultimate power?*

— Well, there is economic imperialism of the Becker variety and it is certainly there.

— *Especially at the neo-classical core.*

— Yes, but there exists a variety of economic theory and economics and the neo-classical economists also ignore new institutional economics, and they are often very skeptical about game theory and network analysis. If you're focusing on neo-classical economics, I think, you're right, but if you're focusing on the very active interest in social norms and networks in economics and the active interest in institutions in sociology, well, I think, there's opportunity for the situation to evolve, as we now see it in another field that I study — immigration — where economists and sociologists cite each other's work, where they make a contribution to deepening understanding of the process of migration. Obviously, every discipline is inward-looking — sociology as well as economics. It's obvious; it's a part of the epistemology of knowledge. However, at the borders of each discipline you want porous boundaries open to mutually beneficial trade, not intellectual protectionism and hostile border guards. And the whole trend in the sciences now is for interdisciplinary institutes and departments: the fields of bio-physics, bio-chemistry, computer science, information science. Many of the areas in the natural sciences where there is the most rapid progress involve just this type of intellectual trade. In the intersections between disciplines, that's where the most rapid progress has been made. It would be a mistake for sociology not to position itself to make progress by opening up to intellectual trade with our ally disciplines. It doesn't mean that we follow them, it means that we're open to trading ideas, and we see this works very well in the field of immigration and in other fields.

— *Why did that happen so successfully in the field of immigration? In other fields the situation is not as good as you described.*

— Well, that's a good question. In the field of immigration the work being done by economists and sociologists generally is empirically based. Therefore, they use common language for empirically-based events in the field, when people come up with a new finding that is backed not only by theoretical argument but by empirical evidence. This leads to a situation where the finding is clear enough, the methodology is rigorous enough, and

the evidence is robust enough that active researchers in both economics and sociology recognize it. Another advantage is that the field of immigration studies often feeds on the same data sets.

— *So, they can check each other.*

— They can check each other for validity. Keep in mind that many of the migration studies by sociologists are done by demographers and that demography is a technically well-developed subfield of sociology. Demographers have never really argued on a methodological or theoretical basis with economists, because at the level of their work they generally agree on the procedures for analyzing large-scale data sets, and the data sets are shared, so people can watch each other's work.

— *That's true, but after you apply statistical procedures, you have to interpret the data and that is impossible without theory. So, what do they do? Do they borrow economic arguments?*

— No. I'll give two examples. One example is the work of Douglas Massey, who is a social demographer at Princeton. His main work in immigration [Durand, Massey 2002] was a study of migration from Mexico to the United States, and his methodological innovation was to study immigration, not just from the point of view of the receiving society, but from the point of view of the sending society. So, he did the study of Mexican emigration together with a Mexican sociologist, studying it from the point of the towns and villages that sent emigrants to the United States and came up with the theory "cumulative causation," where he showed that the cost of immigration is highest for the first immigrants, but once that emigration chain began, the cost of immigration for subsequent arrivals gets lower and lower. Why? They say it's because of the network that provides information and help and resolves uncertainty for the new immigrants. So, the theory of "cumulative causation" that Massey offered and backed up with research is that all people who want to leave, eventually leave. And that becomes a new equilibrium point, because the cost of immigration gets less and less, the more people have left and settled in the U.S. Well, that is a theory, a middle-range theory, backed by evidence. After the work was published, Massey made the data set available to researchers, be they sociologists or economists. But the first reporting of it was very credible, because it was a middle-range theory backed by evidence, that made a discovery that went beyond the push and pull theory of economics to explain why emigration becomes self-reinforcing over time, and that because the cost of immigration declines, as emigrants at their origin gain more and more information about the immigration process and as networks are put in place to provide concrete assistance to new arrivals, that encourage more and more to come. Everybody who wants to move, moves. So, that's one example.

— *So, I see why this work could be acceptable to economists. Because he uses terms such as "equilibrium" and "cost."*

— Yes, but I framed their argument that way. And Massey probably frames it that way. Again, Massey is a social demographer and, if you look closer at his tacit assumptions, it's bounded rationality, and that is the common behavioral assumption that now all the social sciences build on.

— *Herbert Simon was an economist, wasn't he?*

— A political scientist. He was an acclaimed political scientist. Not an economist.

— *And yet he received the Nobel prize in economics.*

— Herbert Simon was very much in the spirit of George Homans's conception of the social sciences. In fact, Simon believed you couldn't be a social scientist unless you published in the journals of other disciplines:

economics, psychology, political science, and sociology. And he did, but he got his PhD from the political science department at Yale University, as did James March. It's important that his work was recognized as robust, not only by political scientists but economists, psychologists and sociologists. Herbert Simon's understanding of human behavior received wide external validation, but his training was in political science — although you wouldn't have known that from the range of his publications in the leading journals of various other disciplines. He did publish in sociological journals. He published an article formalizing George Homans's exchange theory in *American Sociological Review* [Simon 1952].

— *So, the boundaries can be overcome.*

— Well, it's not the purpose of our work to persuade economists.

— *Not to persuade, but to debate.*

— Right. I think that if the debate is conducted only with words and orienting frameworks and essays, of course, the economists will ignore that. We can always talk about what's important, what's missing, what should be done. Rather, the potential for progress lies in how we actually specify a theory of the middle range, which has an implicit model or a formal model, that leads to empirical research and is then backed by the research. It's a hard work to do that, to measure an idea, to take it to the field and to study actual human behavior. That's very challenging, but then, once it's done, people from within the discipline who are skeptical, people from other disciplines who are naturally more skeptical will assess the robustness of the finding. In a case like Massey's study of emigration from Mexico, he's got a theory and he's got evidence, based on a very impressive empirical study. That captures people's attention, not only within sociology, but from other social science disciplines.

— *Why do you think such recognition is so rare? Is it because sociologists' work lacks something?*

— Well, let's say that cross-disciplinary recognition of the type that Herbert Simon received, of the type that Elinor Ostrom (who is also a political scientist) received recently, of the type that...

— *And maybe James Coleman? His double recognition.*

— Yes, Coleman has that. And Kahneman and Tversky. They are psychologists but their work is very widely accepted by economists. Remember they challenged the perfect rationality assumption of the neo-classical paradigm pointing out flaws in this assumption of perfect rationality. And that has renewed interest in behavior economics, which is a very important movement in economics these days. So it is not that our work is unimportant unless it has the external validity, but the most important works that a discipline produces are those that are recognized by skeptics in ally disciplines. We don't read all the works produced by economists, but we read and are influenced by work that we think is robust enough to influence our own work, and we recognize when someone else in another discipline has made an advance that is important to our work. So, we imported from economics Spence's signal theory, we imported from George Herbert Simon bounded rationality, we imported from new institutional economics the ideas of North and Williamson.

— *Their understanding of institutions as the rules of the game?*

— Yes, that idea. That came from North, rules of the game. And economics imported earlier this idea of institutions from sociology, and then recast it in the rules of the game. So it goes back and forth. They imported institutions; we imported back the idea of the rules of the game.

— *Double-borrowing.*

— Yes. They're importing network analysis and extending it to complex large networks and dynamics, and some of that work is being brought back to sociology by people like Michael Macy, my colleague at Cornell, who has a joint appointment in sociology and information science, which is a new department at Cornell, in the school of engineering, and many of the members of that department come from computer science.

— *They have a good mathematical basis. It's easier for them.*

— Yes, to study complex networks. But some of the most interesting work in the humanities, in sciences, in these social sciences, is exactly in this area of the boundaries between disciplines. The people who are really involved, are less concerned about what discipline they're from, and more interested in breakthroughs that are theoretical or empirical. What sociologists have overly emphasized, in my view, is an emphasis on conceptual development and conceptual framework that is only that. There are endless articles written by sociologists that only stop with developing concepts and talking about other people's concepts and commenting on the history of social thought and saying that this is a theory. But it isn't. In the logic of science, theory is always focused on some active discourse with empirical research, whether it's in physics or in a social science. Regrettably, in sociology, social theory has evolved as a field of intellectual history merely, because they're only talking about ideas, commenting on ideas and developing, further refinements of ideas.

— *Comments on comments on comments. Endless revision.*

— Yes, and this is why I so much value Robert Merton's view that progress in sociology comes the hard way, through the hard work of discovering middle-range specialty theory that guides research, motivates research and that if the theory is confirmed with evidence (or not), then we're using our time well.

— *OK, the last question. What do you think of the performativity argument: Callon, McKenzie, Knorr-Cetina. I think, it's quite opposite to the embeddedness argument, isn't it?*

— The performativity argument — from the little I have read — basically focuses on the use of economic models by the financial industry to organize markets or to organize new financial instruments. That's their focus: the use of economic models by practitioners to innovate new financial instruments. That's fine with me; it's an extension of the social studies of science to the study of how economic models have been used by the financial industry. I respect McKenzie's work, especially his study of long-term capital funds [MacKenzie 2003; 2006]. It's a classic, and it is a very good extension of the work that was done in the social studies of science by Latour and others, who focused not on simply scientific labs and the organization of science, but extended them to the social sciences, to the study of how economic theory in models have a performativity effect in financial services, financial markets. I don't see how it is related to embeddedness.

— *The arguments may mean the following: stop studying embeddedness, because economic models shape economic reality and this is a real topic for sociologists, and that there's no embeddedness. It is not important.*

— Yes, I don't see it. No, it isn't. It doesn't seem to be important in that literature. It's really how economic models as in, say, long-term capital funds, were used to build a hedge fund, a hedge fund industry. I see it as an extension of the social studies of science to the social study of economics. Notice that they are not studying sociology.

— *Maybe not yet.*

— In the future, maybe. Sociological ideas do not organize the market.

— *Thank you very much!*

Alexander Kurakin
October 2012, Moscow

References

- DiMaggio P. (1987) Nonprofit Organizations in the Production and Distribution of Culture. *The Nonprofit Sector: A Research Handbook* (ed. W. W. Powell), New Haven: Yale University Press, pp. 27–42.
- Durand J., Massey D. S. (2002) *Beyond Smoke and Mirrors: Mexican Immigration in an Age of Economic Integration*, New York: Russell Sage Foundation.
- Granovetter M. (1985) Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness. *American Journal of Sociology*, vol. 91, no 3, pp. 481–510.
- Greif A. (1994) Cultural Beliefs and the Organization of Society: A Historical and Theoretical Reflection on Collectivist and Individual Societies. *Journal of Political Economy*, vol. 102, pp. 912–950.
- Greif A. (2006) *Institutions and the Path to the Modern Economy: Lessons from Medieval Trade*. New York, NY: Cambridge University Press.
- Homans G. C. (1967) *The Nature of Social Science*, New York: Harcourt, Brace and World.
- MacKenzie D. (2003) Long-Term Capital Management and the Sociology of Arbitrage. *Economy and Society*, vol. 32, no 3, pp. 349–380.
- MacKenzie D. (2006) *An Engine, not a Camera: How Financial Models Shape Markets*, Cambridge, MA: The MIT Press.
- Meyer J. W., Rowan B. (1978) The Structure of Educational Organizations. *Environments and Organizations* (ed. M. W. Meyer), San Francisco: Jossey-Bass, pp. 78–109.
- Nee V. (1998) Norms and Networks in Economic and Organizational Performance. *American Economic Review*, vol. 87, no 4, pp. 85–89.
- Nee V. (2005) The New Institutionalisms in Economics and Sociology. *The Handbook of Economic Sociology*, 2nd ed. (eds. N. Smelser, R. Swedberg), Princeton: Princeton University, pp. 49–74.
- Nee V., Ingram P. (1998) Embeddedness and Beyond: Institutions, Exchange and Social Structure. *The New Institutionalism in Sociology* (eds. M. Brinton, V. Nee), New York: Russell Sage Foundation, pp. 19–45.
- Nee V., Opper S. (2012) *Capitalism from Below: Markets and Institutional Change in China*, Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Powell W. W. (1985) *Getting into Print: The Decision-Making Process in Scholarly Publishing*, Chicago, IL: University of Chicago Press.

- Schumpeter J. A. (2004) *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle*. New Brunswick, London: Transaction Publishers.
- Simon H. A. (1952) A Formal Theory of Interaction in Social Groups, *American Sociological Review*, vol. 17, pp. 202–212.
- Swedberg R. (1990) *Economics and Sociology. Redefining Their Boundaries: Conversations with Economists and Sociologists*. Princeton: Princeton University Press.
- White H. C. (2002) *Markets from Networks: Socioeconomic Models of Production*. Princeton: Princeton University Press.
- White H. C. (1981) Where Do Markets Come From? *American Journal of Sociology*, vol. 87, pp. 938–983.
- Zukin S., DiMaggio P. (1990) Introduction. *Structures of Capital: The Social Organization of the Economy* (eds. S. Zukin, P. DiMaggio), New York: Cambridge University Press, pp. 1–31.

**Экономическая
социология**
Т. 15. № 3.
Май 2014

Электронный журнал
www.ecsoc.msses.ru
www.ecsoc.hse.ru

ISSN 1726-3247

Адрес редакции

101000, Россия,
г. Москва,
ул. Мясницкая,
д. 20, комн. 406
тел.: (495) 628-48-86
email: ecsoc@hse.ru



Economic Sociology
Vol. 15. No 3.
May 2014

Electronic journal
www.ecsoc.msses.ru
www.ecsoc.hse.ru

ISSN 1726-3247

Contacts

20 Myasnitskaya street,
room 406
Moscow, RI Moscow
101000, Russian
Federation
phone: (495) 628-48-86
email: ecsoc@hse.ru

Доступ к журналу

- Доступ ко всем номерам журнала — постоянный, свободный и бесплатный.
- Каждый номер содержится в едином файле (10–12 п. л. в PDF).
- Если хотите, чтобы Вас оповещали о выходе очередного номера, пожалуйста, заполните форму подписки: <https://www.hse.ru/expresspolls/poll/23725626.html>.

Open access policy

- “Economic Sociology” provides permanent free access to all issues in PDF.
- You can sign up to receive an email notice of each new issue as it becomes available. Please fill out the following form: <https://www.hse.ru/expresspolls/poll/23725626.html>.