



ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СОЦИОЛОГИЯ

ISSN 1726-3247

Читайте в номере:

Интервью с Марион Фуркад.
Дюркгейм и *science studies*
для экономической социологии

Гурова О. Ю. «Выглядеть по-русски».
Российские мигранты в Финляндии:
социальные характеристики и потребление
одежды

Хэннан М., Фримен Дж.
Популяционная экология организаций

Латур Б. Пересобирая социальное.
Введение в акторно-сетевую теорию



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



Редакция

Главный редактор:	Радаев Вадим Валерьевич
Редактор выпуска:	Соколова Татьяна Виленовна
Вёрстка:	Мишина Мария Евгеньевна
Корректор:	Андрианова Надежда Викторовна
Ответственный секретарь:	Котельникова Зоя Владиславовна
Сотрудники редакции:	Бердышева Елена Сергеевна Назарбаева Елена Алексеевна

Редакционный совет

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

Содержание

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

Интервью

Интервью с Марион Фуркад. Дюркгейм и *science studies*
для экономической социологии (проведено *О. И. Кирчик*, перевод *Т. Н. Филипповой*)..... 8

Новые тексты

О. Ю. Гурова
«Выглядеть по-русски». Российские мигранты в Финляндии:
социальные характеристики и потребление одежды..... 17

Новые переводы

М. Хэннан, Дж. Фримен
Популяционная экология организаций (перевод *Г. Б. Юдина*)..... 42

Расширение границ

Б. Латур
Пересобирая социальное.
Введение в акторно-сетевую теорию (перевод *И. Полонской*)..... 73

Дебютные работы

М. Л. Панкратова
Удовлетворённость российских женщин с детьми и без детей работой и жизнью..... 88

Профессиональные обзоры

Д. Ванг
Существует ли канон в экономической социологии?
(перевод *А. А. Грязновой*) 111

Новые книги

Е. В. Сивак
Путеводитель по академическим мирам
Рецензия на книгу: Альтбах Ф. et al. (ред.). 2012.
Как платят профессорам. Глобальное сравнение систем вознаграждения и контрактов.
М.: Изд. дом ВШЭ..... 123

Исследовательские проекты

Е. В. Попова

Создание Научно-образовательного центра

«Социально-политические исследования технологий»

в Национальном исследовательском Томском государственном университете..... 128

Учебные программы

Д. О. Стребков

Маркетинг в финансовой организации..... 133

Конференции

Е. А. Назарбаева

Международная конференция

«Укоренённость и за её пределами:

объясняют ли социологические теории экономическую реальность?»,

Москва, 25–28 октября 2012 г. 150

Contents and Abstracts..... 156

About the Authors..... 159

VR ВСТУПИТЕЛЬНОЕ СЛОВО ГЛАВНОГО РЕДАКТОРА



С момента своего создания журнал «Экономическая социология», а позднее Лаборатория экономико-социологических исследований (ЛЭСИ) НИУ ВШЭ уделяли серьёзное внимание переводам лучших классических и современных работ. Сообщаем, что сейчас у нас на выходе сразу три важных проекта. Завершается подготовка к изданию книги Фрэнка Доббина «Формирование промышленной политики» («Forging Industrial Policy»), подходит к концу редактирование книги Нила Флигстина «Архитектура рынков» («Architecture of Markets»), переведены все основные тексты для готовящейся хрестоматии «Классика новой экономической социологии», в состав которой вошли основополагающие тексты для ключевых направлений экономической социологии последней четверти XX столетия. В этом номере публикуется один из этих текстов. Все упомянутые книги увидят свет в течение 2013 г., в том числе в серии «Социальная теория», выпускаемой Издательским домом НИУ ВШЭ.

Меж тем представляем новый номер нашего журнала.

В рубрике «**Интервью**» публикуется беседа с *Марион Фуркад* (профессором социологии Калифорнийского университета в Бёркли (США) и Института политических исследований Sciences Po (Париж, Франция)). Марион принадлежит к плеяде молодых звёзд мировой экономической социологии. В своём интервью она говорит о принципиальном значении сравнительных исследований для социологии, об ограничении перформативного подхода, о важности классификаций для изучения рынков. Рассуждения иллюстрируются материалом из её нового комбинированного проекта, посвящённого сравнительному исследованию оценки стоимости природы (речь идёт о последствиях разливов нефти), классификации вин, оцифровке книг во Франции и США. Интервью взято *О. И. Курчик* в Москве, во время международной конференции по экономической социологии (октябрь 2012 г.).

В рубрике «**Новые тексты**» выходит статья *О. Ю. Гуровой* (научного сотрудника Университета Хельсинки) «"Выглядеть по-русски". Российские мигранты в Финляндии: социальные характеристики и потребление одежды», где рассматривается, каким образом мигранты из России, проживающие в Финляндии, конструируют этническую принадлежность через стили в одежде — «стилевые репертуары». На основе лейтмотивных интервью с россиянами, проживающими в столичном регионе Финляндии, показано, что воспроизводство стилиевых репертуаров связано с социальными характеристиками мигрантов, прежде всего с классом, профессией, гендером и возрастом.

В рубрике «**Новые переводы**» мы возвращаемся к нашему проекту «Классика экономической социологии». Здесь Вы найдёте основополагающую статью *Майкла Хэннана* и *Джона Фримена* «Популяционная экология организаций». Именно с этой статьи, впервые опубликованной в 1977 г., началось по общепризнанной конвенции систематическое развитие экологического подхода в экономической социологии. Авторы ставят перед собой фундаментальные вопросы: откуда возникает разнообразие организационных форм? Почему одни формы развиваются, а другие исчезают? В противовес традиционному адаптационному подходу в теории организаций экологический подход выдвигает на передний план проблему отбора организационных форм, происходящего в результате рыночной конкуренции и подобного естественному отбору видов в животном или растительном мире. Статья переведена *Г. Б. Юдиным*. Данная статья уже переводилась ранее (см.: Ханнан М. Т., Фримен Дж. 2004. Экология организационных популяций. *Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия «Менеджмент»*. 3 (24): 51–83. Переводчик — Т. Н. Клёмина). Мы перевели текст заново. Не умаляя ценности выпол-

ненной коллегами работы, по прошествии времени мы хотели более чётко вписать переводимый текст в современный экономико-социологический контекст.

Наша новая рубрика «**Расширение границ**» предлагает введение из книги одного из наиболее популярных социологов последнего времени *Бруно Латура*, профессора Института политических исследований Sciences Po (Париж, Франция) «Пересобирая социальное. Введение в акторно-сетевую теорию». Научное редактирование — *В. С. Вахитайна*. Книга представляет собой попытку переосмыслить понятие «социальное». Вместо традиционного понимания его как некоей данности автор книги определяет социальное как тип связи между вещами, которые сами по себе не являются социальными. В качестве альтернативы привычной «социологии социального» Латур предлагает акторно-сетевую теорию. В публикуемом введении автор обозначает основные элементы своего подхода и рассказывает о своём предшественнике — Габриэле Тарде, чьи работы около столетия назад были вытеснены «социологией социального» на периферию социологического знания. Полный текст книги готовится к публикации в Издательском доме НИУ ВШЭ.

В рубрике «**Дебюты**» публикуется работа *М. Л. Панкратовой* (выпускницы факультета социологии НИУ ВШЭ, 2012) «Удовлетворённость российских женщин с детьми и без детей работой и жизнью». Целью работы является выявление детерминант, определяющих удовлетворённость женщин работой и жизнью в целом, а также сравнение различий факторов удовлетворённости у женщин с детьми и без детей. Автором описываются основные подходы и методы измерения концепта удовлетворённости жизнью и трудом. Анализируя данные «Российского мониторинга экономики и здоровья населения» (RLMS-HSE) за 2000–2009 гг., автор приходит к выводу о том, что российские женщины с детьми больше удовлетворены жизнью, но в то же время меньше удовлетворены работой по сравнению с женщинами без детей.

В рубрику «**Профессиональные обзоры**» включён необычный материал. Это перевод статьи *Дана Ванга*, аспиранта Стэнфордского университета (США), «Существует ли канон в экономической социологии?» из ньюслеттера «Accounts», выпускаемого секцией экономической социологии Американской социологической ассоциации. Автор пытается выяснить, существует ли в экономической социологии набор канонических текстов, на основе анализа 52 программ учебных дисциплин, полученных из США, Великобритании, Франции, Германии и России. Отметим, что среди них были программы кафедры экономической социологии НИУ ВШЭ. Помимо выявления наиболее часто упоминаемых и авторитетных литературных источников, в работе визуализированы основные кластеры работ в соответствии с тем, как преподаватели курсов по экономической социологии воспринимают границы пространства идей в своей дисциплине. Идея проекта принадлежит нынешнему председателю секции профессору *Вуди Пауэллу* (Стэнфордский университет). Одним из участников проекта был *И. С. Чуриков* (НИУ ВШЭ). Статья переведена *А. А. Грязновой*.

В рубрике «**Новые книги**» рецензируется недавно вышедшая книга: Альтбах Ф. et al. (ред.). 2012. *Как платят профессорам. Глобальное сравнение систем вознаграждения и контрактов* (М.: Изд. дом Высшей школы экономики). Это перевод книги, чуть ранее вышедшей в США: Altbach Ph. et al. (eds). 2012. *Paying the Professoriate: A Global Comparison of Compensation and Contracts* (New York: Routledge). Основной вопрос исследования — насколько конкурентоспособной остаётся академическая профессия на фоне альтернатив, предлагаемых рынком труда. В проекте приняли участие эксперты из 28 стран, представляющих все континенты и разные уровни экономического развития. Автор рецензии — *Е. В. Сивак* (младший научный сотрудник Международной научно-учебной лаборатории «Институциональный анализ экономических реформ», НИУ ВШЭ, Москва).

В рубрике «**Исследовательские проекты**» мы знакомим Вас с новым Научно-образовательным центром «Социально-политические исследования технологий» (Policy Analysis and Studies of Technology), или PAST-центром, созданным в 2012 г. на базе Национального исследовательского Томского государственного университета в партнёрстве с Европейским университетом в Санкт-Петербурге, Казанским федеральным университетом и Национальным исследовательским Пермским государственным университетом (директор Центра — *Е. В. Попова*). Цель проекта — консолидация российского исследовательского и образовательного сообщества в области исследований науки и техники (Science and Technology Studies, STS), политики в сфере науки и техники и смежных дисциплин.

В рубрике «**Учебные программы**» размещена программа «Маркетинг в финансовой организации» (автор — к. с. н. *Д. О. Стребков*). Дисциплина читается на магистерской программе «Прикладные методы социального анализа рынков» факультета социологии НИУ ВШЭ.

Наконец, рубрика «**Конференции**» продолжает знакомить наших читателей с материалами прошедшей международной конференции по экономической социологии, состоявшейся в Высшей школе экономики 25–28 октября 2012 г. В этом номере публикуются репортажи с третьего и четвёртого пленарных заседаний конференции, подготовленные *Е. А. Назарбаевой*. На них выступили М. Фуркад, Л. Тевено, К. Кнорр и Д. Старк. Видеозаписи пленарных сессий и мини-интервью с участниками конференции доступны по адресу URL: <http://www.esconf2012.hse.ru/>

* * *

Приятного чтения. И до встречи в мае.

ИНТЕРВЬЮ

Интервью с Марион Фуркад

Дюркгейм и *science studies*¹ для экономической социологии

ФУРКАД Марион (Fourcade, Marion) — профессор социологии Калифорнийского университета в Бёркли (США); директор совместного центра Макса Планка и Sciences Po по борьбе с нестабильностью в рыночных обществах, профессор социологии Института политических исследований Sciences Po (Париж, Франция).

Email: marion.fourcade@sciences-po.org

Перевод с франц.
Т. Н. Филипповой.

Научн. ред. —
О. И. Кирчик.

— Здравствуйте, Марион. Спасибо, что согласились дать интервью. Ваша первая книга «Экономисты и общества» [Fourcade 2009] была очень хорошо принята историками и социологами науки и культуры в США и других странах, сразу став классической. Я часто рекомендую её моим студентам в Высшей школе экономики. Эта работа внесла значительный вклад в развитие социологии экономической науки и профессии во Франции, Англии и США. В целом книга проясняет отношения между знанием и социальным миром при помощи понятия «культура» [Кирчик 2011]. Является ли Ваша нынешняя работа продолжением этой книги? Не могли бы Вы пояснить для наших читателей, что привело Вас к выбору новой темы?

— Закончив работать над диссертацией, я приступила к сравнительному исследованию оценки стоимости природы (*nature*) во Франции и США на примере подробного анализа двух случаев. Речь идёт о разливах нефти, произошедших при крушении танкеров «Eххон Valdez» вблизи Аляски (США) в 1989 г. и «Амосо Cadiz» — у берегов Франции в 1978 г. (я также немного касаюсь истории крушения «Erika» в 1999 г., ставшего второй по значимости катастрофой такого рода во Франции). В поле моего зрения эта тема попала довольно случайно. Как-то зашла речь о роли экономистов в деле «Eххон Valdez» и, в частности, об их вкладе в оценку размера компенсации за экологический ущерб, которая оказалась весьма солидной для того времени. При том, что французы в аналогичной ситуации не получили почти никакой компенсации. Меня это заинтриговало: действительно ли всё произошло именно так?

Известно, что американские суды присуждают порой фантастические компенсации. Однако оба этих дела рассматривались в США, то есть в рамках одной и той же судебной-правовой системы, даже если со временем правила немного менялись. Значит, причина того, что компенсации за экологический ущерб в этих двух случаях были такими разными, кроется в другом. Различие коренилось в самом понятии «экологический ущерб», иначе говоря, по-разному понималась стоимость природы. Кроме того, в этих двух случаях «пострадавшие» по-разному использовали экономическое знание для оценки этого ущерба. Так я начала работать над этой темой. И в процессе сбора интервью, изучения архивных материалов и размышлений над моей будущей книгой я поняла, что меня интересует не только то, каким образом калькулируется «стоимость» природы, но и то, какими смыслами наделя-

¹ Science studies (*англ.*) — междисциплинарная область исследований науки в её историческом, общественном, культурном контекстах. В качестве отдельных направлений данной области можно указать социологию, антропологию, философию и историю науки.

ется этот объект. К примеру, французы почти не используют само слово «природа». Во Франции, в отличие от США, скорее, имеет хождение термин «окружающая среда» (*environnement*), то есть что-то находящееся вокруг, то, что окружает людей. В конце концов, я поняла, что проблема, над которой я работаю, имеет отношение не только к экономической экспертизе, но и к тому, как концептуализируются экономические объекты, к экономическим категориям. В общем и целом вопросы были поставлены следующим образом: что именно имеет ценность? Можно ли свести стоимость к цене, и если да, то как эта цена рассчитывается? Эти вопросы, разумеется, тесно связаны с экономической экспертизой, но не могут быть сведены только к ней.

— Как Вы объясняете различия в оценке природы в этих двух случаях? Используете ли Вы понятие «культура», как в предыдущей книге, в которой рассматривались национальные профили экономической науки и различия в том, что касается общественной роли экономистов во Франции, Англии и США?

— И да, и нет. Для меня культура не существует, то есть её нельзя потрогать или измерить. Безусловно, данные опросов общественного мнения во Франции и США могут, к примеру, показать, беспокоит ли людей состояние окружающей среды. Однако в моём понимании, это мало что даёт. Кстати, я об этом немного говорю в предисловии к моей предыдущей книге: на мой взгляд, культура является не чем иным, как реконструкцией социологом тех закономерностей, которые он или она может наблюдать в различных областях общественной жизни. Например, можно увидеть, что политическая система, правовая система, экологическое движение функционируют определённым образом. Последующее сопоставление этих наблюдений применительно к тому или иному предмету позволяет обнаружить между этими сферами некоторые параллели. Или то, что Вебер называл избирательным средством, а Бурдьё — гомологией. Например, если вернуться к моему исследованию профессии экономистов, я не могу сказать, где там культура. Но я вижу, знаю, что существуют некоторые общие закономерности и взаимодополняемость в функционировании экономической экспертизы на уровне государства, в формировании научных взглядов экономистов и в том, каким образом экономические знания и инструменты встраиваются в рынок либо рынки. Или взять моё новое исследование: я увидела, что есть очень много точек соприкосновения между тем, как окружающая среда рассматривается в правовой системе, между дискурсом и требованиями экологических движений, а также тем, как проблемы окружающей среды концептуализируются учёными-экологами. Сквозь призму этих различных институциональных сфер можно выявить и проанализировать определённые структуры, дискурсы и параллели. И вот это я называю культурой, то есть культура является реконструкцией социологом апостериори обнаруженных им закономерностей, которые и обнаруживаются на материале конкретных наблюдений в конкретных областях социальной жизни.

Когда я начала сравнительное исследование о разливах нефти, меня интересовала прежде всего экономическая экспертиза. Но я довольно быстро поняла, что не смогу разобраться в проблеме, если не буду также принимать во внимание правовую систему, экологические и политические движения, реакцию на загрязнение среди местного населения. Я даже посмотрела французские и американские научные статьи о влиянии разливов нефти на водную экосистему и вновь обнаружила различия в проектировании и реализации таких исследований. Таким образом, я пришла к выводу, что экономические инструменты тоже продукт всех этих *явлений*, всего неосознанного, всей культуры, то есть продукт всего того, что обычно ускользает от внимания, того, что делает или не делает государство, работы судебно-правовой системы, того, каким образом экономисты переводят (или нет) «стоимость» природы в денежный эквивалент, и того, как в целом общество относится к этой проблеме.

Я думаю, что Бурдьё имеет в виду именно это, когда говорит, что в индивиде — весь социальный мир. Похожая ситуация возникает и тогда, когда мы имеем дело с очень конкретной и специфической проблемой, но она вмещает в себя весь социальный мир (всё «общество», все «институты», если здесь

уместно употребить эти понятия). И наибольшая сложность для меня состоит прежде всего в конструировании нарратива. Как изложить это так, чтобы рассказ не казался произвольным или хаотичным?

— *То, о чём Вы говорите, навело меня на мысль о ещё одной важной проблеме. В последние годы приобрёл популярность тезис о перформативности экономического знания. Согласно этому тезису те или иные теории или модели являются перформативными, оказывая влияние на действительность таким образом, что она начинает всё лучше им соответствовать. В свете того, о чём Вы говорите, данный тезис требует уточнения, ведь экономическое знание само является продуктом этой действительности, а не независимым каузальным фактором. В недавних исследованиях перформативности данному аспекту, на мой взгляд, часто уделяется недостаточно внимания. В силу этого может сложиться впечатление, будто эффект перформативности объективен и универсален. Сравнительные исследования как раз важны тем, что позволяют поставить вопрос об условиях возможности этого перформативного эффекта.*

— Совершенно верно, сравнительная перспектива даёт возможность показать, откуда берётся этот перформативный эффект, а также то, что он не является механическим. По моему мнению, любая социология должна быть компаративной, однако это вовсе не означает, что нужно обязательно сравнивать разные страны, а, скорее, то, что надо уметь находить и анализировать вариации, сходства и различия. В сравнении — сама сущность социологии. Таким образом, работать с использованием сравнительного метода означает выявлять социологические закономерности, «паттерны» в пространстве и во времени. То, о чём Вы говорите, очень важно поэтому. Хотя я считаю, что теория перформативности имела огромное значение для развития анализа роли экономического знания в обществе. Этот момент было важно показать, но не надо забывать и о предшествующей традиции социологии науки, которая в большей степени занималась вопросом о том, какое влияние на конституирование социальных наук оказывает общество в целом. Например, сам Дональд Маккензи внёс вклад и в одно, и в другое направление. Он начал с изучения британской статистики, пытаясь понять, каковы её истоки и почему она сформировалась именно в таком, а не в каком-либо ином виде. А позже он перешёл к перформативности, чтобы исследовать, как наука меняет общество. Можно лишь сожалеть о том, что часто люди видят либо одно, либо другое и не пытаются рассмотреть, как связаны эти два аспекта проблемы, то есть, в некотором роде, не пробуют замкнуть круг. Для меня очень важно показать, что эта связь существует, что понятия имеют определённое происхождение и «перформируют» или формируют какие-то явления, которые, в конечном счёте, оказываются не так далеки от исходного контекста. Одновременно такой подход позволяет объяснить постоянство, воспроизводство и стабильность явлений во времени вопреки изменениям. В самом деле, «вещи меняются», перформативный эффект есть, что-то происходит, однако изменения совершаются неслучайным образом и уравниваются всем тем, что было раньше. Категории поэтому можно также рассматривать в качестве носителей культуры или инструментов, обеспечивающих непрерывность общества, а не только как средство изменений. Эта связь также позволяет объяснить, почему часто то, что происходит, не является уж столь неожиданным. Общественная жизнь характеризуется возможностью предвидеть, что мир будет функционировать тем или иным образом, и это в целом подтверждает и наш повседневный опыт.

— *Это ключевой для меня момент. Я пришла к этой идее, работая над темой мобилизации экономической мысли в период реформ в России, и убеждаюсь в действительности интуиции сейчас, занимаясь историей экономического знания в Советском Союзе. В обоих случаях я вижу историю скорее поражения, чем успеха. В некотором роде это история антиперформативности экономического знания. Например, попытки привнести некоторые теории и инструменты извне часто заканчивались тем, что они работали не совсем так, как ожидалось.*

— Или же они могут быть истолкованы в новом контексте таким образом, чтобы не выглядеть чем-то чужеродным по отношению к тому, что было ранее. Итак, для меня это очень важно, и в этом состоит основной смысл моей недавней статьи, опубликованной в «American Journal of Sociology» [Fourcade 2011]. Моей целью было показать, что, хотя знание может быть инструментом изменений, это не означает, что мы способны при его помощи переделывать социальный мир по своему усмотрению. Конечно, мир меняется, но не так просто. В этом нужно отдавать себе отчёт.

Вот, таким образом, я и пришла к вопросу о категориях. В то время я читала курс по социологии культуры (в Калифорнийском университете в Бёркли), в котором использовала небольшую книгу, написанную Моссом и Дюркгеймом [Durkheim, Mauss 1903]. Я осознавала, что эта книга оказала большое влияние на развитие антропологии в своё время, но она также активно критиковалась, и в конечном счёте её значение не было оценено должным образом в более поздний период. Работа над делом «Еххон Валдез» и «Амосо Кадиз» помогла мне увидеть, что понятия являются в некотором роде резервуарами культурных смыслов, и что в них вписаны разнообразные моральные категории. И тогда я сказала себе, что было бы неплохо написать книгу, в которой сочетались бы идеи Дюркгейма и Мосса с подходами современных *science studies*, то есть нужна книга, в которой было бы систематически показано, каким образом в интеллектуальные инструменты вписаны способы мышления и организации социального мира. Первая область, которая меня заинтересовала, была природа (или окружающая среда), вторая — вино, вернее, классификация вин во Франции и США, третья — несколько более сложная, и я ещё не закончила над ней работать — оцифровка книг в этих двух странах.

В последнем случае меня особенно заинтересовали поисковые системы и то, каким образом они классифицируют книги в Интернете. Набрав в поисковой строке сервиса «Google Books», к примеру, «Виктор Гюго», вы получите список книг в определённом порядке. И вопрос состоит в том, чтобы понять, как поисковые системы «мыслят» иерархию знаний. Или более конкретно: какие представления о знании в эти системы вложили те люди, которые их разработали (ведь все эти технологии придуманы конкретными мужчинами и женщинами).

Моя идея состоит в том, чтобы сравнить процессы, происходящие в областях, которые на первый взгляд не имеют ничего общего (природа, вино, оцифровка книг), однако, как ни странно, имеют множество точек пересечения. Я рассчитываю на то, что благодаря сравнению этих трёх сфер смогу сказать что-то значимое о культуре, о политической культуре во Франции и США. Или, по крайней мере, надеюсь на это.

Это конечная цель, но достичь её сложно. В данный момент я работаю над эмпирическими кейсами, что крайне увлекательно. Совсем недавно некоторые результаты исследования были опубликованы в статье о вине [Fourcade 2012]. Я пытаюсь ускорить работу с эмпирическими данными, но проблема в том, что на основе каждого из этих трёх кейсов можно было бы подготовить отдельную книгу. И каждый раз, когда вижу параллели, я их сохраняю для разработки общей структуры книги. Книга будет носить более теоретический характер, чем упомянутые статьи, но теория станет результатом исследования эмпирических случаев. Я не могу думать о проблемах абстрактно. На мой взгляд, любой социолог должен исходить в своей работе из анализа данных.

— *Идея соединить концепцию Дюркгейма и Мосса с современными science studies кажется мне очень интересной и ставит передо мной следующий вопрос: что именно мы имеем в виду, употребляя термины «культура», «закономерности», «параллели»? Речь идёт о политической культуре или, в терминах Дюркгейма и Мосса, о категориях элементарной классификации (логических категориях)? Не могли бы Вы объяснить, как эти авторы понимают социальную классификацию. И чем Ваш подход отличается от упомянутого?*

— На самом деле всё очень просто. Дюркгейм и Мосс имеют в виду прежде всего базовые категории, которые Кант называл априорными категориями: время, пространство и проч. Помимо этого, они разрабатывают идею каузальной зависимости при помощи понятия «силы». Дюркгейм и Мосс использовали не очень удачные примеры, из-за которых их и критиковали. В частности, они упоминают мексиканское племя, которое мыслит пространство как семичастную структуру и — о чудо! — само состоит из семи кланов. Из чего делается вывод, что социальная организация проецируется на представления о мире. Конечно, этот пример несколько карикатурен, но сама базовая идея очень важна. То, как люди живут, и порождает (или, скорее, организует) их образ мышления, включая способы решения новых проблем.

Мой проект в этом смысле является дюркгеймианским. Оцифровка книг — хороший пример. Необходимо понять, какая картина мира возобладала в процессе перехода к оцифрованным книгам. Крупные библиотеки располагают фантастическими фондами, астрономическим количеством книг. И вдруг благодаря технологии сканирования и распознавания появляется возможность перевести их в электронный вид. Пионером была база данных «JSTOR»², но по-настоящему активный период оцифровки печатных изданий начался в середине 2000-х. Огромное количество книг было оцифровано. Встаёт вопрос: как произошёл этот переход? Откуда возник импульс, откуда взялись ресурсы, какие формы принимает этот процесс? Это исходит от государства или от частных акторов? Это делается во имя общественного блага или ради прибыли? И вот здесь особенно ясно видна связь с проблемой классификаций: организован ли процесс оцифровки, иными словами, осуществляется ли она в соответствии с определённой логикой, приоритетами?

В первое время переводом книг в электронный формат занимались несколько некоммерческих организаций, финансировавшихся американскими фондами. Классическая история. Они начали с научных журналов. Но очень быстро возник частный игрок — Google, — который стал заключать договоры со всеми крупными университетскими и муниципальными библиотеками не только в Америке, но и в остальном мире с целью оцифровки их фондов. В случае с Google интересно то, что сначала в проекте не участвовали библиотекари, эксперты по работе с документами, а только инженеры, что определило специфику этого процесса. И как они это делали? Процесс должен быть очень хорошо организован, но лишь с точки зрения максимизации эффективности: нужно оцифровывать много и быстро. При этом они просто оцифровывали полку за полкой, без учёта какой-либо иерархии знаний.

Во Франции, наоборот, первыми оцифровкой занялись сотрудники Национальной библиотеки. (Я говорю о самом начале, так как потом ситуация изменилась.) Их логика была такова: (1) оцифровкой занимается Национальная библиотека, потому что мы эксперты в этой области; (2) мы при этом следуем определённому порядку, поскольку знаем, что важно, а что нет, и у нас есть приоритеты; (3) у нас не очень много денег, поэтому мы будем сканировать документы, не преобразуя образы в текст. Сейчас технических возможностей стало больше, но тогда такой способ был намного дешевле. Ещё одна причина выбора этой технологии состояла в том, что приоритет был отдан французской прессе XIX века. Оцифровывать такой тип документа, используя технологию распознавания текста, намного труднее. Таким образом, выбор технологии был также связан с типом документов, которые хотели оцифровать в первую очередь, с возрастом фонда и проч. Уже на этом примере можно видеть, что Франция — совершенно иной мир, и не случайно, что события здесь развивались таким непохожим образом.

В США, особенно в первое время, публичная политика в этой сфере отсутствовала, и процесс оцифровки был предоставлен рынку. Он был запущен частной компанией, и очень быстро компания Google

² «JSTOR», или «Journal STORage» — цифровая база данных полнотекстовых научных журналов (на различных европейских языках), а также книг (гуманитарные науки, только на английском языке). Основана в 1995 г.; включает документы начиная с 1665 г. Доступ преимущественно платный (кроме журнальных статей, опубликованных в США до 1923 г., а в других странах — до 1870 г.).

установила свою монополию. Ни один другой проект не мог сравниться с проектом оцифровки, запущенным компанией Google, по масштабу. Но мне было очень важно понять, почему всё произошло именно так.

Таким образом, весь объём человеческих знаний в США (по крайней мере, поначалу) был предоставлен рынку, а во Франции — государству. Кроме того, различие состояло в отношении к существующей иерархии знаний, в приоритетах политики оцифровки. Наконец, вопрос в том, как были организованы поисковые сервисы. Сервис «Google Book Search» выстраивает иерархию, грубо говоря, в зависимости от связей между текстами и популярности книг. Ещё при этом учитывается содержание книг, но мы не знаем точно, как это делается. Таким образом, мы имеем дело с полностью автоматизированной технологией, которая была создана без учёта существующего в этой области опыта, в том числе без учёта способов классификации книг, которые используются в библиотеках. Google создала систему с чистого листа, не сообразуясь с рекомендациями какой-либо авторитетной инстанции, занимающейся классификацией книг.

— *Если использовать определение Люка Болтански и Лорана Тевено, то можно сказать, что в США преобладал в этой сфере прежде всего рыночный порядок обоснования ценности?*

— Да, но не только. Помимо рыночного обоснования заложена и очень демократичная идея, связанная с определённой политической культурой. Очень важно, что книги состязаются в популярности (*popularity contest*), благодаря чему вверху списка оказываются наиболее цитируемые книги или те, которых чаще всего ищут пользователи Интернета.

Французов, и в частности директора Французской национальной библиотеки Жан-Ноэля Жанёне (Jean-Noël Jeanneney), задевало то, что поисковая система была ориентирована исключительно на англоязычные источники. Он обратил внимание, что в ответ на запрос на «Google Books» о Викторе Гюго в списке результатов не появлялось ни одной книги этого автора на французском. Было огромное количество комментариев на английском языке или переводов, но ни одного оригинального текста. Сейчас все сложнее, многое изменилось. Произошло сближение с библиотеками, они стали использовать метаданные, предоставляемые компаниями, занимающимися каталогизацией. Но вначале имел место болезненный конфликт, который определил разные траектории процесса оцифровывания книг в двух странах.

— *Работы Пьера Бурдьё по социальной классификации в определённой мере также опираются на идеи Дюркгейма и Мосса, однако он идёт дальше...*

— Дюркгейм мыслил на уровне общества, то есть отправной точкой для него была группа в целом. У Бурдьё все намного сложнее, потому что у него классификации не производятся социальными группами, но являются производными от близости и различия социальных позиций. Социальные классы реконструируются социологом исходя из того, в каком положении люди находятся по отношению друг к другу, иначе говоря, исходя из подобию или различия их практик. То же и с классификациями: определённый тип социальной позиции вероятностным образом связан с определённым способом видеть мир. И то, что принято называть конфликтом классификаций (*classification struggle*), напрямую следует из этого многообразия позиций и различий между ними. В обществе конкурируют различные мировоззрения, типы легитимаций тех или иных действий, разные вкусы, практики и ценности. В конечном счёте, все это связано с организацией социальных позиций, со структурой социального пространства.

Важным следствием этой идеи, по моему мнению, является то, что ни в одном обществе не существует единого способа производства классификаций. То есть это уже не Дюркгейм. То, что я Вам рассказала об оцифровке книг в США, это существенная часть истории. Позиции Google, в самом деле, всё

прочнее. Однако это не вся история. В США существуют и другие представления об общественном благе. В частности, в этой сфере активную позицию занимают библиотекари, документалисты, университетские профессора и проч. Было поэтому предпринято немало экспериментов и альтернативных проектов оцифровки по инициативе миллиардеров, профессиональных ассоциаций и групп интересов. Например, несколько библиотек объединились в консорциум для создания онлайн-библиотеки «NathlTrust»³, в которой хранились бы электронные копии всех документов, оцифрованных Google.

— *То есть был конфликт?*

— Конечно. Google позиционировала себя в качестве проводника общественного блага. Однако очень многие считают, что общественное благо должны создавать ассоциации, организованные группы добровольцев или некоммерческие организации. Задолго до Google возник проект, объединивший на добровольной основе огромное количество людей, которые вручную перепечатывали целые книги для сохранения в текстовом формате ASCII⁴. Это был замечательный проект, который носил имя Гутенберга (Project Gutenberg). Он был призван сделать доступными в электронном виде все великие произведения мировой литературы. Оцифровка оказалась более совершенным инструментом, но тот проект был прекрасным. Это показывает, что история оцифровки книг, о которой я Вам рассказываю, в действительности намного сложнее. И теория Бурдьё позволяет осмыслить эту сложность. Мы можем соотнести социальные позиции и траектории разных акторов с тем, как они видят проблему доступности текстов для широкой публики. Ту же операцию можно проделать в отношении оценивания вина или природы. Тот или иной способ оценки стоимости природы может быть соотнесён с профессиональными, социальными интересами и т. д. Стоит ещё раз уточнить, что у Бурдьё речь идёт об интересах, которые не признаются в качестве таковых, и о «нестратегических стратегиях».

— *Хотя Вы об этом много говорили ранее, но не могли бы Вы в конце интервью кратко сформулировать, в чем состоит интерес изучения социальных категорий и классификаций для анализа экономического мира. Эта задача не всегда является очевидной для экономсоциологов.*

— Я хотела бы рассказать о своём совместном проекте с Кираном Хили (Kieran Healy), на примере которого надеюсь убедить Вас в том, что классификации — это действительно важно. На мой взгляд, то, о чём я говорила, представляет большой интерес для экономической социологии. Как только мы упоминаем о классификации и иерархии, тут же встаёт проблема ценности. Это можно наглядно показать на примере нашего с Кираном проекта о кредитах, где мы изучаем, как работает одна очень конкретная классификация — скоринговая система (*scoring*) в США.

В США, прежде чем выдать кредит, банк или финансовая организация изучает кредитоспособность заёмщика, оцениваемую при помощи баллов (*score*). О чем идёт речь? С того момента, как у гражданина появляется счёт в банке или кредитная карта, все транзакции фиксируются в системе. Есть три компании, которые могут предоставлять любые данные о транзакциях, особенно о всех платежах по кредитной карте. Платишь ли ты с опозданием, используешь ли ты карту по максимуму или нет, например, есть ли у тебя другие кредиты, долги по кредиту за машину и проч. Всё это отражается в системе индикаторов, связанных с поведением потребителя, поведением в рамках кредитной системы. И вся

³ Проект получил своё название в честь мудрого слона Хатхи из повести «Маугли» Редьярда Киплинга и стартовал в октябре 2008 г.; он был задуман как глобальная научная библиотека. На сегодняшний день оцифрованы архивы 25 крупнейших вузовских библиотек США, которыми располагают университеты Калифорнии, Вирджинии, Индианы, Мичигана, Иллинойса, Миннесоты и других штатов, и пользователям доступны 4,6 млн отсканированных книг и документов.

⁴ American Standard Code for Information Interchange, ASCII (*англ.*) — американская стандартная кодировочная таблица для печатных символов и некоторых специальных кодов; предназначена для обмена информацией и управления связью. Используется для кодировки символов латинского и национальных алфавитов, в том числе кириллического.

эта информация собирается одной компанией — Fair Isaac Corporation (FICO), которая производит то, что называется кредитным скорингом (*credit score*) FICO. В США кредиты выдаются в соответствии с кредитным баллом заёмщика, определяющим не только сумму, которая может быть ссужена, но также такие важные условия кредитования, как процент, варьированность процента и возможность досрочного погашения. Таким образом, при помощи скоринговой системы институционализируются механизмы экономической дифференциации. Люди, находящиеся на верхней ступени скоринговой иерархии, имеют доступ к гораздо более выгодным предложениям по кредитам, в то время как у тех, кто находится внизу, плата за кредит выше, и у них наихудшие предложения. Но в самом низу кредитной иерархии, где находятся люди с очень низкими баллами и те, кто даже не включён в скоринговую систему, мы обнаруживаем ростовщическую экономику. Часто речь здесь идёт о совсем небольших кредитах, по которым ставка может составлять несколько сотен процентов (400–800) в год.

На данном примере становится понятно, что экономика переполнена классификациями, что рынки непрерывно создают классификации. И не только в вопросе выдачи кредитов физическим и юридическим лицам. Вспомните о рейтингах, присваиваемых агентствами Moody's или Standard & Poor's. Весь маркетинг — это тоже классификации. Товары продаются целевым группам покупателей с использованием определённых технологий. Мне, например, кажется, что являющаяся очень интересной социология маркетинга должна быть сегодня инкорпорирована в экономическую социологию. Рынок не функционирует без маркетинга, то есть без работы над индивидами и просто работы с индивидами. А это и есть работа по упрощению сложности социального мира, то есть классификация.

Итак, значение классификаций для экономсоциологии можно свести к двум основным моментам.

Во-первых, рынки пронизаны классификациями, которые отражают особый способ понимания и упорядочивания мира. Уже сама идея выдавать кредиты в зависимости от рисков, которые исчисляются с учётом прошлого поведения людей, не является тривиальной и возникла в особый момент истории. Она связана с очень специфической политической логикой. Ведь можно вообразить себе мир, где бедные — именно потому, что они бедны, — имели бы доступ к более низким ставкам по кредиту. Данный аргумент имел большую силу в некоторые моменты истории: например, эти идеи вдохновляли кооперативное движение или движение взаимного страхования, другие формы солидарной экономики. Но сегодня эти идеи отринуты, хотя есть попытки их реанимировать в связи с кризисом. Иначе говоря, скоринговая система — это не просто технический инструмент, но также определённая репрезентация общества. Это классификация в моём понимании.

Во-вторых, классификации имеют огромные экономические последствия. Когда у людей есть доступ к разным экономическим ресурсам в зависимости от их поведения в экономической сфере в прошлом, это очень сказывается на социальной стратификации, неравенстве и проч. Но такие новые формы дифференциации выглядят намного более легитимными, чем те, к которым мы привыкли, поскольку они основываются на поведенческих характеристиках (честность, ответственность), а не на простых различиях в доходах. Экономсоциологи не должны обойти вниманием эти изменения. Это ещё один способ для экономической социологии научиться давать ответы на такие ключевые вопросы для социологии в целом, как формирование социальной структуры, неравенство и проч. До сих пор такого рода вопросы не очень беспокоили экономических социологов, особенно в США, поскольку интерес американских исследователей больше сфокусирован на социологии рынков, на теме, которая определяет сегодня лицо экономической социологии. Но что мы видим в нынешние кризисные времена, с каким вопросом мы сталкиваемся лицом к лицу? Оказывается, невозможно говорить о рынках, не обращаясь к проблеме неравенства. Это кажется странным, но мы об этом забыли.

Беседовала Олеся Кирчик
Москва, 28 октября 2012 г.

Литература

- Кирчик О. 2011. Рецензия на книгу: Marion Fourcade. *Economists and Societies: Discipline and Profession in the United States, Britain, and France, 1890s to 1990s*. Princeton: Princeton University Press, 2009. 388 p. ISBN 978-0-6911-1760-7. *Laboratorium: Журнал социальных исследований*. 2: 100–103. URL: <http://soclabo.org/index.php/laboratorium/article/view/257>
- Durkheim É., Mauss M. 1903. De quelques formes de classification. Contribution à l'étude des représentations collectives. *Année Sociologique*. 6: 1–72.
- Fourcade M. 2009. *Economists and Societies: Discipline and Profession in the United States, Britain, and France, 1890s to 1990s*. Princeton: Princeton University Press.
- Fourcade M. 2011. Cents and Sensibility: Economic Valuation and the Nature of «Nature». *American Journal of Sociology*. 116 (6): 1721–1777.
- Fourcade M. 2012. The Vile and the Noble: On the Relation Between Natural and Social Classifications in the French Wine World. *The Sociological Quarterly*. 53: 524–545.

НОВЫЕ ТЕКСТЫ

О. Ю. Гурова

«Выглядеть по-русски»

Российские мигранты в Финляндии: социальные характеристики и потребление одежды



ГУРОВА Ольга Юрьевна — кандидат культурологии, научный сотрудник Университета Хельсинки (Финляндия), научный сотрудник Центра культурных исследований постсоциализма, Казанский (Приволжский) федеральный университет.

Email: olga.gurova@helsinki.fi

В статье рассматривается, каким образом мигранты из России, проживающие в Финляндии, конструируют этническую принадлежность через стили в одежде — «стилевые репертуары». В теоретической части обсуждаются представленные в исследованиях потребления (Consumption Studies) концепции потребления мигрантов. В эмпирической части, опираясь на данные, полученные с помощью 19 лейтмотивных интервью с россиянами, живущими в столичном регионе Финляндии, показано, что воспроизводство стилевых репертуаров связано с социальными характеристиками мигрантов, прежде всего с классом, профессией, гендером и возрастом. Стилевые репертуары могут как воспроизводить стереотипное представление о том, что означает «выглядеть по-русски», так и не воспроизводить его, демонстрируя либо гибридные модели, либо локальные версии стиля. Таким образом, этническая принадлежность, выраженная в потреблении, во многом выстраивается в контексте других социальных измерений.

Ключевые слова: потребление; одежда; мигранты; средний класс; интерсекциональность.

Введение

Идея исследования возникла после просмотра и обсуждения фильмов про русских мигрантов, которые вышли в последнее время в США¹. Речь идёт о сериале «The Russian Dolls» («Матрёшки»), появившемся на экранах телевизоров в 2011 г. на телеканале Lifetime, и о сериале «Svetlana» («Светлана»), показанном на кабельном канале HDNet в 2010 г. С одной стороны, благодаря этим фильмам американская и вместе с ней транснациональная культура потребления обогатилась репрезентациями россиян, а именно мигрантов из стран бывшего Советского Союза. С другой стороны, мигранты из России и бывшего СССР были представлены в них стереотипным образом. Репрезентации стилового репертуара редко выходили за пределы кричащего стиля, обильного макияжа (в том числе в дневное время), коротких платьев из ярких и блестящих материалов, избытка украшений и обязательных высоких каблуков.

¹ Благодарю социолога Анну Печурину из Университета Тиссайда, Великобритания (University of Teesside, UK), за обсуждение идеи и основных положений статьи. Также благодарю Ольгу Ткач из Центра независимых социальных исследований, Наталью Толстикovu из Школы бизнеса Стокгольмского университета и Анну Толкачёву из Центра культурных исследований постсоциализма Казанского (Приволжского) федерального университета за помощь в работе над текстом.

Описанные репрезентации не охватывают разнообразия стилевых репертуаров мигрантов. Социологи отмечают, что в контексте культурной глобализации (вос)производство этнической принадлежности через потребление осуществляется под влиянием множества различных социальных характеристик — например, класса, гендера и возраста. Такой подход предполагает, что мигранты рассматриваются не как целостная группа русских, а как группа, состоящая из разнообразных подгрупп. Иными словами, этнические границы во многом выстраиваются в контексте других социальных измерений. Этот аргумент нашёл подтверждение в различных контекстах. Например, Клэр Дуайер в исследовании о том, как происходит конструирование идентичности посредством одежды у проживающих в Великобритании мусульманок, утверждает, что выбор стилового репертуара является результатом совместного действия (*intersection*) различных факторов, среди которых — этническое происхождение, класс, установки семьи и родителей, религиозные верования, политическая позиция и личностные факторы [Dwyer 1999: 6].

Исходя из этого, в нашей статье обсуждается вопрос о том, каким образом мигранты из России, проживающие в Финляндии, используют различные стилевые репертуары для конструирования этничности, и каким образом другие социальные факторы (такие, как класс, профессия, гендер и возраст) участвуют в формировании и выборе этих стилевых репертуаров.

В первой части статьи рассматриваются подходы к изучению потребления мигрантов. Во второй представлены методы и данные исследования. Третья часть посвящена анализу эмпирических данных.

Подходы к исследованию потребления мигрантов

Развитие исследований потребления мигрантов можно разделить на три больших этапа. Первый этап, как правило, связывается с 1980-ми годами, когда было сформировано направление, сфокусированное на исследовании аккультурации потребителей (*consumer acculturation research*). К этому направлению относятся работы Мэлани Валлендорф и Майкла Райли [Wallendorf, Reilly 1983], Джоэла Сэйгерта, Роберта Дж. Хувера и Мэрай Т. Хилгер [Saegert, Hoover, Hilger 1985] и Рохита Дешпандэ, Вэйна Д. Хойера и Навина Донту [Deshpande, Hoyer, Donthu 1986]. В исследованиях доминировал так называемый ассимиляционный подход, который сосредоточивался на изучении влияния степени этнической идентификации с «принимающей» (*host*) культурой на потребительское поведение мигранта: исследовались «степени аккультурации» (*degrees of acculturation*) (см., например: [Wallendorf, Reilly 1983; Askegaard, Arnould, Kjeldgaard 2005: 160]). Основные понятия этого подхода — ассимиляция и аккультурация. Под ассимиляцией понималась степень, в которой субкультура или группа индивидов достигала сходства с доминирующей культурой страны в течение определённого промежутка времени [Berry 1997]; под аккультурацией (*consumer acculturation*) — общий процесс движения по направлению к адаптации к культуре потребления страны индивидом из другой страны [Berry 1997]; (см. также [Peñaloza 1994: 33–34]).

Одним из основных методологических приёмов в исследовании потребления мигрантов является построение типологий, отражающих процесс аккультурации и степень ассимиляции мигрантов. Так, исследователи выделяют четыре основные стратегии аккультурации — ассимиляцию, интеграцию, сегрегацию или маргинализацию. Эти стратегии вычленились в зависимости от принятия ценностей и практик культуры происхождения и принимающей культуры. Ассимиляция предполагает, что индивид усваивает образцы принимающей культуры, не прикладывая усилий по сохранению идентичности, связанной с культурой происхождения. Некоторые мигранты поддерживают связи с культурой происхождения и усваивают ценности и практики принимающей культуры — это стратегия интеграции. Другие используют стратегию сегрегации, сохраняя ценности культуры происхождения без усвоения локальных практик. Маргинализация предполагает, что индивид не имеет возможности или интереса к поддержанию идентичности, связанной с культурой происхождения, и не проявляет стремления к контакту с принимающей культурой, например, по причине дискриминации [Berry 1997; Luedicke 2011: 223].

Ассимиляционный подход критиковался за то, что он предполагает линейное развитие [Korpinina 2005: 181]. Кроме того, описанные стратегии не исчерпывают всего их разнообразия, и можно выделить другие модели, такие, например, как «чрезмерная ассимиляция» (“*over-assimilation*”) и «гиперидентификация» [Luedicke 2011: 226]. Типология является инструментом, который часто используется и пересматривается в эмпирических исследованиях потребления мигрантов.

Эмпирические исследования последних 20 лет вышли за пределы ассимиляционной модели [Chung, Fischer 2001]. В 1990-е гг. активно развивался постассимиляционный подход (*post-assimilationist model*), в рамках которого критиковалась линейность предшествующей модели и утверждалось, что процесс аккультурации не обязательно приводит к ассимиляции [Peñaloza 1994; Ger, Østergaard 1998; Oswald 1999; Askegaard, Arnould, Kjeldgaard 2005; Luedicke 2011]. Представителями этого подхода являются Лиза Пеньялоза [Peñaloza 1994] и Лаура Р. Освалд [Oswald 1999], подход также переосмысливался Сореном Аскегором, Эриком Дж. Арноулом и Дэнни Келгором [Askegaard, Arnould, Kjeldgaard 2005]. Эти теоретики внесли заметный вклад в исследование потребления мигрантов. Постассимиляционный подход предполагает, что результат аккультурации зависит от множества характеристик мигрантов, их экономического, социального и культурного капитала [Luedicke 2011: 224]. В рамках этого подхода совокупность показателей — демографические переменные (возраст, гендер, класс) наряду с такими переменными, как знание языка, время проживания на новой территории и особенности среды проживания — также может выступать в качестве значимых характеристик аккультурации и ассимиляции [Peñaloza 1994].

Типология, которая была предложена в рамках постассимиляционной модели [Peñaloza 1994], включает следующие стратегии: ассимиляция, поддержание (*maintenance*), сопротивление (*resistance*) и сегрегация. В отличие от описанных ранее стратегий, по сравнению с пассивной маргинализацией, стратегия сопротивления предполагает активное участие индивида в выборе тех или иных практик. Ещё один набор стратегий был предложен Аскегором, Арноулом и Келгором [Askegaard, Arnould, Kjeldgaard 2005]. Они говорили об ассимиляции, интеграции, отказе (*rejection*) и декультурации. Отказ подразумевает отклонение ценностей и норм принимающей культуры с целью защиты этнической идентичности, связанной с культурой происхождения. Стратегия декультурации предполагает отказ от ценностей и норм обеих культур и представляет собой ситуацию аномии [Askegaard, Arnould, Kjeldgaard 2005].

Основное методологическое отличие данных типологий от типологии ассимиляционного подхода состоит в том, что результаты процесса аккультурации в более поздних работах не являются фиксированными, а сам процесс не рассматривается как линейный. Так, например, мигранты из Гренландии, проживающие в Дании, как обнаружили исследователи, могут использовать различные стратегии. Этот вывод перекликается с заключением, к которому пришла Освалд, исследовавшая мигрантов из Гаити в США и описавшая стратегию ситуативного обмена (*swap*) идентичностями, которая иллюстрировала факт гибкости мигрантов [Oswald 1999]. Идея обмена тем не менее подвергалась активной критике в исследованиях начала 2000-х гг.

В последнее десятилетие ассимиляционная и аккультурационная модели все чаще дополняются исследованиями, использующими идеи транснационального подхода. Следует отметить, что категории транснационального подхода не так широко распространены в исследованиях потребления, но популярны в рамках исследований этничности и миграций. Суть этого подхода заключается в том, что миграция описывается в контексте не только процессов, происходящих в отдельных государствах, но и процессов, протекающих вне их границ. Так, если в рамках постассимиляционного подхода исследователи обсуждали два контекстуальных фактора, которые влияют на потребительское поведение, — культуру происхождения (*home culture*) и принимающую культуру (*host culture*) [Peñaloza 1994], то в транснациональном подходе рассматривается ещё один фактор — транснациональная потреби-

тельская культура (*transnational consumer culture*) [Crang, Dwyer, Jackson 2003; Askegaard, Arnould, Kjeldgaard 2005; Vihalemm, Keller 2011]. Под транснациональной потребительской культурой понимается совокупность объектов, практик и ресурсов, которые при помощи рыночных сил и глобальных медиа получили распространение в глобальном контексте. Анализ транснациональной потребительской культуры, посредством которой распространяются образцы потребления, существующие вне границ отдельных стран, свидетельствует о переходе к третьему этапу в развитии исследований потребления мигрантов — к транснациональному подходу.

В рамках этого подхода исследователи говорят о принадлежности (*belonging*), формах принадлежности (*ways of belonging*) и формах существования (*ways of being*) [Glick Schiller 2013: 25]. Анализ форм принадлежности предполагает исследование практик, которые делают видимыми идентификацию индивида. Эти практики имеют своим условием то, что действия индивида маркируют его сознательно выраженную принадлежность к определённой группе. Так, ношение христианского креста или иудейской звезды Давида либо выбор определённой еды могут быть примерами таких практик [Levitt, Glick Schiller 2004: 1010]. Большинство мигрантов говорят о принадлежности к месту, профессии, гендеру, поколению, классу; многие имеют более чем одну этническую, расовую, религиозную и национальную принадлежности [Glick Schiller 2013: 27]. Формы существования, в свою очередь, охватывают практики и социальные отношения, в которые вовлечён индивид, и напрямую не связаны с идентичностями. Например, человек может выбрать блюдо кухни определённой страны, носить религиозные символы, но это не всегда означает выражение принадлежности к соответствующей этнической или религиозной группе.

Последний подход уделяет большее внимание нюансам, то есть взаимному пересечению этничности с другими социальными категориями, поскольку этничность не мыслится вне зависимости от них [Christensen, Jensen 2011: 148]. Для объяснения взаимных пересечений в социальных науках используется идея интерсекциональности (*intersectionality*), суть которой состоит в том, что социальные характеристики, которые представляют собой позиции субъекта в социальной структуре и являются основой для формирования идентичностей (такие как гендер, возраст, этничность, сексуальность), часто находятся во взаимодействии друг с другом, и положение в одной ячейке социальной структуры может определять положение в другой её ячейке [Lundstrøm 2009; Choo, Ferree 2010; Kaiser 2012; Purkayastha 2012].

Если в 1990-е гг. доминировала точка зрения, что «в потребительской культуре этничность может быть куплена, продана и надета, как просторное платье» [Oswald 1999: 304], в современной социальной теории точки зрения на этот счёт противоречивы. С одной стороны, признаётся, что миграционные потоки способствуют тому, что идентичности гибки, мобильны и недолговечны [Christensen, Jensen 2011: 147]. С другой стороны, конструирование идентичности не всегда является добровольным процессом и результатом личного выбора [Luedicke 2011: 231]. Идентичности укоренены в институциональные и организационные рамки и культурные дискурсы, над которыми индивиды не имеют значительного контроля, поэтому исследователи предпочитают заменять категорию «идентичность» категориями «субъективность» (*subjectivity*), подчёркивающей структурную укоренённость позиций, доступных индивидам [Kaiser 2012: 28].

Если говорить о потреблении одежды и этничности, можно упомянуть ряд исследований, релевантных для данной работы. Так, этой темой занимались маркетологи. Например, Майкл Соломон и Нэнси Рэболт (Nancy Rabolt) рассматривают сегментацию рынка одежды по этническому признаку в США, выделяя устойчивые группы потребителей, характерные для данного общества, такие как афроамериканцы, американцы азиатского и испанского происхождения. С точки зрения маркетологов, представители обозначенных сегментов имеют определённые паттерны в потреблении. Например, амери-

канцы испанского происхождения, имеющие сильную этническую идентичность, обычно выбирают ритейлеров и бренды из страны своего происхождения и, как правило, остаются лояльны им [Solomon, Rabolt 2008: 227].

Среди других исследований — работы Гулиз Гер и Пэра Эстергора, а также Трийн Вихалемм и Маргит Келлер [Ger, Østergaard 1998; Vihalemm, Keller 2011]. В работе Гер и Эстергора паттерны потребления, связанные с одеждой и внешностью, рассматриваются как средства выражения этнической идентичности у мигрантов из Турции, проживающих в Дании. Исследователи уделяют внимание кодам и значениям вещей и приходят к выводу, что они соответствуют этнической идентичности. Несмотря на то, чувствуют ли индивиды себя в большей или в меньшей мере «датчанами» или «турками», связанные с одеждой коды могут их выдать. Вихалемм и Келлер изучали этническую принадлежность (*ethnic belonging*) и потребительские репертуары (*consumerist repertoires*) молодых эстонцев и русских, проживающих в Эстонии. Исследователи уделяют особое внимание транснациональной потребительской культуре как агенту аккультурации. Транснациональная потребительская культура оказывает влияние на молодёжное потребление и может быть трансформирована в контексте локальных социальных и культурно-исторических особенностей в модели глобального потребления как русских, так и эстонцев.

Таким образом, потребление мигрантов представляет собой исследовательскую область, которая активно формировалась в 1980-е гг. в рамках ассимиляционного подхода, в 1990-е гг. продолжала развиваться в рамках постассимиляционного подхода и в настоящее время переживает переосмысление в рамках транснационального подхода. В данном исследовании с опорой на идею интерсекциональности и на метод построения типологии будет проанализирован стилевой репертуар мигрантов из России, проживающих в Финляндии.

Метод и данные исследования

Статья написана на данных, собранных для проекта², посвящённого потреблению среднего класса в современной России. Изначально в фокусе проекта находились принадлежащие к среднему классу россияне, проживающие в России, но, поскольку работа над проектом велась на факультете социальных наук в Университете Хельсинки в Финляндии, интерес сместился к живущим в этой стране российским мигрантам. Исследование нацелено на изучение потребления одежды, и точка зрения проживающих вне страны происхождения мигрантов из России делает видимыми особенности стилевого репертуара россиян благодаря возможности его сравнения со стилем местных жителей (финнов). Антрополог Хелен Копнина отмечала, что «хотя внешние указатели служат для того, чтобы сигнализировать отличия членам принимающего общества, кажется, что русские не придают им особого значения» [Kopnina 2005: 195–196]. Однако наши интервью показали, что тема особенностей стиля русских по сравнению со стилями финнов нередко поднимается в обыденных разговорах, и информанты охотно высказываются на эту тему в интервью.

Были проведены 19 лейтмотивных интервью (данные об информантах см. в таблице П1). Информантами стали мигранты из России в Финляндию, имеющие высшее образование, в возрасте 24–55 лет, преимущественно женщины, проживающие в этой стране на протяжении 2–30 лет; большинство из информантов провели в Финляндии около 10 лет. Информанты были найдены методом «снежного кома»³. Продолжительность каждого интервью в среднем составляла около одного часа, интервью

² Проект «Потребительская революция в современной России», поддержан Академией Финляндии, исполнитель — Ольга Гурова, время исполнения проекта — 2011–2016 гг.

³ Помощь в поиске информантов и проведении интервью оказывали ассистент проекта Ирина Кантонистова, приехавшая в Финляндию из России более 17 лет назад и включённая в различные сети и круги общения, и студентка факультета социальных наук Университета Хельсинки Дарья Морозова.

были транскрибированы и проанализированы. Несмотря на то что взаимное сравнение не входило в задачи исследования, были взяты четыре интервью с этническими финнами, для того, чтобы оценить взаимное восприятие стилевых репертуаров мигрантов и местных жителей.

В целом данное исследование выполняется в рамках подхода, названного «ориентированная на мигрантов односторонняя этнография» (*migrant-centered and single-sided ethnography*). Этот подход критиковался за его ограничения, поскольку, во-первых, в фокусе находится повседневность мигрантов и выпадают дискурсы или институты, в которые они включены; во-вторых, точка зрения принимающей культуры в рамках такого подхода также практически не учитывается [Askegaard, Özçaglar-Toulouse 2011]. Эти ограничения говорят о том, что есть необходимость продолжать исследования по данной тематике.

В качестве места исследования был выбран столичный регион Финляндии. По данным Статистического бюро Финляндии (Tilastokeskus), в конце 2008 г. в Финляндии проживали 48 740 русскоговорящих мигрантов, 26 909 из которых были гражданами России, остальные — гражданами стран бывшего СССР. Миграционный поток в страну из России возрос в начале 1990-х гг., с распадом Советского Союза. Наиболее типичными причинами миграции из России в Финляндию является супружеская миграция (преимущественно российские женщины выходят замуж за финских мужчин), возвращение представителей субэтнической группы финнов — ингерманландцев (*inkeri*) — на свою историческую родину; среди других причин можно назвать занятость и воссоединение семьи⁴.

«Выглядеть по-русски»: особенности стилевого репертуара

Прежде чем обратиться к исследованию различий в стилевых репертуарах мигрантов, ответим на вопрос о том, что означает «выглядеть по-русски», определив материальные объекты, практики и стратегии конструирования этничности посредством потребления. Такой подход, во-первых, предполагает, что исследователь смотрит на мигрантов через «этнические линзы», тогда как в обыденной жизни мигранты включены во множество социальных структур, и, во-вторых, является примером «методологического национализма» — методологии, опирающейся на тезис о том, что представители одной страны имеют общие ценности, нормы, традиции, идентичности и т. д. [Glick Schiller 2013: 28]. Однако различия стилевых репертуаров внутри этнической группы также будут обсуждаться в статье далее.

На вопрос о том, существует ли стилевой репертуар, характерный для русских, антрополог Хелен Копнина, изучавшая русскую диаспору в Амстердаме и Лондоне, полагает, что «отличительные культурные особенности русских в одежде или поведении не являются немедленно заметными», и добавляет: «Возможно, в случае с русскими, этничность и её выражение на самом деле связаны, скорее, с поведением, выражением лица и языком тела, а не с чем-то более осязаемым», — например, с одеждой [Kopnina 2005: 86, 197]. Информанты в данном исследовании утверждали, что идентифицируют других русских по строению лица, взгляду или одежде. При этом взгляд, отмечали они, одна из самых заметных особенностей: соотечественники «сверлят тебя как буравчиком» или смотрят оценивающе, в отличие от финнов, которые, как правило, «скользят взглядом, как бы никого не замечая» [Kopnina 2005: 12].

Особенности «русского» стилевого репертуара выражаются в концепциях и практиках, связанных с одеждой. Интересно, что практика «выглядеть по-русски» практически никогда не связывается в интервью с национальным костюмом. Исключением могут являться такие элементы гардероба, как павловопосадские платки и шали — по словам одного из информантов, «уникальные и экзотичные здесь, в Финляндии». Эти объекты выступают, скорее, в качестве сувенира, нежели как аутентичный предмет.

⁴ См. URL: http://www.stat.fi/artikkelit/2009/art_2009-09-08_005.html и URL: http://www.stat.fi/tup/suoluk/suoluk_vaesto.html#ulkomaidenkansalaiset

Одна из концепций, отражающих этническую принадлежность, связана с дихотомией «коллективизм — индивидуализм». Если русские имеют существенный опыт жизни в коллективистской культуре, для финнов, наоборот, привычный уклад жизни связан с индивидуализмом [Tienari et al. 2009]. Коллективизм, выраженный в практиках шопинга, интересно описывается в следующем фрагменте из интервью:

В магазине очень легко отличить русских женщин, потому что, во-первых, они более внимательны к окружающим: если они стоят перед полкой, к которой стараются подойти другие покупатели, они всегда отойдут; финки никогда не отойдут. Дело в том, что у русских людей (и у женщин, и у мужчин) более развито чувство общества, то есть они знают, что значит жить в переполненном социуме, поэтому их поведение очень отличается. То есть даже не внешний вид, это именно поведение. Они более внимательны, они более стройно выстраиваются в очередь, например. То есть, как сказать, это очень чёткое отличие, которое очень сложно вербализовать, но они всегда чувствуют окружающих людей вокруг себя. У финнов очень часто такое отсутствует, но это связано с тем, что из всех моих знакомых финнов никто не родился в Хельсинки, все родились в маленьких городах, в маленьких деревнях, где очень мало народу и очень много места, поэтому, когда они приезжают в Хельсинки, для них понятие того, что на расстоянии метра от них может быть ещё пять человек, они этого просто не понимают и соответственно себя ведут (информант № 6).

В случае с одеждой дихотомия «коллективизм — индивидуализм» трансформируется в дихотомию «одеваться для себя — одеваться для других». Русские одеваются «для других», они «встречают по одежке» и готовы быть оценёнными другими по внешним признакам; одежда является предметом обсуждения, и по ней часто судят о личностных характеристиках человека. «Финский» стилевой репертуар предполагает, что индивид одевается прежде всего «для себя», «как он (она) хочет», обсуждение одежды не принято, поскольку это личное дело каждого:

В Финляндии на одежду, в принципе, обращают меньше внимания. Она не является культом: человек одевается, как он того хочет. И никто не будет его осуждать и обсуждать, смеяться над ним (информант № 6).

Находясь в ситуации (возможного) оценивания, русские должны демонстрировать свою «публичную личность» в большинстве повседневных ситуаций, находясь дома, на работе, в магазине или в театре. С демонстрацией «публичной личности» связано множество анекдотов, суть которых сводится к тому, что русские женщины даже мусор выносить выходят «при полном параде». Эти анекдоты, безусловно, основанные на стереотипах, находят подтверждение в повседневной реальности. Так, информантка замечает:

Да вот, например, дама, которую мы встретили на лестнице сейчас, когда поднимались к нам в квартиру: она абсолютно русская, потому что только русская женщина в полном мажорском и с укладкой может мыть лестницу (информант № 6).

«Коллективизм — индивидуализм», стремление одеваться для себя или для других имеют продолжение в особенностях стилевого репертуара и в предпочтении символических характеристик над утилитарными, красоты над комфортом: «Для финских женщин важнее комфорт, а для русских девушек важнее, как себя подать» (информант № 5).

В интервью русских и финнов можно зафиксировать амбивалентное отношение к стилевым репертуарам друг друга. С одной стороны, наиболее часто встречающиеся характеристики «финского» сти-

ля — «удобный», «практичный» и «утилитарный». С другой стороны, эти характеристики могут иметь негативную окраску, а стиль будет характеризоваться как «скучный», «небрежный» и «неаккуратный», «как будто они совсем не заботятся о своей внешности». В противовес этому стилевой репертуар русских описывается как «праздничный», «яркий», «гламурный» и «демонстративный», а также, если говорить о характеристиках с негативной окраской, как «скованный», «претенциозный», «вульгарный» и «кричащий» (подробнее характеристики стилевых репертуаров см. в таблице П2). Несмотря на заметные различия, в интервью можно увидеть не только взаимную критику, но и взаимный интерес: русские, попадая в Финляндию, расслабляются и понимают, что «можно не тратить 45 минут на макияж», а финки, попадая в коллектив, где работают русские, «начинают немножко менять свой стиль одежды» в сторону более женственного. Кроме того, повседневный стиль русских напоминает финнам собственный праздничный стиль (меха, ткани с блеском, украшения), тогда как стиль финнов напоминает русским их стиль «для дома и отдыха».

Ещё одна особенность стилевого репертуара русских, описанная в интервью мигрантов, — внимательное отношение к деталям и их сочетанию:

Когда русские одеваются, они больше внимания уделяют маленьким деталям гардероба (информант № 3).

Женщины могут быть одеты стильно, очень хорошо, более красиво, более стильно, и видно, что вот женщины не просто одеты ярко и кричаще... например, у них скомбинировано всё, подобрано всё... Ну, не у всех, конечно, но у очень многих (информант № 13).

Одна из информанток описывает собственное отношение к мелким деталям, которые украшают одежду:

Если какая-нибудь куртка, то приталенная, например; ...не просто чтобы прямая — балахон надел и пошёл. А всё-таки как-то так... симпатично... Может быть, там какие-то детали если есть небольшие, где-то вышивка. Не знаю... Вот у меня джинсы были, там внизу вышиты цветочки, мне очень нравились. Одно время я в них ходила. Всё-таки детали... Красоты хочется (информант № 8).

Такое отношение к деталям и к их комбинированию можно объяснить с точки зрения опыта советского прошлого: это «следствие бедных лет, когда продуманность одежды компенсировала её качество и однообразие» (информант № 13). Поскольку вещи могли служить на протяжении долгого времени, существовала необходимость в мелких деталях для того, чтобы «освежить» наряд. Выглядеть по-новому также помогали различные комбинации одних и тех же вещей, отсюда умение и стремление комбинировать.

Внимательное отношение к деталям распространяется на выбор цвета одежды. Цвета и представления о том, как их можно комбинировать, нагружены культурными кодами. Интересно, что в интервью информанты из обеих групп — русские и финны — говорили, что представители другой группы используют «несочетаемые» между собой цвета, и именно по сочетаниям цветов можно безошибочно определить представителя другой культуры. Подобное наблюдение описывали Гер и Эстергор [Ger, Østergaard 1998] в исследовании мигрантов из Турции, живущих в Дании. Они установили, что большинство информантов считают, что датчане не могут отличить их от турок по одежде, особенно по повседневным вещам, потому что они покупаются в датских магазинах. Но цвета и их сочетания были прочитаны датчанами как «другие». В целом мигранты из России отмечают, что, например, люди пожилого возраста в Финляндии одеваются ярче по сравнению с мигрантами-россиянами такого же воз-

раста. Информанты-финны, в свою очередь, говорили, что русские чаще используют цвета и принты, которые не очень популярны среди финнов (например, леопардовый принт). Про особенности национального вкуса в отношении цветов говорили финские дизайнеры, работающие на международном рынке: у русских покупателей востребованы бросающиеся в глаза цвета — металлик, золотая отделка, тогда как европейцы предпочитают спокойные и сдержанные оттенки [Timonen 2012: 57].

Наиболее сложная и проблематичная часть стилевого репертуара — *контекстуальные правила использования вещей* [Ger, Østergaard 1998; Dwyer 1999]. Нормы, связанные с использованием одежды, специфичны по отношению к контексту, и мигранты часто не обладают нужной степенью грамотности, которая позволяла бы им правильно прочитывать дресс-коды и скрытые правила. В интервью мигранты из России уделяли внимание практикам, которые они «не понимают», другими словами, они не могут расшифровать концепции и смыслы, за практиками стоящие: как можно надевать нарядное платье со спортивной обувью? как можно носить кроссовки или кеды в – 20° С? как можно в мороз ходить без шапки? как можно носить дырявые вещи и иметь облупленный лак на ногтях? как можно ходить в офисе в одних носках и без туфель? почему женщины в возрасте носят по-молодёжному яркие вещи? Эти вопросы, проблематизирующие определённые практики, позволяют увидеть и осознать правила использования вещей в стране, из которой мигранты приехали.

Один из существенных моментов, затрагиваемых в интервью, — трансформация во времени стилевого репертуара русских. Речь, как правило, идёт не только о мигрантах, но и о русских в финляндском контексте в целом; например, о туристах или временно работающих на территории страны. Информанты отмечают заметные изменения, произошедшие в стилевом репертуаре за последние 20 лет: «(В 1990-е годы. — О. Г.) мы были, как из инкубатора: чёрные куртки, туфли на платформах и большие вязаные шапки» (информант № 4). В настоящее время вкусы изменились, и различия стали менее заметными.

Изменение вкусов произошло благодаря открытию границ, туризму и знакомству с другими культурами или, в случае с мигрантами, вследствие погружения в контекст принимающей культуры, желания ассимилироваться и т. д. Развитие глобальных медиа и рынка одежды в России в постсоветские годы также не могло не повлиять на стилевой репертуар. Как следствие, информанты отмечали, что различные чрезмерные проявления стиля были характерны, скорее, для 1990-х гг. и не всегда актуальны в современной повседневной жизни. Они сходились во мнении, что российский средний класс сегодня не так значительно отличается от европейского среднего класса.

Кроме того, интервью показали ещё одно наблюдение. С одной стороны, русские уделяют внимание одежде и используют её для оценки других. Они осознают и озвучивают связанные с одеждой стереотипы. С другой — не всегда согласны с тем, что стереотипы, приписываемые русским, автоматически перекладываются на всю этническую группу в целом. Как отметила информантка, «русские все разные, как и финны» (информант № 5).

Различия в стилевых репертуарах

Данный раздел посвящен дифференциации стилевых репертуаров мигрантов и тому, как через них может выражаться принадлежность к родной и (или) принимающей либо к транснациональной потребительской культуре. Взяв этот критерий за основу и опираясь на данные интервью, автор выделил четыре стилевых репертуара, названные «русский гиперстиль», «стиль глобальногономада», «гибридный стиль» и «стиль “новых местных”».

Русский гиперстиль

Идея названия позаимствована из статьи Аскегора, Арноула и Келгора, которые описывают феномен «гренландской гиперкультуры», сформировавшейся в среде гренландцев, живущих в Дании [Askegaard, Arnould, Kjeldgaard 2005]. Эти гренландцы идеализируют культуру страны происхождения в иммигрантской среде и через потребление национальной еды и одежды выражают принадлежность к культуре происхождения более ярко, чем гренландцы, проживающие в родной стране. Мигранты производят «своего рода гиперкультуру, в которой разрекламированные коммерческие элементы потребляются как атрибуты аутентичной культуры» [Askegaard, Arnould, Kjeldgaard 2005: 166]. Иными словами, потребление продуктов культуры страны происхождения для них — осознанный жест и одна из форм демонстрации этнической принадлежности, а не непроблематизированная повседневность.

Русские, живущие в Финляндии, выражают свою принадлежность к культуре через следование русским традициям, а также коллекционируя объекты русской культуры (такие, как матрёшки, иконы), готовя блюда русской кухни и т. п. (см.: [Pechurina 2011]). Такого стиля придерживается Ирина (информант № 15), прожившая в Финляндии 30 лет. Она называет свою семью «финской»: муж Ирины — финн, уже взрослые дети родились, выросли и проживают в Финляндии. Ирина редко бывает в России, но говорит, что чувствует себя русской, потому что всегда соблюдает все русские традиции. В одежде она придерживается «классического стиля», который сформировался, когда она ещё жила в Санкт-Петербурге. Однако финские традиции Ирина, по её признанию, также переняла, и её обыденная повседневность — повседневность финской культуры. Русская высокая культура — театры, музеи — или бытовая культура служат мигрантам, покинувшим страну происхождения много лет назад и редко туда возвращающимся, ресурсом выражения и актуализации этнической принадлежности.

Стиль глобальногономада

Стилевой репертуар глобальногономада, глобальногономадического потребителя (*global nomadic consumer*) связан с влиянием различных культур и (или) транснациональной потребительской культуры на практики потребления, что затрудняет считывание этничности [Dwyer 1999: 21]. Такой индивид легко вписывается в локальные культуры, но не ставит целью демонстрировать принадлежность к какой-то одной из них, отдавая предпочтение продолжительному нахождению в состоянии горизонтальной мобильности и отстранённости от конкретного географического положения [Joy, Li 2012: 147]. Для него транснационализм — модель сознания [Vertovec 1999]. Результатом описанного состояния является гибкость и текучесть стиля жизни [Bardhi, Eckhardt, Arnould 2012]. Если говорить о среднем классе, глобальныеномады обычно представляют собой высокообразованных профессионалов, конструирующих принадлежность к космополитам в нарративах о путешествиях и местах проживания, в идеях о номадической мобильности и адаптируемости к различным культурам [Luedicke 2011: 239]. Свой стилиевой репертуар они обычно описывают как «интернациональный» или «космополитичный».

Среди информантов в данном исследовании к «глобальнымномадам» можно отнести Светлану, родившуюся, выросшую и окончившую университет в России, много лет проживающую за её пределами — сначала в Австралии, затем в Финляндии. Светлана считает себя космополитом, отмечая, что люди видят в ней иностранку, не русскую. Светлана работает в Nokia, транснациональной компании, сотрудники которой собраны из самых разных стран. Светлана отмечает, что для работы в такой компании нужно быть «*international*» (она говорит по-английски) — «интернациональным» человеком, то есть «*национальность явно как бы на втором месте стоит уже, а на первое место выходит то, чтобы человек был таким — international*» (информант № 13).

Космополитичность, выраженную в стилевом репертуаре, Светлана связывает с «очень хорошим международным бизнес-стилем», который она описывает следующим образом:

У меня очень деловой стиль. У меня совершенный, абсолютно отдрессированный дресс-код. Это либо высокие сапоги, туфли на каблучках, чёрные колготки и различные бизнес-костюмы и, соответственно, то, что называется business make-up. Сумки, кожаные сумки, туфли и, вот, пожалуй, минимум украшений (информант № 13).

Свой «второй», повседневный, стиль она описывает как «*smart casual*», то есть льняные вещи летом, классический стиль зимой, подчёркивая его интернациональный характер. Сложившиеся стилевые репертуары Светлана практически не меняет при переездах, потому что они мало привязаны к локальным контекстам. Исключение составляют погодные особенности: если в Австралии не требовалась зимняя одежда, в Финляндии появилась необходимость её купить. В случае Светланы одежда не является ресурсом для выражения этнической принадлежности, а, наоборот, подчёркивает её принадлежность к глобальнымномадам.

Гибридный стиль

Одежда является наиболее подходящим способом для выражения идентичности. Она доступна по цене, её видно, она не связана с необходимостью преодоления языкового барьера и может быть легко использована с целью встраивания в новые контексты [Peñaloza 1994: 49]. Исследователи говорят про «гибридизацию», которая предполагает отрицание выраженных дихотомий «родной» и «принимающей» культур, и про стили, представляющие собой смешение стилевых репертуаров [Dwyer 1999: 14].

Такой стилевой репертуар описывается в интервью Юлии (информант № 5). Она отмечает, что приехала в Финляндию, будучи уже взрослой, и поэтому, «*конечно, чувствует себя русской*», потому что «*ассимилироваться в Финляндии очень сложно*». Но позаимствовать стиль, доминирующий в Финляндии, считает Юлия, довольно легко. Описывая свой стилевой репертуар, она отмечает, что одевается теперь «*не как русская девушка*», то есть не так, как она одевалась раньше, но и не совсем так, как оделась бы финка. Изменения в её стилевом репертуаре связаны не только с переездом в другую страну, но и с рядом других факторов, среди которых — возраст и материнство:

Ну, на работу я, наверное, больше надеваю платья и юбки. Иногда, если это зима и холодно, могу надевать более строгие тёплые брюки. Если гололёд на улице, я, скорее всего, каблук уже не надену, хотя 10 лет назад это для меня не было проблемой. Сейчас я больше к комфортной одежде склонна. Джинсы могу надеть. Когда я гуляю с ребёнком или просто с друзьями, то для меня это такой комфортный стиль скорее, но не небрежность... Раньше, мне кажется, элегантность для меня была превыше всего и женственность. Сейчас для меня во многих ситуациях важнее, наверное, комфорт. ...Но, опять же, я не отрицаю всё то, что я раньше использовала (информант № 5).

Одну из практик, имеющих отношение к гибридизации, исследователи называют обменом культурами (*culture swap*). Суть её состоит в том, что потребитель заимствует культурные атрибуты других групп, в том числе одежду [Oswald 1999: 303]. Некоторые информанты делают это осознанно, как, например, Жанна:

Ну, вот, когда совсем там обычный день, у меня там бывает, что больше уже финский стиль, чем русский, когда вот обыкновенно одеваешься, просто джинсы, футболку — и пошёл. Но иногда тоже наденешь платьице, юбочку — так уже и русская. Что-то меняется теперь как бы, нет такого, что каждый день одинаково одеваешься, то на тот манер, то на другой манер, обычно — так (информант № 8).

Такая ситуация происходит не только в контексте принимающей культуры, но и когда мигранты меняют контекст — например, едут в страну происхождения, отмечая в интервью, что в этом случае им нужно «выглядеть по-русски». Тем не менее гибридность состоит в том, что влияние финского контекста будет прочитываться в «домашней» культуре. Как отметил Роман, когда он возвращается домой, родители говорят, что он «выглядит по-европейски» (информант № 2).

Стиль «новых местных»

Иногда мигранты подчёркивают, что российская мода не представляет для них интереса, и предпочитают одеваться в соответствии с модой и традициями принимающей культуры. Они могут делать это, ненамеренно и целенаправленно маскируя свою этническую принадлежность. В одном из случаев информантка отметила, что не хочет «выделяться из толпы», чтобы кто-то мог показать на неё пальцем: мол, «она — русская», и не хочет одеждой демонстрировать этническую принадлежность. Другая информантка, Зинаида (информант № 10), объяснила, как изменился её стиль с момента прибытия в Финляндию. Выдержка из интервью с ней описывает отказ от прежнего стиля, а новый стиль она воспринимает как «освобождение». В её случае смена стиля связана не только с переездом в Финляндию, но и, как следствие, с изменением профессии и образа жизни:

Когда я жила в Петербурге, я работала в офисах... Как таковых дресс-кодов не было, но нужно было выглядеть хорошо. У меня было очень много всяких костюмов деловых, брючных, юбочных, блузки, туфли на каблуках, вся обувь на каблуках, без каблуков у меня не было вообще ничего. Вот... Я одевалась в костюмы, носила украшения (это колечки, цепочки всякие), я пользовалась духами, мне приходилось покупать дорогие духи и пользоваться косметикой. Честно говоря, я это всё ненавижу. Я ненавижу этот стиль одежды, в котором я вынуждена была ходить много-много лет своей жизни. Я приехала сюда, я здесь от этого отдыхаю. Я вздохнула свободно. Я знаю, что я могу одеться как попало, и никто на меня не тыкнет пальцем и косо не посмотрит. Потому что все вокруг одеваются также. Мне это очень нравится... Я могу надеть костюм, в конце концов, если мне больше надеть нечего, и на ноги обуть кеды, и никто не покрутит пальцем у виска и не скажет: «Вот сумасшедшая, вырядилась...» (информант № 10).

Одна из информанток, Яна (информант № 6), отмечает, что многие из её знакомых мигрантов из России «счастливы преодолели этот этап» — переняли финский стиль и связанные с ним практики и радуются отсутствию необходимости «ходить на каблуках». Иногда, добавляет она, случается другая крайность, когда женщина «надевает лыжные штаны и не вылезает из них полгода» (информант № 10). Возможно, такая практика связана с перенятием финского гиперстиля как стратегии конструирования культурной принадлежности. В целом чаще всего, по мнению информантов, этот период интенсивной аккультурации проходит, оставляя мигрантов с одним из вариантов гибридного стиля и ощущением себя русскими.

Как показал анализ стилевых репертуаров, стиль мигрантов не однороден, связан с выражением принадлежности к родной и (или) принимающей культуре либо к транснациональной культуре потребления и, помимо этничности, связан также с другими характеристиками; например, с продолжительностью проживания в принимающей культуре, матримониальным статусом, материнством (возможно, и отцовством), опытом жизни в других культурах. В следующем разделе статьи остановимся подробнее на других социальных характеристиках, которые определяют практики потребления одежды мигрантов.

Конструирование этничности через одежду в контексте класса, профессии, гендера и возраста

Вещи не только служат для функциональной защиты тела, но также являются средством культурного выражения класса, гендера, возраста и национальности [Reñalozza 1994: 43]. Далее будут рассмотрены особенности стилевого репертуара мигрантов из России в зависимости от социальных характеристик, которые получили отражение в интервью.

Класс

Стилевые репертуары, доступные мигрантам из России, варьируются в зависимости от класса. В изучении классовой принадлежности мигрантов есть некоторые сложности. С одной стороны, они занимали определённую позицию в структуре российского общества. С другой стороны, из-за смены контекста проживания классовая позиция мигрантов также может меняться. При этом изменение вкусового выражения этой позиции не происходит быстро. Таким образом, в выборе моделей потребления мигранта может играть роль классовая позиция индивида как в родной, так и в принимающей культуре. О трудности отнесения мигрантов к классу пишет Копнина [Kopnina 2005: 105]:

«Миграция изменяет контекст по сравнению с контекстом в СНГ, где мигрант принадлежал к определённому классу. Часть мигрантов чувствуют некоторую свободу от категорий старого контекста, в особенности, если они считали классовую принадлежность в СНГ "стигмой". Другие чувствовали себя обладателями устойчивого положения, но внезапно стали аутсайдерами или оказались в новой ситуации на Западе. Эти мигранты сожалеют о потере статуса. Наконец, мигранты могут создавать собственные категории, отражающие категории принимающего общества или противостоящие им».

Если говорить о социальной дифференциации, в Финляндии общество в большей степени гомогенно, чем в России⁵. Большинство информантов в данном исследовании были выходцами из среднего класса. Если в 1990-е гг. информанты наблюдали существенные различия между стилями жизни среднего класса России и Финляндии, то в последние годы, как уже отмечалось, по их мнению, различия стали менее заметными, и приехавшим в Финляндию мигрантам проще «раствориться в толпе». Одной из причин таких изменений стал рост благосостояния. В начале 1990-х гг. основная масса российского населения была бедной⁶ и для социальной структуры было характерно существенное расслоение. Газеты Финляндии описывали шокирующие картинки из потребительской жизни «новых русских» или рассказывали о мелком воровстве приезжих. Со временем разрыв в доходах между средним классом России и средним классом Финляндии сократился, хотя по-прежнему остаётся существенным⁷. Это изменение благосостояния отразилось как в финляндском массовом дискурсе, так и в повседневном дискурсе информантов. Менее заметными, по их мнению, становятся стилевые различия:

Хотя, по большому счёту, в принципе, сейчас уже нет такой яркой границы, как если взять 90-е, конец 90-х годов. Например, когда я первый раз приехала в Финляндию, поразило то, что

⁵ Коэффициент Джини в России составляет 0,422, в Финляндии — 0,269 [Индекс...].

⁶ В начале и в конце 1990-х большинство населения страны по международным критериям имело доходы ниже уровня бедности. Если в 1987–1988 гг. около 2% населения РСФСР имели доходы менее 4 долл. в день (с учётом паритета покупательной способности), то в 1993–1995 гг. — 50%, или около 74 млн человек [Калабеков 2010]. В 2011 г., по данным Росстата, среднедушевой доход в России составлял 20 754 руб. в месяц, или около 700 долл.; см. URL: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/population/urov/urov_11kv.htm (последнее обращение: 1.02.2013).

⁷ Среднемесячный душевой доход в Финляндии в 2011 г. составлял 3178,2 евро в месяц (до уплаты налогов); в России — 20 754 руб. в месяц (около 500 евро); см.: United Nations Economic Commission for Europe. Statistical Database — URL: <http://w3.unecce.org/pxweb/Dialog/Saveshow.asp?lang=1> (последнее обращение 1.02.2013).

финны одеваются так, как им удобно. У нас всё-таки, в России, всегда было принято, особенно если ты куда-то выезжаешь, выходишь в свет, (одеваться. — О. Г.) как можно более вычурно, гламурно, скажем так (информант № 4).

Тем не менее информанты связывают этничность, класс и стилевые репертуары. Одна из отличительных черт потребления русских, в том числе мигрантов, — демонстративное потребление и внимание к «позиционным вещам», которые символизируют денежное выражение статуса: «Для русских людей, по сравнению с европейцами и с финнами в частности, важнее продемонстрировать социальный статус свой» (информант № 2). В отличие от российского, средний класс Финляндии имеет постматериалистическую концепцию потребления, базирующуюся на сдержанности, сознательности, рациональности и бережливости [Autio 2004]. Потребление в целом не является значимой частью их жизни и идентичности [Wilska 2002: 200], а демонстративное потребление менее выражено. Информант Роман говорит о брендовой одежде, которую носят финны: «Они просто, эти вещи... они редко вычурные бывают. Они редко очень бросаются в глаза. Если ты не знаешь, что это такой-то очень крутой бренд — это будет просто пуховик для тебя» (информант № 2).

Это не означает, что среди финских потребителей не существует демонстративного потребления или расточительства; такие модели есть, хотя принято считать, что они присущи молодым людям, поскольку те выросли в относительно благополучном обществе и не застали экономических катаклизмов, с которыми столкнулись более старшие поколения; кроме того, с возрастом потребители становятся более рациональными [Wilska 2002; Autio 2004]. Это, скорее, означает, что девиз «Иметь — значит быть» не приписывается информантами финской культуре и не рассматривается ими как черта, присущая потреблению финского среднего класса. В свою очередь, российский средний класс также рачителен [Gurova 2012], однако современный российский материализм предполагает демонстрацию финансового благосостояния и внимание к брендам:

Да! (Бренд имеет значение. — О. Г.). Ну, наверное, не то, чтобы очень играет, но, допустим, какую-нибудь брендовую сумку мне хотелось бы иметь. Я знаю, что это очень русская фишка. В основном в России все брендами занимаются. У меня очень много друзей, которые только брендами мыслят в жизни (информант № 1).

...По отношению стиля русских «на показ», который, опять же, далеко не у всех русских есть... Но те, которые носят... те русские люди, которые носят одежду, чтобы привлечь — отчасти — чтобы привлечь к себе внимание, да? И особенно привлечь внимание к тому, что она вообще-то у них дорогая и так далее... (информант № 2).

Одна из практик российского потребления, которой в интервью уделяется значительное внимание и которая имеет отношение к позиционным вещам, — использование натуральных кожи и мехов. Шуба из натурального меха маркирует этничность: «Когда я надеваю шубу, все знают, что я русская (смеётся)» (информант № 1). В Финляндии россияне сталкиваются с противоречивым отношением к натуральному меху. С одной стороны, поскольку вещи из меха — это дорогие вещи, они чаще используются финнами в праздничных ситуациях, «на выход», а не для повседневного ношения. С другой стороны, дискурс этического потребления, доминирующий в Финляндии, активно критикует использование натурального меха, и для финляндского общества в целом характерна высокая степень сознательности и осведомлённость о проблемах окружающей среды [Autio, Heiskanen, Heinonen 2009: 42–43]. В результате российские мигранты «переопределяют» шубу, согласовывая привычную практику с особенностями локальных норм:

Я сама бы с удовольствием купила шубу и носила её, но у меня есть опасения, как это будет воспринято здесь... Хотя в Финляндии холодный климат, и это логично, что надо носить какие-то тёплые вещи, даже шубы. Просто потому что это дорого, потому что это связано с окружающей средой и животными, тут уже другие вопросы. Хотя для меня это близко, для меня близки натуральные материалы (информант № 5).

Переопределение не всегда происходит в контексте локального доминирующего дискурса. Например, Роман говорит о том, что кожа ему не нравится, независимо от дискурса этического потребления, и объясняет своё отношение вкусом.

Профессиональные различия

Существенным образом на стилевом репертуаре отражаются профессиональные различия. Копнина использует категорию «профессиональное сообщество» и говорит о двух типах таких сообществ — локальном и космополитичном [Копнина 2005: 106–107]. Локальное сообщество определяется ориентацией индивида на ближайший, локальный окружающий мир — на собственное рабочее место или город; космополитичное сообщество характеризуется более широким взглядом — на национальную или международную «сцену» [Копнина 2005: 106–107]. Существуют также транснациональные профессиональные сообщества, которые характеризуются множественными связями и взаимодействиями, соединяющими людей и институты через границы и национальные государства [Vertovec 1999: 447; Crang, Dwyer, Jackson 2003: 439].

Локальные профессиональные сообщества в основном ориентированы на внутренние культурные нормы и локальную профессиональную культуру, которая может быть чётко описана, как, например, в случае с профессиональной культурой в офисах местных компаний. Информант Карина описывает, как её ожидания от стилевого репертуара работников офисов Финляндии не оправдались, поскольку стиль оказался более демократичным и менее иерархизированным:

В офис я начала ходить так, как мне казалось туда нужно ходить... Сумка, брюки... Когда я в первый раз пришла на интервью в офис, я зашла в лифт и смотрю — там какие-то две женщины, как будто две уборщицы какие-то. Все так повешено слоями, тряпки висят, короче, розовые, там ещё, какое-то кольцо вот такое розовое, как будто в H & M'e куплено. Ну, не в H & M'e, а в каком-нибудь таком магазине, где молодёжь закупается, куплено. И оказалось, это мои боссы (смеётся). Там очень неформальная одежда в Финляндии в офисах... Я тоже стала ходить с рюкзаком (информант № 1).

К профессиям, относящимся к космополитичным сообществам, можно отнести, например, медиков. Несмотря на то что локальные нормы могут различаться в целом из-за специфики профессии, они выходят за пределы одной страны:

...Я знаю некоторых, те, кто работают врачами... Вот у них, например, ограничений очень много. Нельзя вот это, это в одежде нельзя, нельзя делать маникюр категорически, вот... Профессия много накладывает ограничений (информант № 13).

Транснациональные профессиональные сообщества включают, например, учёных из исследовательских институтов или университетов или работников транснациональных корпораций. В этом случае, как отмечалось выше, стиль практически не связан с локальными контекстами.

В целом для профессионально интегрированных мигрантов их профессиональная позиция может быть важнее, чем этническая принадлежность. Например, доктор из России будет иметь гораздо больше общего с доктором из европейской страны, чем с фермером из своей собственной страны [Korpina 2005: 108]. Точно так же стиль casual учёных и бизнес-стиль работников транснациональных корпораций используется профессионалами независимо от страны происхождения и страны проживания.

Гендерные различия

В гендерный контракт общества уходят корнями и гендерные различия в одежде. Современное финское общество рассматривается как культивирующее имидж гендерного эгалитаризма и разделяющее идеи феминизма [Tienari et al. 2009]. В России в постперестроечные годы произошёл «патриархатный ренессанс», вытолкнувший женщину в приватную сферу и предписавший исполнять социальные роли, основанные на биологических функциях, то есть быть женой и матерью [Тёмкина, Роткирх 2002]. Капитализм, в свою очередь, через коммерциализацию внешности побуждает женщин накапливать телесный капитал, украшая тело, применяя косметику, прибегая к пластической хирургии, и использовать женственность и сексуальность как значимый вид телесного капитала [Klingseis 2011: 100]. Материалы наших интервью подтверждают эти наблюдения:

Россиянки... Они как-то стараются больше подчеркнуть свою индивидуальность, сексуальность, женственность... (информант № 4).

По одежде женщины очень сильно отличаются, потому что они, русские женщины, стараются одеваться в основном в большинстве своём, стараются одеваться красиво. Обувь — это туфли на каблуках, как правило. Они используют макияж, стараются накраситься красиво. Делают красивые причёски и стараются как-то красиво одеться, себя преподнести в выгодном свете. Финки более непритязательны, как я заметила. Они меньше красятся, очень мало красятся и редко и предпочитают удобную одежду красивой (информант № 10).

Исследователи отмечают, что особое внимание в анализе этнической принадлежности направлено на женщин, а не на мужчин, поскольку женщины являются типичной мишенью объективирующих и регулирующих образов [Lundström 2009]. Телесный дисплей и одежда сигнализируют о соблюдении женщиной правил приличия [Dwyer 1999: 18]. В Скандинавии с начала 1990-х гг. и до недавнего времени существовала «стигма мигрантской проституции» («*prostitution migrant stigma*»), которая заключалась в том, что местные медиа связывали это занятие с женщинами из бывшего СССР. Эта стигма вписывается в стереотипную схему, в рамках которой представители Восточной Европы выступают в роли сексуального объекта в контексте дихотомии «Восток — Запад» [Melegh 2006: 137]. Под эту стигму мог попасть кто угодно, от жён местных жителей до студенток, приехавших учиться по обмену, — все они репрезентировались как охотницы за мужчинами с целью «получения доступа к престижному западному потреблению» [Sverdljuk 2009: 137]. Российские женщины в этом дискурсе были представлены в сексистском и подчинённом положении в противоположность эмансипированной и сознательной западноевропейской женщине [Sverdljuk 2009: 138].

Социологи отмечают, что в западных обществах «должная» и «почтенная» сексуальность, выраженная в одежде и в поведении, соотносится с классовой позицией. Так, женщинам из рабочего класса приходится постоянно обороняться против обвинений в сексуальной «непристойности» [Skeggs 1997, Dwyer 1999]. Мигрантки из России, таким образом, вынуждены существовать в сходной позиции либо согласовывать свою манеру одеваться и (или) сексуальность с нормами локального среднего класса.

Однако связка «этничность — сексуальность — стилевой репертуар» не всегда носит дискриминирующий характер. Один из информантов саркастически заметил, что «*российские женщины любят, чтобы им вслед поворачивали головы по хорошей или плохой причине*» (информант № 14). Телесный капитал может быть использован как преимущество мигрантками из России и конвертирован в другие виды капитала (ср.: [Lundström 2009]). Одежда и внешность могут дать заметное преимущество в социальной мобильности в публичной сфере работы и в приватной сфере семьи и брака [Bourdieu 2010]. В свою очередь, то, что финскими женщинами воспринимается как менее сексуализированная пост-феминистская женственность европейки, русским видится как «скучная внешность» и «отсутствие желания ухаживать за собой» (ср.: [Klingseis 2011: 99]).

В то же время важно отметить, что некоторые мигрантки склонны отделять себя от этого типа сексуальности и создавать альтернативные фемининности, в том числе близкие и понятные западно-европейским женщинам из среднего класса. Вывод, который можно сделать исходя из этих наблюдений, состоит в том, что связка «этничность — сексуальность — стилевой репертуар» имеет множество вариантов сочетаемости, и яркая одежда не всегда связана со стигматизированной сексуальностью.

В интервью информанты (в том числе мужчины) основное внимание обращали на стилевые репертуары женщин. Незначительное внимание, которое уделялось обсуждению одежды мигрантов-мужчин, отражает их положение в этой сфере: несмотря на то что это положение меняется (особенно в англосаксонских странах), мужчины по-прежнему не склонны много говорить о себе как о потребителях одежды и моды. Эта ситуация релевантна для разных контекстов, но Финляндия является примером того, как подобная маргинализация мужчин преодолевается. По данным финских социологов, несмотря на стереотипы, бренды и одежда оказались важны, особенно для молодых людей и подростков. В целом мужчины «вполне готовы присоединиться к социальной и культурной игре в моду и бренды» [Wilska 2005: 172].

В отношении мужской моды информанты отмечали наличие вкусовых различий, хотя и подчёркивали, что, по их мнению, различия в мужском потреблении менее заметны, чем в женском:

Ну, о мужчинах я не могу много сказать, потому что наши мужчины, которые здесь обоживались и живут достаточно долго, по одежде их практически невозможно отличить от финнов, потому что они ходят в те же магазины, покупают те же самые вещи. Может быть, существует какая-нибудь вкусовая разница, и ещё они могут купить себе какую-нибудь там навороченную обувь, в Питер съездив (информант № 13).

Вкусовые различия в стилевом репертуаре действительно существуют. В повседневности финны одеты в соответствии с эгалитарным гендерным контрактом и постматериалистическими установками среднего класса. Вкусовые различия выражаются в выборе ими вещей в стиле *casual*, или, на языке российских мужчин, «более спортивных вещей», «свободной одежды», спортивной или повседневной обуви, которая иногда информантам кажется «странной», потому что непривычна. Интересно, что язык для разговора об обычных повседневных вещах, которые на английском языке называют *casual*, ещё не совсем сформировался. Один из информантов, Роман, так описывает элементы гардероба российских мужчин:

...Здесь, в общем, можно сказать, что стиль более спортивный у мужчин. И мне он нравится... Да, у финнов... И это сильно отличается от русских мужчин. То есть даже если русский мужчина не одет во что-то такое типичное, то всё равно это будет обычно... Там брюки какие-то или... Не знаю... То есть это реже будет свитер, и ещё реже это будет какой-нибудь совсем такой спортивный балахон... (информант № 2)

Русские мужчины склонны к классическому стилю: брюки, свитера, иногда кожаные куртки, «дутые» пуховики, ботинки с длинными, острыми или, наоборот, тупыми мысами. Связка «гендер — стилевой репертуар» находится в тесном взаимодействии с классом, поэтому русские мужчины из среднего класса утверждают, что, как правило, не испытывают дискомфорта при согласовании своего стиля со стилевым репертуаром финского среднего класса.

Молодёжное потребление

Молодёжная мода, в отличие от моды взрослых, более чувствительна к влиянию транснациональной культуры потребления и менее дифференцирована в соответствии с этничностью. Молодёжная мода представляет собой международный феномен. В этом случае транснациональная культура потребления функционирует как глобальный аккультурационный агент, является частью глобального капитализма и транснациональной рыночной идеологии, которая отвечает за распространение образцов потребления [Vihalemm, Keller 2011: 293–294]. Одна из информанток так описывает восприятие стилевого репертуара своих детей:

Они одеваются по-молодёжному... Сейчас вот по молодёжи никак нельзя сказать, из какой они страны. Я могу сказать по своему опыту, что вот ту финскую молодёжь, как она сейчас одета, я вижу, они одеваются так же, как и австралийцы одеваются. Тут есть что-то такое универсальное, международное, и это есть только у молодёжи. Если, например, финны, да, вот они будут одеваться, как финны в своей стране, австралийцы, взрослое поколение — вот тоже понятно будет, что они из Австралии. То молодёжь более-менее в любой стране одевается одинаково. Я была в Лондоне, я видела точно такую же как бы толпу молодёжи, которая одета, абсолютно как мальчики и девочки в Финляндии, как мальчики и девочки в Австралии... Потому что молодёжь абсолютно, совершенно быстро, реагирует на то, что вот сейчас является, именно в этом сезоне. У взрослых, например, на каждый сезон такую реакцию никогда не увидишь (информант № 13).

Несмотря на то что молодёжная мода в значительной степени подвержена влиянию транснациональной культуры, она перерабатывается на местах в глокальные модели потребления. В своём интервью информант Антон рассказывает о различиях между студентами в России, Финляндии и Австралии. По его мнению, финская молодёжь более «колоритная» и «разнообразная» по сравнению с австралийской молодёжью, которая одевается «просто — футболки, шорты, кроссовки», а российская молодёжь, по его мнению, одевается более «прилежно» (информант № 3). Сходство состоит в том, что у студентов немного денег, и во всех трёх культурах в данный момент популярны хипстеры: и русские, и финны, и австралийцы — все они имеют равнодушное, «пренебрежительное» отношение к одежде, но при этом выглядят интересно.

Заключение

В статье было показано, каким образом мигранты из России, проживающие в Финляндии, посредством стилевых репертуаров конструируют этническую принадлежность в контексте других социальных характеристик.

Основная мысль статьи состояла в том, что, с одной стороны, русских можно рассматривать как группу, стилевой репертуар которой обладает некоторыми присущими группе особенностями. Этот репертуар описывается формулой «выглядеть по-русски». К особенностям относятся значимость одежды, внешнего оценивания, символических характеристик одежды по сравнению с утилитарными, демонстративное потребление, ориентация на других, демонстрация «публичной личности» в повседневных ситуациях, внимательное отношение к деталям одежды и их сочетаниям и т. д.

С другой стороны, русские мигранты представляют собой разнородную группу, и их стиль неоднороден. Он может как отражать этническую принадлежность мигрантов, быть одной из форм принадлежности (*way of belonging*), так и не отражать её — быть одной из форм существования (*way of being*). Помимо этничности, стилевые репертуары могут быть связаны с другими характеристиками, среди которых, например, продолжительность жизни в принимающем обществе, матримональный статус, материнство и отцовство, опыт жизни в других культурах и т. д. Социальные характеристики, такие как класс, профессия, гендер и возраст, также оказывают влияние на связку «этничность — стилевой репертуар».

В заключение обратим внимание на трудности и перспективы исследования потребления мигрантов. В рамках этого направления представлено не так много исследований — это довольно новая дискуссия, особенно на русском языке. Наше исследование затрагивает некоторые вопросы потребления мигрантов, однако оно оставляет лакуны и не лишено недостатков.

Во-первых, и об этом уже говорилось, исследование сфокусировано на мигрантах и практически не затрагивает точку зрения принимающей культуры. Взаимная оценка помогла бы более детально проанализировать значения, связанные с теми или другими концепциями и практиками потребления, а также их взаимное восприятие. Также финны рассматриваются как целостная группа, и не учитывается дифференциация внутри этой группы.

Во-вторых, исследование было сосредоточено на повседневных дискурсах и практиках, и мигранты рассматривались как «конкретный исторический субъект» [Dwyer 1999]. Один из сегментов социальной реальности, который также требует изучения, остался без внимания, а именно медиадискурс: понятие «русские мигранты» также может быть рассмотрено как категория дискурса. Исследование медиадискурсов — транснационального (примером являются упомянутые в начале статьи сериалы «The Russian Dolls» и «Svetlana») и локального — важно потому, что оно позволит увидеть как общий дискурсивный контекст, так и доступные культурные позиции, которые зарезервированы для мигрантов. Посредством медиа мигранты «узнают своё место в обществе», кто они, как к ним относятся в принимающей культуре [Peñaloza 1994; Luedicke 2011]. Наряду с доминирующим до последнего времени европейским дискурсом мультикультурализма и интеграции вполне могут существовать местные дискурсы ксенофобии, сегрегации и дискриминации [Luedicke 2011: 240]. Таким образом, дальнейшее исследование дискурса о русских мигрантах в финляндском контексте также необходимо.

В-третьих, в исследовании была сделана попытка обсудить социальные характеристики, объясняющие потребление мигрантов. Однако требуется дальнейшее, более подробное изучение различных социальных факторов на потребление мигрантов. Например, детальное сравнение потребления среднего класса или молодёжи в контексте этнического измерения могло бы представлять интерес.

Приложение

Характеристики стилевых репертуаров

Таблица П1

Стилевой репертуар финнов		Стилевой репертуар русских						
Стиль	Casual, простой, удобный, непретенциозный, расслабленный, свободный Негатив: скучный, небрежный	Яркий, праздничный, гламурный, претенциозный Негатив: зажатый, «как на продажу»						
Элементы одежды	Брюки, кроссовки, кеды, объёмные шарфы, туфли и сапоги на низком каблуке, куртки, одежда «слякчми»	Шубы, шерстяные пальто у женщин, кожаные куртки у мужчин, высокий каблук, юбки, шляпы, туфли с острым мыском						
Аксессуары	Бижутерия	Драгоценные и полудрагоценные камни, золото, серебро, кольца, серьги, кулоны, разные блестящие украшения, надписи на футболках и т. п., сумки (не рюкзаки)						
Телесный дисплей	Современные стрижки, женщины не всегда красят седые волосы, «естественный» макияж или его отсутствие	Химическая завивка, кудри, длинные волосы, обесцвеченные волосы, яркий макияж, подчёркнутая фигура						
Функции	Практичные	Символические						
Цвета	Чёрный, контрастные цвета, яркие цвета у пожилых людей, контрасты (<i>Matimekko</i>)	Материалы с блеском, леопардовый принт						
Список информантов								
№ и имя (псевдоним)	Пол	Возраст	Образование	Когда и откуда приехал	Занятие в России и (или) должность или место работы	Занятие в Финляндии	Состав семьи	Владение финским языком
1. Карина	Женщина	24 года	Высшее	2,5 года назад, из Санкт-Петербурга	—	Работник в патентном бюро, на момент интервью безработный	Два человека: живёт с молодым человеком	Слабое

Таблица П2

Таблица П2. Продолжение

№ и имя (псевдоним)	Пол	Возраст	Образование	Когда и откуда приехал	Занятие в России и (или) должность или место работы	Занятие в Финляндии	Состав семьи	Владение финским языком
2. Роман	Муж-чина	24 года	Высшее	2,5 года назад, из Санкт-Петербурга	—	Сотрудник юридической фирмы	Два человека: живёт с девушкой	Не учил
3. Антон	Муж-чина	26 лет	Высшее	В 2002 г. жил три года, затем вернулся в Австрию, но приезжает к родителям с 2008 г. В России жил в Омске	Школьник	Студент, биолог	Четыре человека (мама, папа и сестра). Мама — информант № 13, Светлана; папа — информант № 14, Иван	Слабое
4. Алина	Жен-щина	32 года	Высшее	В начале 1990-х гг., из Карелии	Научный сотрудник	Хельсинкский университет	Два человека (мама)	Свободно
5. Юлия	Жен-щина	32 года	Высшее	12 лет назад, в 2000 г. из Санкт-Петербурга	Студентка	Сотрудник телекоммуникационного оператора Subio	Три человека (муж и сын)	Хорошее
6. Яна	Жен-щина	34 года	Высшее	11 лет назад, из Санкт-Петербурга	Студентка	10,5 года работала в Nokia, в данный момент — безработная	Два человека (муж)	Хорошее
7. Полина	Жен-щина	35 лет	Среднее специальное	Девять лет назад, из Карелии	Педагог	Частный предприниматель	Три человека (муж и сын)	Хорошее
8. Вероника	Жен-щина	35 лет	Высшее	11 лет назад, из Санкт-Петербурга	Бухгалтер	Бухгалтер	Три человека (муж и дочь)	Не очень хорошее
9. Ямина	Жен-щина	37 лет	Высшее	Около 10 лет назад, из Санкт-Петербурга	Инженер	Студентка университета	Два человека (дочь)	Хорошее
10. Зинаида	Жен-щина	38 лет	Высшее	2,5 года назад, из Санкт-Петербурга	Директор по маркетингу	Безработная	Три человека (муж и сын)	Среднее
11. Надежда	Жен-щина	40 лет	Высшее	12 лет назад, из Санкт-Петербурга (родом из Беларуси)	Профессор не уточнила	Продавец	Три человека (муж и дочь)	Хорошее
12. Валентина	Жен-щина	43 года	Высшее	10 лет назад, из Санкт-Петербурга	Физик-исследователь	Учится в университете Тампере	Три человека (муж и дочь)	Хорошее

Таблица П2. Окончание

№ и имя (псевдоним)	Пол	Возраст	Образование	Когда и откуда приехали	Занятие в России и (или) должность или место работы	Занятие в Финляндии	Состав семьи	Владение финским языком
13. Светлана	Женщина	50 лет	Высшее	Приезжала два раза: в 2002 г. и жила три года (потом вернулись в Австралию); в 2008 г. (и живёт до сих пор, три года). В России жила в Омске	Патентный инженер в нер в Омске и в Перте (Австралия)	Патентный инженер в компании Nokia	Четыре человека (муж, сын и дочь). Муж – информант № 14 Иван. Сын – информант № 3 Антон	Не очень хорошее
14. Иван	Мужчина	50 лет	Высшее	Приезжал два раза: в 2002 г. и жил три года (потом вернулся в Австралию); в 2008 г. (и живёт до сих пор, три года). В России жил в Омске	Автоматизированные системы управления, военно-учётная специальность 0646, заместитель командира танковой роты по техническому обеспечению	Частный предприниматель и тренер по настольному теннису	Четыре человека (жена, сын и дочь). Жена – информант № 13 Светлана. Сын – информант № 3 Антон	Начальный уровень
15. Ирина	Женщина	55 лет	Высшее	30 лет назад, из Санкт-Петербурга	Инженер	Учитель русского языка	Четыре человека (муж, сын и дочь)	Свободное
16. Анна	Женщина	—	Учится	Проживает с рождения	—	Учится	Три человека (папа и мама)	Родной язык
17. Юлка	Мужчина	Средних лет	Высшее	Проживает с рождения	—	Инженер, работает в области информационных технологий	Один	Родной язык
18. Катя	Женщина	45 лет	Высшее	Проживает с рождения	—	Ассистент по экспорту	Три человека (муж и дочь)	Родной язык
19. Юсси	Мужчина	45 лет	Высшее	Проживает с рождения	—	Инженер	Три человека (жена и дочь)	Родной язык

Литература

- Индекс концентрации доходов (коэффициент Джини). URL: <http://statinfo.biz/Data.aspx?act=5832&lang=1> (последнее обращение: 01.02.2013).
- Калабеков И. Г. 2010. *Российские реформы в цифрах и фактах*. М.: РУСАКИ. URL: <http://kaig.ru/reform.pdf> (последнее обращение: 1.02.2013).
- Тёмкина А., Роткирх А. 2002. Советские гендерные контракты и их трансформация в современной России. *Социологические исследования*. 11: 4–14.
- Askegaard S., Arnould E. J., Kjeldgaard D. 2005. Postassimilationist Ethnic Consumer Research: Qualifications and Extensions. *Journal of Consumer Research*. 32: 160–170.
- Askegaard S., Özçaglar-Toulouse N. 2011. Still Crossing Borders: Migration, Consumption, and Markets. *Consumption, Markets and Culture*. 14 (3): 217–222.
- Autio M. 2004. Finnish Young People's Narrative Construction of Consumer Identity. *International Journal of Consumer Studies*. 28 (4): 388–398.
- Autio M., Heiskanen E., Heinonen V. 2009. Narratives of «Green» Consumers — the Antihero, the Environmental Hero and the Anarchist. *Journal of Consumer Behaviour*. 8: 40–53.
- Bardhi F., Eckhardt G. M., Arnould E. 2012. Liquid Relationship to Possessions. *Journal of Consumer Behaviour*. 39 (3): 493–509.
- Berry J. W. 1997. Immigration, Acculturation and Adaptation. *Applied Psychology*. 46 (1): 5–34.
- Bourdieu P. 2010. *Distinction: A Social Critique of the Judgment of Taste*. London: Routledge.
- Choo H. Y., Ferree M. M. 2010. Practicing Intersectionality in Sociological Research: A Critical Analysis of Inclusions, Interactions, and Institutions in the Study of Inequalities. *Sociological Theory*. 28 (2): 129–149.
- Chung E., Fischer E. 2001. When Conspicuous Consumption becomes Inconspicuous: The Case of the Migrant Hong Kong Consumers. *Journal of Consumer Marketing*. 18 (6): 474–487.
- Crang P., Dwyer C., Jackson P. 2003. Transnationalism and the Spaces of Commodity Culture. *Progress in Human Geography*. 27 (4): 438–456.
- Christensen A.-D., Jensen S. Q. 2011. Roots and Routes: Migration, Belonging and Everyday Life. *Nordic Journal of Migration Research*. 1 (3): 146–155.
- Deshpande R., Wayne D. H., Donthu N. 1986. The Intensity of Ethnic Affiliation: A Study of the Sociology of Hispanic Consumption. *Journal of Consumer Research*. 13: 214–220.
- Dwyer C. 1999. Veiled Meanings: Young British Muslim women and the Negotiation of Difference. *Gender, Place and Culture: A Journal of Feminist Geography*. 6 (1): 5–26.

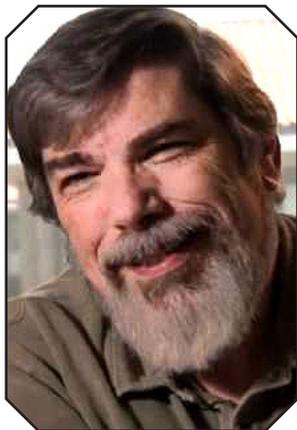
- Ger G., Østergaard P. 1998. Constructing Immigrant Identities in Consumption: Appearance Among Turko-Danes. *Advances in Consumer Research*. 25: 48–52.
- Glick Schiller N. 2013. The Transnational Migration Paradigm: Global Perspectives on Migrant Research. In: Halm D., Sezgin Z. (eds). *Migration and Organized Civil Society*. New York: Routledge; 25–43.
- Gurova O. 2012. «We Are Not Rich Enough to Buy Cheap Things»: Clothing Consumption of the St. Petersburg Middle Class. In: Salmenniemi S. (ed.). *Rethinking Class in Russia*. London: Ashgate: 149–166.
- Joy A., Li E. P. H. 2012. Studying Consumption Behaviour through Multiple Lenses: An Overview of Consumer Culture Theory. *Journal of Business Anthropology*. 1 (1): 141–173.
- Kaiser S. B. 2012. *Fashion and Cultural Studies*. Oxford: Berg Publishers.
- Klingseis K. 2011. The Power of Dress in Contemporary Russian Society: On Glamour Discourse and the Everyday Practice of Getting Dressed in Russian Cities. *Laboratorium*. 3 (1): 84–115.
- Kopnina H. 2005. *East to West Migration: Russian Migrants in Western Europe*. Aldershot, Hants, England: Ashgate.
- Levitt P., Glick Schiller N. 2004. Conceptualizing Simultaneity: A Transnational Social Field Perspective on Society. *International Migration Review*. 38 (3): 1002–1039.
- Luedicke M. 2011. Consumer Acculturation Theory: (Crossing) Conceptual Boundaries. *Consumption, Markets and Culture*. 14 (3): 223–244.
- Lundstrøm C. 2009. «People Take for Granted the You Know How to Dance Salsa and Merengue»: Transnational Diasporas, Visual Discourses and Racialized Knowledge in Sweden's Contemporary Latin Music Boom. *Social Identities*. 15 (5): 707–723.
- Melegh A. 2006. *On the East-West Slope. Globalization, Nationalism, Racism and Discourses on Eastern Europe*. Budapest: Central European University Press.
- Oswald L. R. 1999. Culture Swapping: Consumption and the Ethnogenesis of Middle-Class Haitian Immigrants. *Journal of Consumer Research*. 25 (4): 303–318.
- Pechurina A. 2011. Russian Dolls, Icons, and Pushkin: Practicing Cultural Identity through Material Possessions in Immigration. *Laboratorium*. 3: 97–117.
- Peñaloza 1994. Atravesando Fronteras / Border Crossing: A Critical Ethnographic Exploration of the Consumer Acculturation of Mexican Immigrants. *Journal of Consumer Research*. 21 (1): 32–54.
- Purkayastha B. 2012. Intersectionality in a Transnational World. *Gender and Society*. 26 (1): 55–66.
- Saegert J., Hoover R. J., Hilger M. T. 1985. Characteristics of Mexican American Consumers. *Journal of Consumer Research*. 12: 104–109.
- Skeggs B. 2004. *Class, Self, Culture*. London; New York: Routledge.

- Sverdljuk J. 2009. Contradicting the «Prostitution Stigma»: Narratives of Russian Migrant Women Living in Norway. In: Keskinen S. et. al. (eds). *Complying with Colonialism: Gender, Race and Ethnicity in the Nordic Region*. Aldershot, Hants, England: Ashgate; 137–154.
- Solomon M. R., Rabolt N. 2008. *Consumer Behavior in Fashion*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Tienari J. et al. 2009. Gender, Management and Market Discourse: The Case of Gender Quotas in the Swedish and Finnish Media. *Gender, Work & Organization*. 16 (4): 501–521.
- Timonen E. 2012. *Adapting Design to Foreign Markets — A Case Study of Three Finnish Fashion Firms*. Master's Thesis in International Business. Aalto University, Finland. URL: http://epub.lib.aalto.fi/en/ethesis/pdf/13114/hse_ethesis_13114.pdf (последнее обращение: 15.02.2013).
- Vertovec S. 1999. Conceiving and Researching Transnationalism. *Ethnic and Racial Studies*. 22 (2): 447–462.
- Vihalemm T., Keller M. 2011. Looking Russian or Estonian: Young Consumers Constructing the Ethnic «Self» and «Other». *Consumption, Markets and Culture*. 14 (3): 293–309.
- Wallendorf M., Reilly M. D. 1983. Distinguishing Culture of Origin From Culture of Residence. *Advances in Consumer Research*. 10: 699–701.
- Wilska T.-A. 2002. Me — A Consumer? Consumption, Identities and Lifestyles in Today's Finland. *Acta Sociologica*. 45 (3): 195–210.
- Wilska T.-A. 2005. Gender Differences in Consumption of Children and Young People in Finland. *Lifestyles and Social Change. Essays in Economic Sociology*. Publications of the Turku School of Economics and Business Administration: 159–176. URL: http://info.tse.fi/julkaisut/kr/Kre11_2005.pdf#page=159 (последнее обращение: 15.02.2013).

НОВЫЕ ПЕРЕВОДЫ

Майкл Хэннан, Джон Фримен

Популяционная экология организаций¹



Т. ХЭННАН Майкл (Hannan, Michael T.) — профессор менеджмента, профессор социологии, Стэнфордский университет (США).

Email: hannan@stanford.edu

В данной статье популяционная экология предлагается на роль альтернативы преобладающему в настоящее время адаптационному подходу к отношениям между организацией и средой. Поскольку организационная структура находится под сильным инерционным давлением, при построении моделей целесообразно отталкиваться от процессов конкуренции и отбора в популяциях организаций. В работе предлагаются некоторые модели такого рода и обсуждаются трудности, связанные с их применением для изучения проблемы соотношения между организацией и средой.

Ключевые слова: популяционная экология организаций; ниша; среда организации; отбор; адаптация; изоморфизм; дженерализм; специализация.

1. Введение

В последнее время анализ воздействий среды на структуру организации занял главное место в теории организаций и эмпирических исследованиях. Благодаря этой тенденции открылось множество замечательных возможностей, которые до настоящего времени не были в полной мере освоены. Мы полагаем, что недостаточные темпы прогресса в этой области отчасти связаны с тем, что для решения преимущественно экологических вопросов не использовались экологические модели, и покажем, что проблему необходимо переформулировать в терминах популяционной экологии.

Существует множество разных экологических подходов, но все они концентрируются на вопросах отбора, то есть сводят наблюдаемые в природе структуры к результатам действия процессов отбора. В то же время авторы множества работ об организациях обычно придерживаются иного взгляда, который мы назовём «адаптационным» подходом². С точки зрения адаптации

¹ Данное исследование выполнено при частичной поддержке грантов Национального научного фонда США (National Science Foundation, NSF) (грант GS-32065) и Фонда Спенсера (The Spencer Foundation). Мы благодарим Амоса Хоули (Amos Hawley), Франсуа Нильсена (François Nielsen), Джона Мейера (John Meyer), Маршалла Мейера (Marshall Meyer), Джеффри Пфедфера (Jeffrey Pfeffer) и Ховарда Олдрича (Howard Aldrich) за полезные замечания.

² Различие между отбором и адаптацией является довольно тонким. На уровне индивидов адаптивное обучение обычно заключается в отборе поведенческих реакций. На уровне популяций адаптация предполагает отбор типов, которые характеризуют их членов. В целом процессы, связанные с отбором, обычно могут быть на более высоком уровне анализа переосмыслены как процессы адаптации. И всё же после того, как единица анализа определена, отличить отбор от адаптации уже не представляет трудности. Организации часто демонстрируют согласованность при адаптации к условиям среды, из-за чего возникает системный эффект. И хотя мало кто станет отрицать существование таких системных эффектов, большая часть теоретиков не уделяет им особого внимания. Важно отметить, что социологи, чьи интересы направлены главным образом

**ФРИМЕН Джон**

(Freeman, John) (1944–2008) — профессор предпринимательства, Бизнес-школа им. Хааса; директор, Центр предпринимательства и инноваций им. Лестера, Калифорнийский университет в Бёркли (США).

Перевод с англ.

Г. Б. Юдина.

Научн. ред. —

В. В. Радаев, Г. Б. Юдин.

Источник: Hannan M. T., Freeman J. 1977. The Population Ecology of Organizations. *American Journal of Sociology*. 82 (5): 929–964. Публикуется с разрешения «American Journal of Sociology».

онного подхода части организации (обычно это менеджеры или господствующие коалиции) обследуют значимую для них среду в поисках возможностей и угроз, вырабатывают стратегию реагирования и соответствующим образом приспособливают организационную структуру.

Наиболее ярко адаптационный подход представлен в литературе по менеджменту. Его сторонники обычно предполагают, что существует иерархия власти и контроля, на вершине которой принимаются решения, значимые для организации в целом. Отсюда следует, что воздействие среды на организацию зависит от того, каким образом её менеджеры или лидеры вырабатывают стратегии, принимают решения и претворяют их в жизнь. Наиболее успешные менеджеры способны либо предохранять свои организации от нестабильности среды, либо плавно вносить коррективы, сводя к минимуму нарушения организационной структуры.

В социологической литературе по данному вопросу также преобладает подобный подход, хотя зачастую он выражен в несколько иных терминах. Этот подход играет ключевую роль в функциональном анализе отношений между организацией и средой, предложенном Т. Парсонсом [Parsons 1956]; его же можно обнаружить и в чисто веберийских работах (см.: [Selznick 1957]). Интересно, что хотя функционалистов интересовали системные эффекты, а логика их подхода в значительной степени выстроена на императиве выживания, они не касались феноменов отбора. По-видимому, это следствие негативной реакции на социал-дарвинистские мотивы в теории организаций.

Адаптационного подхода придерживаются и теоретики обмена [Levine, White 1961]. Также вполне естественно, что точка зрения адаптации ближе теориям, в которых на первый план выходит принятие решений [March, Simon 1958; Cyert, March 1963]. Даже Дж. Томпсон, предпринявший знаменитую попытку согласовать взгляды с позиций открытых и закрытых систем, однозначно солидаризируется с адаптационным подходом (см.: [Thompson 1967], особенно вторую часть этой книги). Конечно, лидеры организаций действительно вырабатывают стратегии, а организации действительно адаптируются к обстоятельствам среды. В результате отношения между структурой и средой должны хотя бы отчасти формироваться под воздействием адаптивного поведения и обучения. Но нет оснований полагать, что большое структурное разнообразие организаций является исключительно (или даже в первую очередь) результатом адаптации.

на изучение социальных систем более высокого уровня, часто рассматривают отбор, благоприятствующий организациям с одним набором признаков за счёт организаций с другим набором признаков, как адаптивный процесс. Адаптация обществ и сообществ, которые состоят в том числе из формальных организаций, отчасти происходит через процессы рекомбинации разных типов формальных организаций. Полная теория отношений между организацией и её средой должна была бы учесть как адаптацию, так и отбор, имея при этом в виду комплементарность этих процессов; однако наша задача в данном случае заключается в том, чтобы указать на результаты, которые можно получить, если исследовать один только отбор (см. обзор литературы, в котором объединены обе точки зрения, в: [Aldrich, Pfeffer 1976]).

Имеется целый ряд очевидных ограничений способности организаций к адаптации. Иными словами, существует множество процессов, которые порождают структурную инерцию. Чем сильнее давление, тем ниже адаптивная гибкость организаций и тем более вероятно, что в дело вступает логика отбора под воздействием окружающей среды (*environmental selection*). Таким образом, проблема структурной инерции играет ключевую роль в выборе между моделями адаптации и отбора.

Т. Бёрнс и Дж. Сталкер, а также А. Стинчкомб указывали на то, что структура организации может содержать значительную инерционную составляющую [Burns, Stalker 1961; Stinchcombe 1965]. Однако в целом этому сюжету до настоящего времени не уделялось особого внимания. И всё же в литературе, посвящённой организациям, можно найти ряд относящихся к делу соображений.

Инерционное давление порождается как внутренним устройством структуры, так и средовыми ограничениями. Вот лишь минимальный список ограничений, связанных с внутренними свойствами организации:

1. Организация осуществляет инвестиции в станки, оборудование и специализированный персонал, в результате чего возникают активы, которые невозможно с лёгкостью перевести на решение других задач и выполнение иных функций. Вполне понятно, каким образом невозвратные издержки (*sunk costs*) такого рода ограничивают возможности адаптации; нет необходимости останавливаться на этом подробно;
2. Лица, принимающие решения в организациях, сталкиваются также с ограниченностью получаемой информации. Почти всё, что нам известно о потоках информации внутри организационных структур, говорит о том, что лидеры не получают хоть сколько-нибудь полной информации ни о деятельности, которая протекает внутри организации, ни об особенностях среды, с которыми сталкиваются её подразделения;
3. Ещё важнее внутренние политические ограничения. Когда меняется структура организации, нарушается политическое равновесие. Поскольку набор ресурсов ограничен, структурное изменение почти всегда предполагает перераспределение ресурсов между элементами организации, что подрывает сложившуюся систему обмена между ними (или их лидерами), поэтому обычно хотя бы некоторые части будут противиться любой предполагаемой реорганизации. Более того, выгоды от структурной реорганизации, как правило, бывают обобщёнными (они должны принести благо организации в целом) и долгосрочными. Любая негативная политическая реакция создаст достаточно высокие краткосрочные издержки, чтобы лидеры организации отказались от планов по реорганизации. (Более подробно о том, как внутренняя политическая экономия организаций препятствует изменению и адаптации, см. в работах Э. Даунса и М. Залда: [Downs 1967; Zald 1970].)
4. Наконец, организации сталкиваются с ограничениями, обусловленными их собственной историей. Когда достигается нормативное соглашение по поводу процедурных стандартов, а также распределения обязанностей и власти, издержки изменений существенно возрастают. Нормативные соглашения ограничивают адаптацию, по меньшей мере, двумя способами. Во-первых, они оправдывают и организуют действия элементов, которые намерены сопротивляться реорганизации (то есть появляется возможность использовать при сопротивлении разделяемые принципы). Во-вторых, нормативные соглашения препятствуют серьёзному рассмотрению множества альтернативных вариантов реагирования. Например, лишь немногие исследовательские университеты всерьёз думают о том, чтобы приспособиться к снижению

набора студентов путём отказа от функции обучения. Принять такую возможность в расчёт означало бы бросить вызов базовым организационным нормам³.

Не менее сильным представляется и внешнее давление, вызывающее инерцию. Можно выделить, по крайней мере, следующие факторы такого давления:

1. Существует множество правовых и налоговых барьеров на вход и выход с рынков (мы говорим о рынках в широком смысле). При обсуждении организационного поведения основное внимание обычно уделяется барьерам на входе (как, например, в случаях, когда из-за государственного лицензирования возникают монополии), но барьеры на выходе представляют не меньший интерес. Всё чаще встречаются случаи, когда принятые политические решения лишают фирмы возможности отказаться от тех или иных видов деятельности. Все подобные ограничения на вход и выход сужают спектр возможностей адаптации;
2. Помимо внутренних ограничений на доступность информации, существуют и аналогичные внешние ограничения. Получение информации о значимых изменениях среды требует особенно высоких затрат как раз в условиях нестабильности, когда эта информация нужнее всего. Кроме того, организация вследствие специфики работающих в ней сотрудников, во-первых, с большей вероятностью будет получать только информацию определённого рода (см.: [Granovetter 1973]), а во-вторых, окажется способной обрабатывать и использовать только часть поступающей специализированной информации;
3. Внешняя среда организации создаёт также ограничения легитимности. Любая достигнутая организацией легитимность образует актив, с помощью которого можно манипулировать средой. Адаптация в той мере, в которой она идёт в разрез с притязаниями на легитимность (как, например, в случае с отказом от программ первой ступени высшего образования в государственных университетах), порождает существенные издержки. Таким образом, соображения внешней легитимности также ограничивают адаптацию;
4. Наконец, есть проблема коллективной рациональности. Один из наиболее сложных вопросов в современной экономической науке связан с существованием общего равновесия. Даже если удастся найти оптимальную стратегию для отдельного покупателя или продавца на конкурентном рынке, из этого ещё не следует, что существует общее равновесие для всех игроков. В целом трудно установить, будет ли стратегия, которая является рациональной для отдельного игрока, оставаться рациональной, если ей станет следовать множество игроков. В теории конкурентных рынков было предложено множество решений этой проблемы, но нам неизвестно, чтобы кто-то рассматривал её применительно к организациям в целом. И пока это не сделано, нет оснований полагать, что линия поведения, которая позволяет отдельной организации адаптироваться в условиях меняющейся внешней среды, обеспечит адаптацию множеству конкурирующих организаций, избирающих аналогичную стратегию.

Некоторые из этих инерционных воздействий объяснимы в рамках адаптационной концепции: можно скорректировать и ограничить подход так, чтобы рассматривать только выбор из ограниченного числа альтернатив. Но это сильно сузило бы область возможного исследования, поэтому, на наш взгляд, для того, чтобы учесть разнообразные инерционные воздействия, адаптационный подход следует дополнить концепцией отбора.

³ Предложенный Дж. Мейером анализ организационной хартии также подтверждает, что нормативные соглашения, достигнутые на ранних этапах развития организации, значительно сужают диапазон её адаптации к ограничениям среды [Meyer 1970].

В данной работе мы рассматриваем две большие проблемы, которые предшествуют построению экологических моделей. Первая из них связана с выбором адекватной единицы анализа. Обычно анализ отношений между организацией и средой производится с позиций отдельной организации, которая сталкивается со своей средой. Мы же утверждаем, что главное внимание однозначно следует уделять популяциям организаций. Вторая большая проблема связана с применением моделей популяционной экологии в исследовании социальной организации людей. Предлагаемое нами содержательное решение отталкивается от классической версии человеческой экологии, предложенной А. Хоули [Hawley 1950, 1968]. Мы попытаемся развить идеи Хоули в двух направлениях: во-первых, через использование конкретных моделей конкуренции для описания процессов, вызывающих изоморфизм между организационной структурой и требованиями среды; во-вторых, посредством привлечения теории ниш для рассмотрения той же проблемы в динамических средах. Мы полагаем, что с учётом этих изменений и дополнений подход Хоули представляет собой хорошую стартовую точку для развития популяционной экологии в теории организаций.

2. Популяция как единица анализа в исследовании отношений между организацией и средой

В специализированной литературе на тему организаций выбору адекватной единицы анализа уделяется мало внимания [Freeman 1975]. По сути, выбор единицы оказывается делом столь случайным, что порой кажется, будто это вовсе не является проблемой. Мы, напротив, полагаем, что верно как раз обратное и выбор единицы анализа связан с рядом тонких вопросов и влечёт за собой далеко идущие последствия для исследовательской деятельности. Например, в нашем случае он определяет, какие из множества работ по экологии следует привлекать для изучения отношений между организацией и её окружением.

Полезно сопоставить проблему выбора единицы анализа, встающую, с одной стороны, перед исследователем организаций и, с другой — перед биоэкологом. Несколько упрощая, можно сказать, что экологический анализ всегда проводится на трёх уровнях: (1) индивиды; (2) популяции и (3) сообщества. События, происходящие на одном уровне, почти всегда влекут за собой следствия для других уровней. Но, несмотря на эту взаимосвязь, события на уровне популяции не могут быть сведены к индивидуальным событиям (поскольку индивиды не отражают всего генетического разнообразия популяции), а события на уровне сообщества нельзя просто свести к уровню популяции. Два последних уровня как раз и требуют популяционного подхода, который на индивидуальном уровне неприменим.

Ситуация, с которой сталкивается анализ организаций, несколько сложнее. В этом случае приходится иметь дело не с тремя, а по меньшей мере с пятью уровнями анализа: (1) члены организаций; (2) элементы организаций (*subunits*); (3) отдельные организации; (4) популяции организаций и (5) сообщества организаций (или сообщества популяций). Можно сказать, что уровни 3–5 соответствуют трём указанным уровням в общей экологии, так что отдельная организация занимает место индивидуального организма. Дополнительная сложность возникает из-за того, что организации проще разделяются на составляющие части, нежели организмы. Отдельные члены и элементы организаций могут перемещаться из организации в организацию; в организациях нечеловеческих ничего подобного не наблюдается.

На всех пяти уровнях существуют примеры теоретических и эмпирических исследований воздействия среды на организацию. Например, в известном исследовании воздействия культуры на бюрократию, предпринятом М. Крозье, основное внимание уделяется культурному материалу, который члены приносят с собой в организацию [Crozier 1964]. На другом конце континуума располагаются исследования «организационных полей» [Turk 1970; Aldrich, Reiss 1976]. Однако чаще всего в центре исследования оказываются *собственно* организация и среда *данной* организации. На самом деле организацию так

часто выбирают единицей анализа, что существует, по-видимому, негласная договорённость о том, что именно отдельная организация представляет собой адекватную единицу изучения отношений между организацией и средой.

Мы полагаем, что следует параллельно развивать теорию и эмпирические исследования на уровне популяций (а также, в конечном счёте, и на уровне сообществ). Поскольку существуют разные мнения по вопросу выбора единицы анализа, термин «популяция» имеет, по меньшей мере, два разных значения. Традиционный подход с позиций человеческой экологии исходит из того, что популяция, с которой следует иметь дело при исследовании отношений между организацией и средой, — это совокупность членов, прикрепленных к данной организации, а также, возможно, тех, кого она обслуживает. В этом смысле организация рассматривается по аналогии с сообществом: она обладает коллективными средствами адаптации к ситуациям среды. В какой степени определённая таким образом популяция составляет самостоятельную единицу, зависит от того, разделяют ли её члены некоторую общую судьбу. До определённой степени все они испытывают на себе последствия успеха или неудачи организации.

Мы же используем термин «популяция» в другом смысле и подразумеваем под ним совокупность организаций, а не их членов. Популяции организаций должны быть в некотором отношении похожи; иными словами, они должны обладать в какой-то степени общим характером, превращающим их в отдельную единицу. К сожалению, выделение популяции организаций — дело непростое. Экологический подход подсказывает, что следует концентрироваться на общности судьбы в условиях изменений среды. Поскольку все организации отличаются друг от друга, воздействие внешних шоков на них никогда не бывает одинаковым. И всё же можно выделить классы организаций, которые относительно гомогенны с точки зрения их уязвимости для воздействий среды. При этом следует заметить, что от исследования к исследованию состав популяций может несколько меняться в зависимости от интереса того или иного аналитика. Популяции организаций — это не объекты, неизменно существующие в природе, а абстракции, полезные для теоретических целей.

Если мы хотим пойти по стопам популяционных биологов, нам следует найти аналог понятию «вид» у биологов. В конечном счёте, виды отделяются друг от друга по своей генетической структуре. Как отмечает Ж. Моно, генетическое содержание каждого вида имеет смысл рассматривать как шаблон (*blueprint*), содержащий правила, по которым энергия превращается в структуру [Monod 1971]. Таким образом, все способности вида к адаптации отражаются в шаблоне. Если мы хотим найти аналог вида для организаций, то следует искать такого рода шаблоны, которые должны состоять из правил и процедур, позволяющих организации получать на входе сигналы и ресурсы и обрабатывать их, чтобы отвечать на них и производить продукцию.

Способ выделения шаблона определяется содержательными соображениями. Например, Дж. Маршак и Р. Рэднер сосредотачиваются на процессах принятия решений и используют термин «организационная форма»⁴ для характеристики ключевых элементов шаблона [Marschak, Radner 1972]. С их точки зрения, шаблон, или форма, обладает двумя функциями: информационной, которая описывает правила, используемые при получении, обработке и передаче информации о состояниях внешней среды, и функцией деятельности, которая задаёт правила воздействия на полученную информацию для производства реакции организации. В той мере, в которой обнаруживаются классы организаций, различающиеся по этим двум функциям, можно выделить классы, или формы, организаций.

Поскольку наши интересы не ограничиваются процессами принятия решений, предложенное Маршаком и Рэднером определение формы представляется нам чересчур узким. На самом деле, нет никаких оснований заранее ограничивать набор правил и функций, на основании которых определяются

⁴ Термин «организационная форма» широко используется в социологической литературе (см.: [Stinchcombe 1965]).

шаблоны. Для нас поэтому организационная форма — это шаблон для организационного действия, для преобразования сигналов и ресурсов на входе в сигналы и ресурсы на выходе. Обычно выявить шаблон можно (хотя и несколькими разными способами), изучив какой-либо из следующих признаков: (1) формальная структура организации в узком смысле, то есть таблицы, письменно зафиксированные правила функционирования и т. д.; (2) модели деятельности в организации, то есть то, кто и чем на самом деле занимается; или (3) нормативный порядок, то есть способы организации, которые сами члены и значимые для них сектора среды считают правильными и подходящими.

Чтобы добиться полной аналогии с биологическими видами, нужно отыскать качественные различия между формами. Скорее всего, такие различия обнаружатся в отношении первого и третьего из упомянутых признаков — в формальной структуре и нормативном порядке. При этом последний параметр открывает особенно интересные перспективы: когда история организации, её политика и социальная структура закрепляются в нормативных требованиях (например, происходит профессионализация и учреждаются коллегиальные структуры власти), эти требования могут использоваться для выявления форм и выделения популяций как объектов изучения.

Определив организационную форму, мы можем дать более точное определение популяции организаций. Точно так же, как исследователь организаций должен выбрать единицу анализа, мы должны выбрать систему для изучения. Системы, которые имеет смысл изучать в контексте отношений между организацией и средой, обычно определяются географическими параметрами, политическими границами, особенностями рынка и реализуемой продукцией и т. д. Если границы системы заданы, то популяция организаций состоит из всех организаций в этих границах, которые имеют одинаковую форму. Иными словами, популяция — это форма в том виде, в каком она существует (реализована) в рамках определённой системы.

Оба значения термина «популяция» (а также соответствующие экологические теории) могут быть полезны для исследования организационной структуры. Согласно первому, более распространённому подходу, организационную структуру следует рассматривать как результат процесса коллективной адаптации. В соответствии с этим подходом структура и её изменения должны зависеть от адаптивности элементов организации и от разного доступа элементов к ресурсам среды. Для второго подхода адаптивная деятельность элементов организации не представляет интереса (не считая того факта, что вместе элементы образуют организационную структуру), в его рамках единицей адаптации считается организация. Конечно, следует развивать оба подхода, но в данной статье нас интересует лишь второй из них.

Наконец, мы хотели бы указать на свойства популяций, которые представляют наибольший интерес для популяционных экологов. Главное соображение по этому поводу было высказано Ч. Элтоном: «Когда мы решаем экологические задачи, нас интересует, *чем животные заняты* в силу того, что они являются целостными и живыми животными, а не мёртвыми и не набором их частей. Далее, нам следует изучить условия, в которых они это делают, и, самое важное, ограничивающие факторы, которые не позволяют им делать что-то другое. Ответив на эти вопросы, мы сможем выяснить причины *распределения и численности животных в природе*» [Elton 1927: 34]. В подзаголовке знаменитого эссе Дж. Э. Хатчинсона «Дань святой Розалии» ключевой вопрос сформулирован ещё более лаконично: «Почему существует так много видов животных?» [Hutchinson 1959]. Вслед за этими видными экологами мы утверждаем, что популяционная экология организаций должна попытаться объяснить распределение организаций по средовым условиям, а также ограничения, которые разные среды налагают на организационную структуру. В целом необходимо ответить на вопрос: почему существует так много видов организаций?

3. Некоторые важные различия между видами экологического анализа

Привлечение моделей из экологии для исследования организаций ставит ряд аналитических проблем, связанных с различиями между человеческими и нечеловеческими организациями и их основными составляющими. Для начала стоит обратить внимание на негенетические механизмы передачи информации. Задача биологического анализа значительно упрощается тем фактом, что наиболее важная информация, связанная с адаптацией к среде (мы называем такую информацию структурой), передаётся генетически. Поскольку генетические процессы практически не меняются, то структура, как правило, остаётся совершенно неизменной. Небольшое число изъянов приводит к структурным изменениям, которые, если не будут отторгнуты средой, вновь станут передаваться почти в неизменном виде. Исключительная структурная инвариантность видов значительно упрощает задачу выделения и разграничения популяций. Ещё важнее то, что адаптивность структуры можно однозначно сопоставить с чистыми показателями воспроизводства: если после изменения среды чистый уровень воспроизводства в популяции с заданными признаками вырос, это значит, что популяция прошла отбор. Именно поэтому современные биологи сузили определение соответствия (*fitness*) до чистого коэффициента воспроизводства популяции.

По-видимому, человеческая социальная организация в большей степени отражает результаты обучения и адаптации, и вследствие этого категории «соответствие» труднее дать чёткое определение. По крайней мере в некоторых условиях организации могут так сильно менять свою структуру, что из одной формы они переходят в другую, поэтому предельные случаи адаптации могут вызывать изменения, которые при наблюдении будут выглядеть как отбор. Наиболее запутанная ситуация возникает, когда разные организационные формы схожи по многим параметрам.

Ранее мы уже предлагали комплексную меру соответствия, которая включала бы как отбор (реальный уровень смертности организаций), так и смену формы (предельный случай адаптации) [Hannan, Freeman 1974]. При таком подходе соответствие определяется как вероятность того, что некоторая форма организации сохранится в данной среде. Мы по-прежнему полагаем, что такой подход обладает определённой ценностью, но теперь нам представляется, что совмещать процессы адаптации и отбора несколько преждевременно. Первым делом следует изучить процессы отбора в ситуациях, при которых инерционное давление достаточно сильно, чтобы смена формы была маловероятной.

Далее, следует отметить, что способность к адаптации сама претерпевает эволюцию (то есть систематический отбор). Как будет показано ниже, организации приобретают способность к адаптации ценой ухудшения достигаемых результатов в стабильной среде. Выживут такие адаптивные организационные формы или нет (то есть смогут ли они сопротивляться отбору), зависит от характера среды и особенностей конкурентной ситуации. Таким образом, с точки зрения отбора высокий уровень адаптивности рассматривается как особый результат эволюции.

Представляется, что человеческая экология отличается от биоэкологии и в другом отношении. Как отмечают П. Блау и У. Р. Скотт, в отличие от ситуации, с которой обычно имеют дело биологи, отдельные организации (и популяции организаций) могут расширяться почти безгранично [Blau, Scott 1962]. Поскольку нас интересует, как организационные формы распределяются по средам, способность элементарных единиц к расширению создаёт определённую проблему. Некоторая форма (например, формальная бюрократия) может распространяться по некоторой системе, рынку или сфере деятельности потому, что разрастается одна бюрократия, или потому, что возникает множество бюрократий. И в том, и в другом случае будет зафиксирован рост бюрократизации организаций. Если применять теорию популяционной экологии для изучения проблемы организационных изменений формальным образом, то это рискует вылиться в простой подсчёт относительных величин, характеризующих размеры по-

пуляций. В результате такой процедуры от исследователя организаций ускользнёт явление, представляющее для него наибольший интерес. С. Уинтер, обсуждая поднятую нами аналитическую проблему, предлагает проводить различие между выживанием, которое отражает судьбу отдельных организаций, и жизнеспособностью, отражающей ту «долю рынка», которую занимает определённая организационная форма [Winter 1964].

Существует и другой подход к проблеме размера популяции, который представляется нам не менее (если не более) перспективным. Многие теоретики отмечали, что рост сопровождается структурными изменениями; иными словами, отдельная организация не может бесконечно расти и при этом сохранять свою исходную форму. Так, если бы мышь выросла размером с дом, она, вероятно, не смогла бы сохранить прежнее соотношение массы тела к скелетной структуре, то есть она уже не выглядела бы и не функционировала бы физиологически как мышь. К. Боулдинг и М. Хэйр указывают, что то же самое верно и применительно к организациям [Boulding 1953; Haire 1959]. Основываясь на статье В. Грайчюнаса [Graicunas 1933] и некоторых других работах, Т. Каплоу утверждает, что с ростом числа участников организации способность каждого из её членов осуществлять со всеми остальными членами взаимодействие лицом к лицу снижается [Caplow 1957]. В результате характер взаимодействий меняется, они становятся более безличными, формальными. Блау и его соавторы по ряду работ утверждают, что существует сходное причинное воздействие размера на структуру [Blau, Scott 1962: 223–242; Blau, Schoenherr 1971; Blau 1972]. Если верно то, что вместе с размером организации меняется её форма, можно предположить и то, что распределение размеров организаций действительно определяется действием механизмов отбора. Преобладание больших организаций, вероятно, имеет смысл рассматривать как особый случай отбора, когда движение от «малой формы» к «крупной форме» теоретически неотлично от растворения («смерть») малых организаций и их замещения крупными («рождение»).

Итак, мы указали на ряд проблем, требующих решения. Первая из них касается двух источников изменения — отбора и адаптивного обучения. Нам представляется, что в литературе по организациям адаптивному обучению уделялось слишком много внимания по сравнению с отбором. На сегодняшний день гораздо больше известно о практиках принятия решений, построения прогнозов и т. п., чем об отборе в популяциях организаций. Вторая же проблема связана с различием между отбором и жизнеспособностью. Существует ли действительно необходимость проводить различие между этими понятиями, будет ясно по результатам исследований проблемы размера организаций; такими исследованиями в настоящее время заняты многие аналитики организаций.

4. Принцип изоморфизма

В наиболее ясном из всех имеющихся изложении принципов человеческой экологии А. Хоули отвечает на вопрос о том, почему существует так много видов организаций [Hawley 1968]. Согласно Хоули, разнообразие организационных форм изоморфно разнообразию сред. В условиях равновесного состояния в каждой отдельной средовой конфигурации существует только та организационная форма, которая оптимально адаптирована к требованиям среды. Каждая единица сталкивается с ограничениями, которые вынуждают её походить на другие единицы, находящиеся под действием тех же ограничений. Хоули предложил объяснение, в котором ключевую роль играют схемы коммуникации и структурные дополнения этих схем: «<Организационные единицы> должны подчиняться стандартным условиям коммуникации и стандартным процедурам, вследствие чего они развивают сходное внутреннее устройство (с поправкой на различие в размерах организаций)» [Hawley 1968: 334].

Несмотря на то что это утверждение выглядит вполне здравым с экологической точки зрения, в нём упущен ряд интересных аспектов проблемы. Если мы хотим вывести из принципа изоморфизма удовлетворительный ответ на поставленный вопрос, то формулировку этого принципа следует модифи-

цировать и дополнить по крайней мере в двух отношениях. Первая модификация касается механизма (или механизмов), ответственного за равновесие, и в этом отношении принцип изоморфизма должен быть дополнен критерием отбора и теорией конкуренции. Вторая модификация связана с тем, что принцип изоморфизма ничего не говорит о проблемах оптимальной адаптации к меняющейся среде, а также игнорирует тот факт, что популяции организаций зачастую сталкиваются с множеством сред, которые предъявляют отчасти противоречащие друг другу требования. Чтобы понять, как ограничения влияют на организационную форму, следует разработать модели множественных динамических сред. Конечно, в рамках данной работы мы не можем доработать принцип Хоули в полной мере, но попытаемся выделить основные проблемы и предложить некоторые варианты его доработки.

5. Теория конкуренции

Первое необходимое направление доработки состоит в том, чтобы уточнить процесс оптимизации, ответственный за явление изоморфизма. Мы уже обсуждали два механизма — отбор и адаптивное обучение. Изоморфизм может возникать либо вследствие того, что неоптимальные формы выбраковываются из сообщества организаций, либо из-за того, что лица, принимающие решения в организациях, узнают, какая реакция является оптимальной, и соответствующим образом приспособливают поведение организации. Мы по-прежнему будем концентрироваться на первом из этих процессов — на отборе.

С проблемой оптимизации связаны два вопроса: кто оптимизирует и что оптимизируется? Обычно полагают (например, в теории фирмы), что лица, принимающие решения в организациях, оптимизируют прибыль в расчёте на некоторое множество организационных действий. С точки зрения популяционной экологии оптимизацию, напротив, осуществляет среда⁵. Среда отбирает оптимальные комбинации организаций независимо от того, имеет ли место сознательная адаптация отдельных организаций. Таким образом, если можно здесь говорить о наличии рациональности, то это рациональность естественного отбора. В случае фирм, работающих на конкурентных рынках, рациональность организации и рациональность среды могут совпадать. Тогда для каждой фирмы оптимальным поведением является максимизация прибыли, а среда (в данном случае — рынок) руководствуется правилом отбора максимизаторов прибыли. Исходя из этого наблюдения, М. Фридман предлагает положить принципы эволюции в основание теории фирмы [Friedman 1953]. Однако Уинтер убедительно показал, что на деле ситуация гораздо сложнее, и лишь в очень редких случаях индивидуальная рациональность и рациональность среды или рынка ведут к одному и тому же оптимуму [Winter 1964]. В тех же случаях, когда эти два типа рациональности не согласуются друг с другом, нас интересует оптимизирующее поведение среды.

Поскольку мы сосредоточены на отборе, на первый план выходит явление конкуренции. Предположительно организационные формы терпят неудачу в определённых обстоятельствах среды, потому что другие формы выигрывают у них конкуренцию за жизненно важные ресурсы. Конкуренция неизбежно возникает из-за того, что необходимые организациям ресурсы конечны, а популяции обладают неограниченной способностью к распространению.

Хоули вслед за Э. Дюркгеймом [Durkheim 1947] и многими другими авторами полагает, что именно конкуренция в первую очередь определяет выбор способов социальной организации [Hawley 1950: 201–203], и его модель отличается тем, что в ней подчёркивается косвенный характер этого процесса: «Воздействие всех агентов на общий объём предлагаемых ресурсов порождает взаимоотношения между каждой единицей и всеми остальными единицами уже хотя бы потому, что, когда один агент по-

⁵ В биологических приложениях экологии предполагается, что сила (в физическом смысле) оптимизируется путём естественного отбора в соответствии с так называемым законом Лотки—Дарвина. В случае социальной организации людей можно исходить из того, что в ходе отбора оптимизируется использование определённого набора ресурсов, в который в том числе входят силы и время членов организации.

лучает нечто, он уменьшает на эту величину объём доступного другим агентам... Без этого косвенного воздействия (то есть если бы единицы не могли воздействовать друг на друга, влияя на совокупный ограниченный объём предлагаемых ресурсов) не было бы конкуренции» [Hawley 1950: 202]. В модели Хоули процессы конкуренции обычно состоят из четырёх этапов: (1) спрос на ресурсы превышает их предложение; (2) конкуренты становятся всё более похожими друг на друга по мере того, как стандартные условия конкуренции вызывают однородную реакцию; (3) отбор устраняет слабейших из числа конкурентов; (4) проигравшие конкуренты дифференцируются по территориальному или функциональному признаку, создавая тем самым более сложное разделение труда.

Как ни странно, в более поздних работах Хоули механизмы конкуренции практически не используются. В частности, как отмечалось ранее, предлагаемое им обоснование принципа изоморфизма опирается на логику адаптации. Мы предлагаем выработать более взвешенный подход, целенаправленно включив в него конкуренцию как механизм производства изоморфизма⁶. За счёт этого нам удастся привлечь для решения проблемы широкий ряд формальных моделей.

Первый шаг в построении экологической модели конкуренции состоит в описании природы процесса роста популяции. Как минимум, мы хотели бы, чтобы в модели учитывалось соображение о том, что в каждый конкретный момент каждой форме организации доступен конечный и ограниченный набор ресурсов. Это согласуется с понятием «ограниченное предложение ресурсов» у Хоули и с аргументом Стинчкомба о том, что человеческие сообщества располагают ограниченными «способностями к организации» [Stinchcombe 1965]. Нам также хотелось бы учесть соображение о том, что темпы присоединения новых единиц к существующим популяциям организаций зависят от того, в какой мере ограниченная ёмкость уже была исчерпана. Чем больше оставшаяся ёмкость, тем быстрее должны быть темпы роста популяции организаций. Однако темпы задействования неиспользованных возможностей распространения зависят от формы организации. Таким образом, мы имеем два разных экологических признака: ёмкость среды для организационных форм и темпы роста (или сокращения) популяций при изменении поддерживающего воздействия среды.

При формализации модели полезно начать с функции контроля, которую Н. Хаммон, П. Дорейан и К. Тойтер используют для того, чтобы добавить динамический аспект в теорию размера и дифференциации, предложенную Блау [Hummon, Doreian, Teuter 1975]. Согласно модели контроля, темпы изменения размера любой единицы (в данном случае — популяции организаций) пропорциональны различию между текущим размером X и равновесным размером X^* , допустимым в данной среде. Это соотношение можно представить в виде

$$\frac{dX}{dt} = f(X^* - X) = r(X^* - X) \quad (1).$$

Здесь X^* и r означают соответственно ограниченную ёмкость среды и структурно обусловленную способность популяции организаций реагировать на изменения среды.

На общей модели роста в той форме, в которой она предложена в выражении (1), основывается большинство работ по конкуренции в популяционной экологии. Это логистическая модель роста (для роста на единицу популяции):

$$\frac{dX_i}{dt} = r_i X_i \left(\frac{k_i - X_i}{k_i} \right) \quad (2),$$

⁶ В нашу модель конкуренции включены только первый и третий из этапов, описанных Хоули. Однородность реакции и дифференциацию сообщества мы предпочитаем рассматривать как следствия совместного воздействия некоторых конкурентных процессов и особенностей среды.

где X_1 обозначает размер популяции; k_1 — способность среды к поддержанию X_1 (обычно этот параметр называют потенциальной ёмкостью — *carrying capacity*); r_1 — так называемый естественный темп роста популяции, то есть скорость, с которой популяция растёт, когда её размер существенно ниже потенциальной ёмкости.

Как отмечалось выше, экологические параметры k и r исключительно важны. Наша исследовательская группа занялась сопоставлением разных организационных форм путём оценивания для каждой из них параметров в моделях типа модели (2). К настоящему моменту нам удалось установить связь между такими структурными характеристиками организаций, как сложность деятельности ядра, и изменениями параметров k и r [Freeman, Brittain 1977; Nielsen, Hannan 1977]. Вместе с исследованиями Хаммона и его коллег [Hummon, Doreian, Teuter 1975] эти работы дают нам основание утверждать, что модели типа (1) и (или) (2) хорошо аппроксимируют рост популяций организаций.

До сих пор мы исходили из того, что пределы роста популяции обуславливаются конечной природой среды (например, благосостоянием сообщества или сочетанием профессиональных навыков). Теперь пришло время вновь ввести в анализ конкуренцию. Согласно Хоули, конкуренция воздействует косвенным образом, поскольку конкуренты снижают совокупный объём доступных ресурсов. Это можно отразить в модели, если последовать за биоэкологами и расширить логистическую модель роста. Рассмотрим, например, вторую популяцию организаций, размер которой составляет X_2 . Будем считать, что популяции конкурируют между собой, если увеличение количества единиц в одной популяции ведёт к снижению темпов роста другой. В этом случае популяции зависят от ресурсов одного и того же типа. Тогда адекватная модель может быть представлена в виде следующей системы уравнений роста, известных как уравнения Лотки—Вольтерры для конкурирующих популяций:

$$\begin{aligned} \frac{dX_1}{dt} &= r_1 X_1 \left(\frac{k_1 - X_1 - \alpha_{12} X_2}{k_1} \right) \\ \frac{dX_2}{dt} &= r_2 X_2 \left(\frac{k_2 - X_2 - \alpha_{21} X_1}{k_2} \right) \end{aligned} \quad (3).$$

Коэффициенты α_{12} и α_{21} называются коэффициентами конкуренции и обозначают силу воздействия увеличения одной популяции на рост другой. При такой простой формулировке модели единственным результатом конкуренции является снижение потенциальной ёмкости среды для каждой популяции организаций.

Анализ уравнений (3) даёт интересные качественные результаты. Несложно показать, что устойчивое равновесие для двух популяций существует в системе (3), только когда выполняется условие

$$\frac{1}{\alpha_{21}} < \frac{k_2}{k_1} < \alpha_{12} \quad (4).$$

Следовательно, очень похожие популяции (то есть популяции с коэффициентами конкуренции, близкими к единице) могут сосуществовать только при некоторых конкретных значениях соотношения k_2 / k_1 . Как следствие, при $\alpha_{12} = \alpha_{21} = 1$ равновесие для двух популяций не может быть устойчивым; любой внешний шок приведёт к исчезновению одной из популяций. Этот вывод согласуется с часто упоминаемым более общим «принципом конкурентного исключения» [Gause 1934]⁷. В соответствии с этим принципом две популяции не могут устойчиво занимать одну и ту же нишу. Популяции занимают одну и ту же нишу постольку, поскольку они зависят от одних и тех же ресурсов среды. При зависимо-

⁷ Ценность этого принципа является в основном эвристической (см. основательную критику попыток вывести количественные следствия из принципа Гаузе в кн.: [MacArthur 1972: 43–46]; однако качественных следствий, которые мы здесь рассматриваем, эта критика не касается).

сти от одинаковых ресурсов добавление нового элемента к X_2 будет иметь для роста X_1 те же следствия, что и добавление элемента к X_1 ; иными словами, коэффициенты конкуренции равны единице. Общий вывод состоит в том, что чем больше сходство между двумя ограниченными в ресурсах конкурентами, тем менее вероятно, что в рамках одной среды между ними установится равновесие.

Если две популяции организаций, пользующиеся одинаковыми ресурсами среды, различаются одной характеристикой, то та популяция, у которой эта характеристика в меньшей степени соответствует обстоятельствам среды, обычно будет исчезать. Таким образом, в состоянии устойчивого равновесия будет существовать только одна популяция, и она будет изоморфна среде.

Для того чтобы обнаружить следствия модели для организационного разнообразия, мы расширяем систему уравнений Лотки—Вольтерры для ситуации, в которой имеется M конкурентов:

$$\frac{dX_i}{dt} = r_i X_i (k_i - X_i - \sum \alpha_{ij} X_j) / k_i \quad (i=1, \dots, M) \quad (5).$$

В общей системе (5) существует равновесие для сообщества:

$$k_i = X_i + \sum \alpha_{ij} X_j \quad (i=1, \dots, M) \quad (6).$$

Эти уравнения можно выразить в матричной форме:

$$k = Ax \quad (7),$$

где x и k — это $(M \times 1)$ вектор-столбцы, а A — матрица сообщества, элементами которой являются коэффициенты конкуренции:

$$A = \begin{pmatrix} 1 & \alpha_{12} & \dots & \alpha_{1m} \\ \alpha_{21} & 1 & & \cdot \\ \cdot & & \cdot & \cdot \\ \cdot & & \cdot & \cdot \\ \alpha_{m1} & \cdot & \cdot & 1 \end{pmatrix}.$$

Так называемая теория структуры сообщества предполагает, что проводится анализ того, как с точки зрения предполагаемых процессов конкуренции ведёт себя в состоянии равновесия система, заданная в уравнении (7)⁸. И хотя получаемые результаты формулируются в терминах разнообразия видов, они носят весьма общий характер. В частности, можно показать, что, когда рост популяции ограничивается только доступностью ресурсов, число ресурсов разного рода определяет верхнюю границу разнообразия в системе⁹. Ещё более общий вывод состоит в том, что верхняя граница разнообразия равна сумме числа различных ресурсов и числа дополнительных ограничений роста [Levin 1970].

Даже когда речь не идёт о людях, все эти результаты трудно использовать непосредственно для расчёта верхней границы разнообразия. Основная сложность заключается в том, чтобы отличить ограничения друг от друга. Для определения того, насколько два ограничения должны различаться, чтобы они имели разные последствия для равновесия на уровне сообщества, требуется большая эмпирическая работа. Тем не менее из этих теорем можно вывести полезные качественные следствия. Если удаётся

⁸ Мы ограничиваемся здесь случаем, когда все элементы A неотрицательны. Отрицательные элементы возникают в случае отношений хищника и жертвы (или, в более общем виде, хозяина и паразита). Обычно в таких случаях происходит циклический рост популяции.

⁹ В более точной формулировке теорема гласит, что для системы из M конкурентов и $N < M$ ресурсов не существует устойчивого равновесия [MacArthur, Levins 1964].

выявить изменения среды, которые добавляют или устраняют ограничения из системы, допустимо делать вывод о том, повысилась или снизилась верхняя граница разнообразия.

Этот общий качественный результат можно по-разному использовать для решения обсуждаемых здесь исследовательских проблем. Например, распространение рынков и механизмов государственного контроля в социальных системах будет, как правило, приводить к исчезновению или сокращению числа ограничений, которые являются специфичными для локальных сред. В рамках системы более высокого уровня процесс возрастания экономического и политического влияния центра будет вести к замещению локальных ограничений более унифицированными. Поскольку изначально локальные среды гетерогенны, увеличение влияния центра должно приводить к снижению числа ограничений на организации в системе в целом.

С одной стороны, изложенная только что теория предполагает, что изменения в структуре ограничений должны устранять некоторые популяции и тем самым снижать организационное разнообразие¹⁰. С другой стороны, можно предположить, что в некоторых локальных средах появление более общих системных ограничений в дополнение к уже существовавшим локальным ограничениям способно увеличивать общее число ограничений в локальной системе. В таком случае организационное разнообразие в этих локальных средах будет возрастать. Такой рост будет приводить к созданию или заимствованию новых организационных форм.

Возрастающая роль государства в регулировании экономического и социального действия открывает множество возможностей для анализа того, как изменения структуры ограничений воздействуют на разнообразие организационных форм. Примерами выступают законы о лицензировании, регулирование минимального уровня заработной платы, законодательство в области здравоохранения и безопасности, позитивная дискриминация (*affirmative action*) и другие направления регулирования действий организаций. Когда такого рода регулирование применяется ко всем организациям в какой-нибудь большой сфере, результатом становится неизбежное изменение в распределении размера организаций. Чаще всего выбраковываются самые маленькие из них, однако легко представить ситуации, в которых более неблагоприятное воздействие испытывают средние организации (точнее, организации, характеризующиеся некоторым минимальным уровнем сложности). Регулирование не только влияет на распределение размера, но и иными способами воздействует на разнообразие видов организационного устройства. Например, можно изучать влияние действий государства на разнообразие систем финансовой отчётности в отраслях, учебных планов в университетах, организационных структур в больницах и т. д. Всякий раз ключевое значение имеет то, произошла ли замена ограничений более низкого уровня новым ограничением (в этом случае разнообразие будет сокращаться), или же новое ограничение добавилось к ранее существовавшим (тогда организационное разнообразие будет, скорее, возрастать).

Чтобы продемонстрировать продуктивность предложенной нами элементарной теории конкуренции, мы рассмотрим коротко ещё одно направление её эмпирической проверки. Ранее указывалось, что регулирование можно исследовать с точки зрения того, как оно влияет на распределение организаций по размеру. Согласно классической модели распределения размера организаций, имеет место следующий простой процесс [Simon, Vonini 1958]. Исходно существует множество организаций одинаково небольшого размера. Затем определённая часть организаций заимствует некоторую полезную техническую или организационную инновацию, благодаря чему их размер увеличивается. Далее, в течение определённого периода времени тот же процесс повторяется на новом уровне с такой же долей организаций, которые вновь осуществляют инновацию, позволяющую им увеличиться в размерах. В результате такого процесса роста возникает типичное для многих распределений по размеру логнормальное распределение.

¹⁰ Более подробно, на примере этнической организации, этот аргумент излагается в работе: [Hannan 1975].

Эту классическую модель можно уточнить с помощью теории конкуренции. Если, как мы утверждали ранее, большие изменения размеров организаций сопровождаются структурными трансформациями (изменениями формы), то организации, существующие в рамках одной и той же сферы, но сильно отличающиеся по размеру, будут обнаруживать разные формы. Вследствие этих структурных различий они, как правило, будут зависеть от разных наборов ресурсов среды (и от разных ограничений). Иными словами, внутри каждой сферы деятельности модели использования ресурсов будут разными для разных участков распределения организаций по размеру. А значит, наиболее интенсивная конкуренция будет разворачиваться между организациями сходного размера. Также можно утверждать, что уровень конкуренции между любыми двумя организациями в отрасли будет обратно пропорционален расстоянию, которое разделяет их на оси размера. Например, небольшие местные банки конкурируют прежде всего с другими мелкими банками, в меньшей степени — с региональными банками среднего размера, а с международными банками практически не конкурируют вовсе. В этих условиях существенные изменения распределения организаций по размеру указывают на действие отбора в отношении сходных по размеру организаций.

Теперь вернёмся к классической модели. Когда возникают крупные организации, они становятся опасными конкурентами для средних организаций, а для малых почти не представляют угрозы. Классическая модель не учитывает, что на самом деле распространение крупных организаций может повышать шансы мелких организаций на выживание. Появление крупных организаций создаёт для средних ловушку: любая выбранная ими стратегия реакции на вызов со стороны более крупных форм делает их более уязвимыми в борьбе с более мелкими организациями, и наоборот. Иными словами, по крайней мере, в условиях устойчивой среды крайние участки распределения по размеру будут обычно выигрывать конкуренцию у середины (подробнее см. ниже). Соответственно, при лонгитюдных исследованиях распределения организаций по размеру можно ожидать, что после появления крупных организаций число средних будет сокращаться. Также стоит ожидать, что положение мелких организаций будет улучшаться по мере того, как их конкуренты будут устраняться из среды. Эта логика применима в общем случае для конкуренции между единицами, отличающимися по одному (любому) признаку: те, кто располагается в середине распределения, в устойчивых средах будут исчезать [MacArthur 1972: 43–46].

6. Теория ниш

В соответствии с принципом изоморфизма, в условиях равновесия социальные организации обнаруживают структурные признаки, которые приспособлены под наиболее существенные особенности ресурсной среды. Это утверждение не вызывает вопросов в случае устойчивой и определённой среды. Но будет ли оно применимо к средам, которые переключаются (предсказуемо или непредсказуемо) между несколькими разными конфигурациями? При попытке ответить на этот вопрос возникают сложные проблемы, однако сделать это необходимо для того, чтобы выработать адекватные модели соотношений между организацией и средой.

Интуиция подсказывает, что с помощью идеи изоморфизма можно хорошо описывать процессы только в устойчивых средах. В неустойчивых же организациях приходится создавать дженералистскую структуру, которая позволяет оптимальным образом адаптироваться не к какой-то конкретной конфигурации среды, а ко всем возможным конфигурациям. Иными словами, организации-специалисты (*specialized organizations*) должны обнаруживаться в устойчивых и определённых средах, а организации-дженералисты (*generalized organizations*) — в неустойчивых и неопределённых. Выполняется ли эта закономерность в социальных организациях, покажут только эмпирические исследования, однако исходя из целого ряда моделей, существующих в популяционной экологии, можно заключить, что такое предположение чрезмерно упрощает дело. Полностью обосновать это в рамках одной статьи невоз-

можно; мы ограничимся тем, что укажем основные линии рассуждений, которые вытекают из одного весьма многообещающего подхода — теории ширины ниши, предложенной Р. Левинсом [Levins 1962; 1968].

Понятие «ниши», которое сами биологи заимствовали из социальной науки в период её становления, играет в экологической теории ключевую роль. В рамках данной работы нет возможности подробно обсуждать разнообразные варианты использования этого понятия (см.: [Whittaker, Levin 1976]). Предлагаемая нами далее модель использует формулировку Хатчинсона [Hutchinson 1957]. Согласно этой формулировке, ниша популяции (речь идёт о реально сформировавшейся нише) определяется как та область в пространстве ограничений (осями этого пространства являются уровни ресурсов и т. д.), в которой данная популяция выигрывает конкуренцию у всех остальных локальных популяций. Таким образом, ниша состоит из всех комбинаций уровней ресурсов, при которых популяция может выжить и воспроизводиться.

Каждая популяция занимает свою нишу. Здесь достаточно рассмотреть случаи, когда две популяции отличаются друг от друга только по одному средовому параметру E , а по остальным параметрам они одинаковы. Тогда конкурентные позиции популяций могут быть изображены так, как это сделано на рисунке 1.

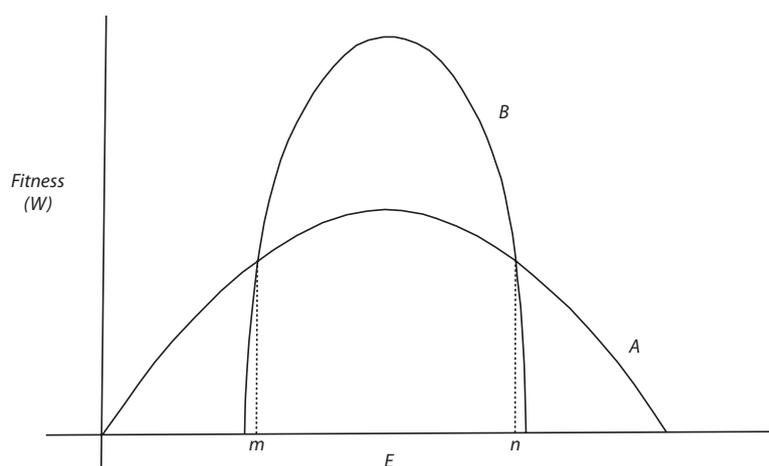


Рис. 1. Функции соответствия (ниши) для специалистов и дженералистов

На рисунке 1 популяция A занимает очень широкую нишу, в то время как для популяции B зона соответствия (W) сконцентрирована на очень узком отрезке значений средового параметра. Это различие обычно обозначают как различие между дженералистами и специалистами, и оно играет ключевую роль как в биологической экологии, так и в популяционной экологии организаций.

По сути, различие между специалистами и дженералистами состоит в том, что в одном случае организация добивается процветания за счёт того, что максимально эксплуатирует данную среду, но одновременно принимает на себя риски, возникающие при изменении среды, а в другом — за счёт того, что довольствуется более низким уровнем эксплуатации среды, но обеспечивает себе большую безопасность. Специалисты могут преобладать в равновесном распределении организационных форм; как мы покажем далее, это зависит от формы наборов соответствий (*fitness sets*) и от свойств среды.

Отчасти успешность специалистов объясняется более низкими требованиями к избыточной мощности (*excess capacity*). В условиях неопределённости большинство организаций сохраняют некоторую избыточную мощность для того, чтобы гарантировать надёжность своего функционирования. В быстро меняющейся среде величина избыточной мощности также часто меняется: те мощности, которые

используются сегодня, завтра могут стать избыточными, а от тех, которые являются избыточными сегодня, завтра может зависеть функционирование всей организации. Когда организации работают в среде, где переход от одного состояния к другому совершается не так часто, им приходится (речь идёт о равновесном состоянии) при распределении загрузки мощностей сохранять избыточную мощность в течение более долгого времени. При оценивании со стороны велико искушение счесть это пустой тратой ресурсов, однако на деле это может быть необходимо для выживания организации. Согласно Дж. Томпсону, организации выделяют ресурсы подразделениям, задача которых состоит в изоляции базовой технологии от порождаемых средой дестабилизирующих воздействий [Thompson 1967]. Так, например, фирмы-производители могут держать в штате юристов или даже нанимать новых юристов в периоды, когда они не ведут никаких судебных тяжб.

Роль избыточной мощности связана не только с её размером, но и с тем, как она используется. Иногда стабильное функционирование организаций обеспечивается созданием специализированных подразделений [Thompson 1967]; в других случаях избыточная мощность направляется на организационные роли — это происходит, когда организация нанимает персонал, чьи навыки и способности превышают уровень, необходимый для рутинной работы, которую они выполняют. В этом заключается одна из важных причин использования профессионалов в организациях. Профессионалы задействуют больше ресурсов не только потому, что им обычно больше платят, но и потому, что организациям приходится давать им больше автономии (в том числе право реагировать на запросы внешних референтных групп). Организации же, в свою очередь, за счёт найма профессионалов становятся более гибкими, возрастает их способность справляться с изменчивостью среды. К примеру, больницы и их пациенты часто нанимают акушеров-гинекологов и педиатров для работы в родильных палатах, хотя обычная акушерка, как правило, может принять роды не хуже, а то и лучше. Навыки, которыми обладает профессиональный медик, это и есть избыточная мощность, необходимая для того, чтобы гарантировать уверенное функционирование организации, если при родах возникнут какие-либо проблемы. Обычно педиатр осматривает ребёнка сразу после рождения, чтобы выявить нарушения нормы, требующие немедленного реагирования. Если матери вследствие родов угрожает опасность, а ребёнку также требуется внимание, то присутствие педиатра гарантирует, что акушеру-гинекологу не придётся разрывать своё внимание между матерью и ребёнком.

Избыточная мощность может также отводиться на развитие и поддержание процедурных систем. Когда состояние среды характеризуется высоким уровнем определённости, функционирование организации становится рутинным, и координация может осуществляться за счёт формальных правил и инвестирования ресурсов в обучение должностных лиц для выполнения этих формальных процедур. На самом деле, если бы среда вообще не менялась ($p = 1$), все участники были бы обучены выполнению процедур, а сами процедуры — идеально продуманы, не было бы вообще никакой надобности в структуре управления (не считая мониторинга поведения сотрудников). Однако когда уровень определённости низок, функционирование организации уже не столь рутинно. В этих условиях выделение больших ресурсов на разработку и поддержание процедурных систем контрпродуктивно, и оптимальные организационные формы направляют ресурсы на менее формализованные системы, которые способны к выработке более инновационных вариантов реагирования (например, комитеты и команды). В данном случае избыточная мощность отражается в увеличении времени, которое требуется таким структурам для принятия решений, а также в росте издержек координации.

Основная идея заключается в том, что результат отбора популяций организационных форм зависит от того, какой размер избыточной мощности та или иная популяция сохраняет и как она его распределяет. Одни и те же модели распределения могут быть для одних организаций рациональными, а для других нерациональными. То, что с точки зрения оценки эффективности в данный момент выглядит напрасной тратой ресурсов, через некоторое время может сыграть определяющую роль в том, выживет

организация или погибнет. Точно так же организации могут выживать благодаря тому, что высокий уровень профессионализации обеспечивает координацию через взаимную подстройку, хотя со стороны это может выглядеть как подобие хаоса. И наоборот, организации, где кажется, что каждый всегда точно знает, что ему делать, могут потерпеть неудачу. В рамках заданного набора условий среды ключевой экологический вопрос всегда состоит в том, какие формы будут преуспевать, а какие исчезнут.

Таким образом, дженерализм наблюдается в популяции организаций, либо когда она опирается одновременно на множество разных ресурсов, либо когда она постоянно сохраняет избыточную мощность. Эта избыточная мощность позволяет таким организациям меняться и использовать те ресурсы, которые в настоящий момент более доступны. Корпорации, которые непривычно большую часть своих совокупных активов держат в подвижной форме (или в состоянии «простоя» («*slack*»)), если говорить на языке теории фирмы [Penrose 1959; Cyert, March 1963]), являются дженералистами. В любом случае, дженерализм требует больших издержек, и в условиях устойчивой среды дженералисты будут проигрывать конкуренцию специалистам. А при статическом анализе в каждый конкретный момент времени у дженералистов можно обнаружить избыточную мощность. Отсюда следует, что агенты, наблюдающие со стороны за какими-то отдельными дженералистами, зачастую будут принимать их избыточную мощность за бессмысленную трату ресурсов.

Можно проследить, как меняется ширина ниши, если допустить, что области под кривыми соответствия равны по площади, и специалисты отличаются от дженералистов тем, как они распределяют ограниченный объём соответствия между разными состояниями среды. Во всех состояниях, к которым специалисты приспособились, они выигрывают конкуренцию у дженералистов (поскольку предполагается, что уровень соответствия фиксирован). Когда изменения среды не выходят за границы интервала $[m, n]$ на рисунке 1, у дженералистов нет преимущества в адаптации, и отбор будет работать против них. И наоборот, если среда только иногда оказывается в состояниях, которые находятся внутри этого интервала, то специалисты добьются меньшего успеха, чем дженералисты. Эти краткие замечания проясняют значение вариаций среды для изменения ширины ниши.

Сделаем ещё одно упрощение: рассмотрим среду, которая может принимать только два состояния: она всегда либо с вероятностью p находится в состоянии 1, либо с вероятностью $q = (1 - p)$ находится в состоянии 2. Далее, предположим, что распределение состояний среды описывается формулой Бернулли (испытания независимы друг от друга). Для этого случая Левинс показал, что оптимальная ширина ниши зависит от p и от «расстояния» между двумя состояниями среды [Levins 1962; 1968].

Чтобы пояснить это, чуть сменим угол зрения. Поскольку каждая организация сталкивается с двумя средами, её соответствие зависит от соответствия обоим состояниям. Потенциал адаптации каждой организации можно описать парой значений (соответствие в состоянии 1 и соответствие в состоянии 2) в новом пространстве, осями которого являются показатели соответствия в каждом из состояний (см. рис. 2). При таком обозначении соответствие каждой организационной формы описывается отдельной точкой. Облако точек называется «набором соответствий». Предполагается, что все возможные в природе варианты адаптации представлены в наборе соответствий.

Наша задача состоит в том, чтобы определить, каким точкам из набора соответствий будет благоприятствовать естественный отбор. Заметим для начала, что все точки внутри набора уступают в соответствии хотя бы одной точке на границе набора. В этом смысле граница, изображённая как непрерывная линия, представляет оптимальные возможности. Поскольку естественный отбор максимизирует соответствие, он должен благоприятствовать точкам на границе; тем самым наша задача сужается до поиска пограничных форм, которые окажутся в наиболее благоприятном положении.

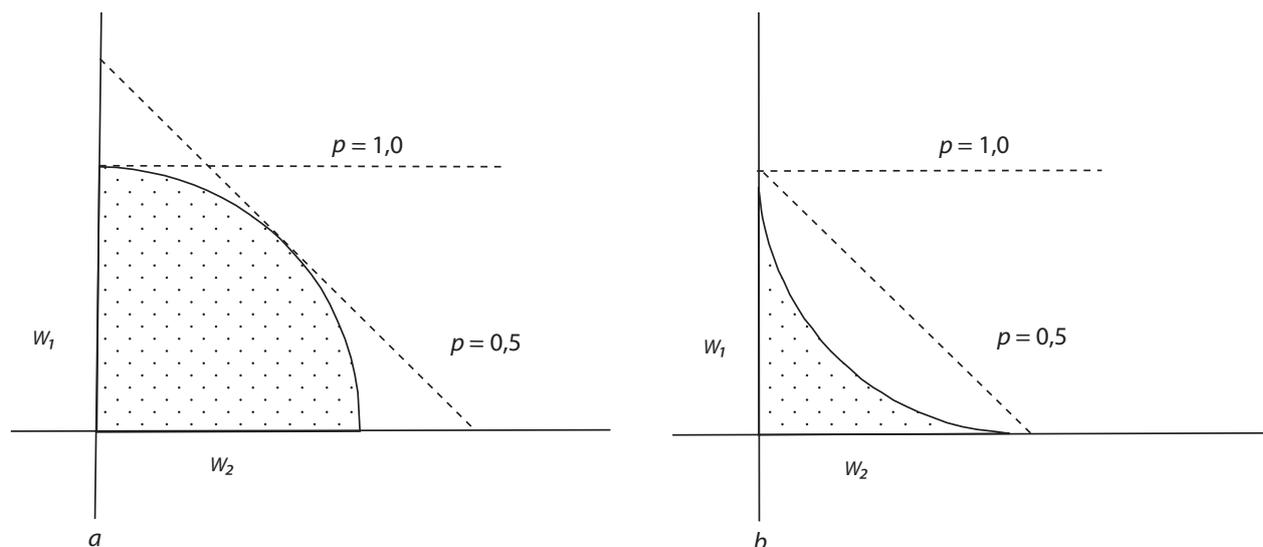


Рис. 2. Оптимальная адаптация в мелкочастичной среде:
a — выпуклый набор соответствий, *b* — вогнутый набор соответствий

На рисунке 2 (часть *b*) ни одна организационная форма не преуспевает одновременно в обоих состояниях среды: нет такой формы, которая обладала бы высокими показателями соответствия для обоих состояний. Ситуация будет иметь место, когда два состояния слишком «далеки» друг от друга, то есть когда они предъявляют слишком разные требования к адаптации организаций. В этих случаях набор соответствий будет вогнутым (см.: [Levins 1968]). Когда же «расстояние» между состояниями невелико, некоторые организационные формы вполне могут быть успешными в обоих состояниях. В этих случаях набор соответствий будет выпуклым, как в части *a* на рисунке 2.

Функции соответствия в частях *a* и *b* на рисунке 2 описывают разные ситуации адаптации. Следующий шаг заключается в том, чтобы построить модель процесса оптимизации. Для этого мы введём ещё одно различие: экологи полагают, что полезно различать вариацию среды как во времени, так и в пространстве по размеру частиц (*grain*). Считается, что когда существует множество экземпляров или реплик типичного элемента (в данном случае — организации), то речь идёт о мелкочастичной (*fine-grained*) вариации среды. В темпоральном плане мелкочастичная вариация возникает, когда организации обычно пребывают в одном состоянии недолго (в сравнении с длительностью их жизненного цикла). В противном случае мы имеем дело с крупночастичной (*coarse-grained*) средой. Спрос на продукты или услуги, как правило, характеризуется мелкочастичной вариацией, в то время как изменения правового режима чаще являются крупночастичными.

По сути, эти два типа вариации среды различаются размером издержек, которые влечёт за собой выбор субоптимальных стратегий. Проблему экологической адаптации можно рассматривать как азартную игру, в которой популяция выбирает стратегию (специализацию или дженерализм), а среда определяет результат (например, подбрасывая монету). Если «выпадает» состояние среды, благоприятное для организационной формы, эта форма процветает; в противном случае она приходит в упадок. Однако если имеется мелкочастичная вариация (то есть состояния длятся недолго), то каждая популяция организаций проходит через множество испытаний Бернулли и воспринимает среднее значение показателя среды. В случае же крупночастичной вариации период трудностей, возникающих вследствие неверного выбора, может продолжаться дольше, чем организация способна поддерживать своё существование в неблагоприятных условиях.

Чтобы отразить эти различия, Левинс ввёл адаптивную функцию, которая описывает для разных условий, какой вес получают в ходе естественного отбора показатели соответствия в каждом из состояний. Мы указали, что при мелкочастичной вариации организация воспринимает среднее значение показателя среды¹¹. Таким образом, в соответствующей функции адаптации показатели соответствия в двух состояниях (W_1 и W_2) просто взвешиваются по частоте встречаемости этих состояний: $A(W_1, W_2) = pW_1 + qW_2$. Чтобы обнаружить оптимальный вариант адаптации, следует просто наложить функцию адаптации на набор соответствий и найти точки соприкосновения функции адаптации и функций соответствия; эти точки и будут точками оптимальной адаптации. Рисунок 2 отображает решения для разных случаев. Если среда совершенно устойчива (то есть $p = 1$), то оптимальной стратегией является специализация. Если же среда достигает максимального уровня неопределённости (то есть $p = 0,5$), то оптимальной стратегией является дженерализм, но лишь в случае выпуклой кривой (когда требования разных сред не слишком различаются); в случае вогнутой кривой это не так. На самом деле в сформулированной таким образом модели в случае вогнутой кривой специализация всегда будет выигрышной стратегией.

Рассмотрим сначала случаи, когда среда устойчива (то есть $p = 1$). Легко видеть, что специализация в этом случае является оптимальной стратегией. В неустойчивых средах ситуация сложнее. Если набор соответствий является выпуклым (требования разных состояний среды сходны или комплементарны), то оптимальным решением оказывается дженерализм. А вот если требования состояний среды различаются (набор соответствий является вогнутым), оптимальной является специализация, и это не так странно, как кажется на первый взгляд. Когда среда быстро переходит от одних состояний к другим, издержки дженерализма высоки. Поскольку требования разных состояний среды различаются, к дженералистам предъявляются высокие требования по управлению структурой. Но так как среда быстро меняется, такие организации будут тратить большую часть времени и энергии на модификацию структуры. В таких условиях, по-видимому, лучше выбрать специализированную структуру и «отстояться на якоре», пока условия будут неблагоприятными.

Ситуация с крупночастичными средами несколько сложнее. Интуитивно ясно, что, поскольку каждое состояние среды продолжается длительное время, последствия неудачной адаптации должны быть более серьёзными, то есть издержки неудачной адаптации существенно превышают выигрыш от выбора правильной стратегии. Необходимо выбрать функцию адаптации, которая учитывала бы это обстоятельство. Одной из таких функций является логлинейная модель Левинса: $A(W_1, W_2) = W_1^p W_2^q$. Метод поиска оптимальной адаптации остаётся неизменным; результаты представлены на рисунке 3. Лишь в одном случае обнаруживаются отличия от результатов, полученных для мелкочастичных сред, — в случае сочетания неопределённой и крупночастичной вариации с вогнутыми наборами соответствий. Ранее мы видели, что в аналогичной ситуации для мелкочастичной вариации специализация является лучшим решением. Однако когда состояния среды длительное время не меняются, такая стратегия порождает большие издержки. Длительные периоды отсутствия адаптации ставят выживание организации под угрозу. В дополнение к этому более редкие изменения среды означают, что дженералистам не нужно тратить основную часть времени и усилий на модификацию структуры. Таким образом, как можно видеть на рисунке 3 (часть *b*), в этом случае оптимальной стратегией является дженерализм.

Сочетание крупночастичной вариации среды и вогнутых наборов соответствий обнаруживает ещё одну возможность. Оптимальная адаптация в условиях неопределённой среды характеризуется достаточно низким уровнем соответствия в обоих состояниях. Ясно, что должно существовать и лучшее решение. Левинс подробно разбирает этот случай и приходит к заключению, что, если речь идёт о биологии, где

¹¹ На самом деле то, что отбор зависит от средних показателей среды, — это лишь одна из возможных гипотез. А. Темплтон и Э. Ротман утверждают, что отбор зависит не от средних показателей, а от некоторого минимального уровня соответствия [Templeton, Rothman 1974]. Определяется ли отбор в популяциях организаций средними показателями или какими-то иными критериями — вопрос открытый. Мы следуем здесь за Левинсом, чтобы упростить изложение.

структура передаётся генетическим путём, отбор будет способствовать развитию полиморфизма, или поддерживаемого на генетическом уровне разнообразия в рамках одной популяции. Иными словами, предполагается, что в популяциях сочетаются типы, которые различаются, к примеру, по цвету, группе крови и т.д., так что часть этих типов специализируется на состоянии 1, а другая часть — на состоянии 2. Благодаря такой комбинации хотя бы часть популяции всегда будет преуспевать и сохранять генетическое разнообразие, что позволит популяции в целом добиваться успеха даже при изменении состояний среды. Совокупность всех таких гетерогенных популяций (состоящих отчасти из специалистов, сосредоточенных на одном состоянии, а отчасти — на другом) может быть представлена на диаграммах соответствия как прямая линия, соединяющая крайние точки, так что все возможные комбинации будут расположены на этой линии.

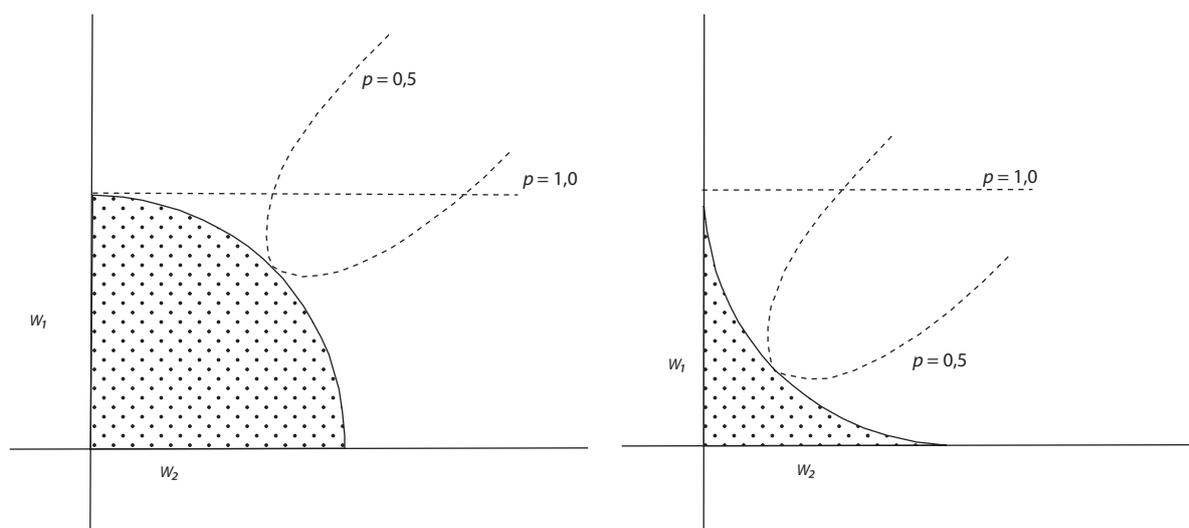


Рис. 3. Оптимальная адаптация в крупночастичных средах:
a — выпуклый набор соответствий; *b* — вогнутый набор соответствий

Крупночастичная вариация в сочетании с неопределённостью способствует развитию полиморфизма, особой формы дженерализма. Не нужно далеко ходить, чтобы найти её аналоги в среде организаций. Организации могут объединяться в союз (*federate*), когда организации-специалисты вместе составляют гетерогенную сверхорганизацию, которая объединяет все их ресурсы. В крупночастичной среде с высоким уровнем неопределённости, когда подразделения трудно как создавать, так и ликвидировать, издержки на поддержание громоздкой союзной структуры могут полностью покрываться за счёт того, что в любом состоянии среды в этой составной организации найдётся хотя бы часть, которая будет функционировать эффективно. Предложенная выше модель оставляет только одну возможность, при которой такие союзные организации будут обладать конкурентным преимуществом. И даже в этом случае это преимущество будет иметь место только в условиях крупночастичной вариации и высокой неопределённости среды.

Именно такую модель составной «холдинговой компании» можно наблюдать в современных университетах. Показатели набора студентов, а также уровень финансирования исследований то увеличиваются, то уменьшаются, точно так же, как и доход от инвестирования фондов целевого капитала; непостоянна и благожелательность законодателей. Некоторые из этих ресурсов изменяются циклически и предсказуемо, другие — нет. Но создавать и распускать академические подразделения чрезвычайно дорого не только в денежном отношении, но и с точки зрения усилий, которые приходится тратить на политическое противостояние. Университеты поэтому всегда облагают дополнительным «налогом» подразделения, находящиеся в комфортной среде, чтобы поддерживать те подразделения, которым повезло меньше. Например, университеты часто распределяют преподавательские ставки в соответствии

с некоторым фиксированным генеральным планом и тем самым недофинансируют быстро развивающиеся факультеты, но сохраняют избыточную численность преподавателей на других факультетах. Этим отчасти объясняется существование громоздких структур, которые объединяют факультеты свободных искусств, профессиональные школы, исследовательские лаборатории и т. д. (во всяком случае, это объяснение ничуть не хуже тех, которые подчёркивают интеллектуальную взаимозависимость между подразделениями).

О применении теории ниш к исследованию отношений между организацией и средой можно было бы сказать гораздо больше. Мы сосредоточились на простом сюжете и обратили внимание на значении взаимосвязи между конкуренцией и вариацией среды для определения оптимальной адаптивной структуры; тем самым мы продемонстрировали, что принцип изоморфизма необходимо существенно дополнить, чтобы изучать множество разных состояний среды и связанную с ними неопределённость. Объём упомянутой нами литературы по экологии стремительно увеличивается, и каждый месяц появляются новые результаты и новые модели. Благодаря этому исследователи организаций получают множество новых возможностей для изучения отношений между организацией и средой.

Рассмотрим один пример. В своём исследовании бюрократического и ремесленного подходов к управлению производством А. Стинчкомб утверждает, что строительные компании не полагаются на бюрократическую организацию административного персонала из-за сезонных колебаний спроса [Stinchcombe 1959]. Административный персонал требует накладных расходов, которые остаются относительно неизменными в течение всего года. Преимущество ремесленного управления (*craft administration*), которое в других случаях является более затратным (так как требует более высоких зарплат), заключается в том, что координация труда производится с опорой на предшествующую социализацию рабочих, а также на организацию. Поскольку при системе ремесленного управления показатели найма легче повышать и снижать в зависимости от спроса, административные издержки проще приводить в соответствие с уровнем спроса.

Основной причиной существования этой модели являются сезонные колебания в сфере строительства. В экологических терминах среда (роль которой здесь выполняет спрос) является крупночастичной. Кроме того, два состояния, то есть два времени года, сильно отличаются друг от друга, что даёт вогнутую кривую соответствия. Строительные фирмы с ремесленным управлением, вероятно, совсем неэффективны, когда спрос достигает пика и ведётся строительство стандартных домов. В этих условиях можно ожидать, что данная организационная форма столкнётся с жёсткой конкуренцией со стороны других фирм. Например, в тех регионах, где строительство домов не столь подвержено сезонным колебаниям, с большей вероятностью распространится строительство блочных и сборных домов, а также передвижного жилья, и можно предполагать, что строительный бизнес будет более подвержен бюрократизации.

Изменение спроса может быть также связано с деловым циклом. В то время как сезонные колебания происходят постоянно (низкий уровень неопределённости), ставки процента, ситуацию с трудовыми отношениями и стоимость материалов предсказать труднее. Изменения такого рода должны способствовать распространению дженералистского способа адаптации, то есть в крупночастичных средах с вогнутыми кривыми соответствия и высоким уровнем неопределённости с большей вероятностью выживут те популяции организаций, которые страхуют свои вложения за счёт расширения разнообразия ресурсной базы. Мы поэтому полагаем, что среди строительных организаций с ремесленным управлением часто встречаются подрядчики широкого профиля, которые не только возводят дома, но и занимаются другими видами строительных работ (строят торговые центры, офисные здания и т. д.). Напротив, если сосредоточиться на блочном строительстве домов, то это будет обходиться дешевле, а подразделения можно разместить на арендуемых площадях. Соответственно ставка процента не будет

играть столь значимую роль. Поскольку организации, строящие дома такого рода, не нанимают квалифицированных рабочих, а используют самую дешёвую и малоквалифицированную рабочую силу, какую только могут найти, трудовые отношения создают меньше проблем. Возможно также, что использование других материалов (например, листового алюминия) также снижает уровень неопределённости. В результате можно предполагать, что данная организационная форма будет в большей степени специализироваться в ходе адаптации (конечно, этому будут способствовать и технические факторы).

Строительные фирмы с ремесленным управлением организуются так, чтобы быстро приспособиться к изменениям спроса, а также к решению разных строительных задач за счёт уменьшения и увеличения доли рабочих, владеющих разными навыками. Строительные фирмы с бюрократическим управлением в большей степени склонны к специализации, и в результате они эффективны только тогда, когда спрос высок, и совершенно неэффективны, когда он низок. Мы также полагаем, что они чаще специализируются на определённых типах зданий. Организации с ремесленным управлением жертвуют эффективной эксплуатацией своей ниши ради гибкости, бюрократические же организации выбирают противоположную стратегию. Эти выводы дополняют заключения Стинчкомба и позволяют заметить, что его аргументация является, по существу, экологической.

7. Обсуждение результатов

Наша задача в данной статье состояла в том, чтобы продвинуться в направлении применения современной теоретической популяционной экологии для исследования отношений между организацией и средой. Ключевой вопрос для нас заключается в том, почему существует так много видов организаций. Подобная постановка вопроса открывает возможность применения широкого круга формальных моделей для анализа воздействия изменений среды на организационную структуру.

Мы начали с классической версии человеческой экологии, предложенной А. Хоули. Конечно, мы принимаем в расчёт, что с тех пор как социологи в последний раз пытались систематически применить идеи биоэкологии к исследованию социальной организации, экологическая теория добилась колоссального прогресса. И всё же теория Хоули по-прежнему является хорошей отправной точкой. Особое внимание мы уделяем принципу изоморфизма; согласно ему, структурные элементы социальной организации один в один соответствуют подразделениям, через которые в систему поступают ключевые ресурсы. Этим объясняется разнообразие организационных форм в равновесном состоянии. Но наблюдаемый изоморфизм всегда может быть результатом как целенаправленной адаптации отдельных организаций к общим для всех ограничениям, так и отбора, в результате которого неизоморфные организации выбраковываются. Конечно, в большинстве социальных систем действуют оба процесса, но мы полагаем, что в литературе, посвящённой организациям, первому из них уделялось непропорционально много внимания, а второму — явно недостаточно.

Как нам представляется, тщательное эмпирическое исследование должно продемонстрировать, что самые разные организации испытывают очень сильное инерционное давление на свою структуру, источником которого является как их внутреннее устройство (например, внутренние политические разногласия), так и среда (например, общественная легитимность деятельности организации). Отрицать это — значит совершенно не учитывать очевидную особенность жизни организаций. Церкви, которые не добиваются успеха, не превращаются в магазины, а фирмы не становятся церквями. Даже в таких обширных сферах, как высшее образование и деятельность профсоюзов, обнаруживаются серьёзные препятствия для кардинального структурного изменения организаций. Эта тема требует специального исследования, однако до тех пор, пока не будет доказано обратное, предположение о том, что основные характеристики мира организаций формируются в результате обучения и адаптации, будет вызывать у нас сомнения. Вследствие этих сомнений нам представляется важным рассмотреть эволюционное объ-

яснение принципа изоморфизма. Иными словами, нам хотелось бы встроить принцип изоморфизма в теорию, отдающую однозначное предпочтение отбору.

Для того чтобы дополнить изоморфизм процессами отбора, мы предложили теорию конкуренции с использованием моделей Лотки—Вольтерры. Эта теория основывается на моделях роста, которые способны описывать как развитие организаций, так и рост целых популяций организаций. Из свежих работ биоэкологов, посвящённых системам Лотки—Вольтерры, вытекают предположения, которые можно непосредственно применять в исследованиях отношений между организацией и средой. Эти результаты касаются влияния изменений числа и сочетания ограничений на верхнюю границу разнообразия организационных форм в системе. Мы показали, что такие предположения можно проверить путём исследования воздействия разных видов государственного регулирования на распределение организаций по размеру, а также на разнообразие организационных форм в рамках разных сфер деятельности (в широком понимании этого термина), например, в медицинском обслуживании, высшем образовании, издании газет.

Ещё одно, более важное дополнение идей Хоули вводит в дело динамический аспект. Ключевая проблема состоит здесь в том, как реализуется изоморфизм в ситуациях, когда среда адаптации организационных единиц сама является изменчивой и неопределённой. Какова рациональная линия поведения для организаций? Следует ли им вырабатывать изоморфные структурные отношения, сосредоточенные на соответствии только одному из возможных состояний среды? Или лучше выбрать более гибкую стратегию и сформировать структурные характеристики более универсального характера? Принцип изоморфизма ничего об этом не говорит.

С нашей точки зрения, прямым следствием дженерализма является накопление и поддержание в организации разного рода избыточных мощностей. Чтобы сохранялась гибкость структуры, необходимая для адаптации к разным состояниям среды, некоторые мощности должны оставаться в резерве и не вовлекаться в текущую деятельность. Дженералисты всегда будут проигрывать тем специалистам, которые, обладая той же величиной ресурсов, попадут в оптимальную среду. Поэтому при любом статическом сравнении будет возникать впечатление, что дженералисты неэффективны и растрачивают избыточные мощности впустую. И всё же мы постоянно наблюдаем, что множество разных организаций находятся в состоянии простоя. Отсюда возникает вопрос: какой тип среды благоприятен для дженералистов? Чтобы надлежащим образом ответить на этот вопрос, следует подробно разобраться с динамикой отношений между организацией и средой.

Мы лишь начали заниматься этой темой, используя теорию наборов соответствий Левинса [Levins 1962; 1968]. Это один из целого ряда недавно разработанных подходов, которые указывают на связь между характером неопределённости среды и оптимальным уровнем структурной специализации. С точки зрения Левинса, следует принимать во внимание не только неопределённость, но и текстуру среды, скученность её состояний. В соответствии с этой теорией среда с высоким уровнем устойчивости и определённости будет благоприятствовать специализации. В этом нет никаких неожиданностей; но, как ни странно, вопреки взгляду, распространённому в исследованиях организаций, данная теория утверждает также, что в неопределённой среде дженерализм не всегда является оптимальной стратегией. Если среда непредсказуемым образом переходит от одних состояний к другим, и эти состояния предъявляют совершенно разные требования к организации, а длительность пребывания среды в каждом из этих состояний невелика в сравнении с продолжительностью жизни организации (мелкочастичная вариация), то такие условия будут более благоприятными для популяций, состоящих из организаций-специалистов, а не дженералистов. Причина состоит в том, что организации, которые будут пытаться адаптироваться к каждому положению среды, большую часть времени станут тратить на модификацию структуры, так что у них почти не останется времени на организационную деятельность, направленную на иные цели.

В предложенной нами формулировке это утверждение выглядит тривиальным, однако достаточно почитать работы, посвящённые отношениям между организацией и средой, чтобы убедиться в том, что оно отнюдь не столь очевидно. И важнее всего то, что это утверждение вытекает из простой и явной модели, из которой можно вывести целый ряд разных утверждений о связи между изменениями среды и организационной структурой.

Мы указали на некоторые основные концептуальные и методологические препятствия для использования моделей популяционной экологии в исследовании отношений между организацией и средой, а также обратили внимание на различия между человеческой и не-человеческой социальными организациями с точки зрения механизмов структурной инвариантности и структурного изменения, на связанные с этим проблемы выделения популяций организаций, также на трудности при определении категории соответствия для популяций элементов, которые способны к расширению. В каждом из этих случаев мы лишь кратко перечислили возникающие затруднения и предложили упрощения, которые хотя бы поначалу облегчат применение существующих моделей. Разумеется, каждая такая проблема заслуживает обстоятельного изучения.

В настоящее время нас беспокоят не только упомянутые нерешённые проблемы; не меньшее сожаление вызывает и недостаток эмпирической информации о показателях отбора в популяциях организаций. Данные переписей представлены в таком виде, что посчитать показатели смертности на их основании невозможно, а лонгитюдных исследований популяций организаций совсем мало. И всё же у нас есть кое-какие данные о показателях отбора. Например, мы знаем, что для малых предприятий смертность находится на высоком уровне: по последним оценкам, каждый год в США исчезают более 8% малых фирм [Hollander 1967; Bolton 1971]; (см. также: [Churchill 1955]).

Отчасти этот высокий показатель смертности отражает то, что Стинчкомб назвал эффектом уязвимости нового (*liability of newness*) [Stinchcombe 1965]. Многие организации пытаются пробиться в ниши, которые уже заполнены организациями, накопившими социальные, экономические и политические ресурсы, так что вытеснить их сложно. Важно отдельно выяснить, является ли отбор неблагоприятным по отношению не только к новичкам вообще, но именно к малым организациям.

Едва ли многие читатели станут спорить с тем, что для новых и (или) малых организаций характерны высокие показатели смертности. При этом значительная часть социологических источников, а также почти все критические работы, посвящённые крупным организациям, неявным образом исходят из того, что крупные организации не испытывают серьёзного давления отбора. И хотя пока у нас нет данных для проверки этой гипотезы, всё же можно высказать некоторые соображения.

Во-первых, мы не спорим с тем, что самые крупные организации по отдельности и вместе заметно доминируют над большинством организаций, составляющих их среду. Но из того, что такие организации сильны в какой-то отдельно взятый период времени, ещё не следует, что так будет продолжаться и в дальнейшем. В связи с этим интересно посмотреть на то, насколько укоренены самые крупные и могущественные организации. Взглянем на так называемый список «Fortune-500», в который входят крупнейшие промышленные фирмы США с открытым акционерным капиталом. Мы сравнили списки за 1955 и 1975 гг. (с учётом простой смены названий компаний). Лишь 268 (53,6%) из компаний, входивших в список в 1955 г., попали в него в 1975 г.; 122 компании исчезли в результате слияния; 109 выпали из списка, а одна фирма (она занималась кубинским сахаром!) была ликвидирована. С учётом того, как много мест в списке освободилось в результате слияний, впечатляет количество компаний, выбывших из списка из-за низких темпов роста продаж. Таким образом, можно видеть, что, несмотря на редкость случаев реальной ликвидации среди крупнейших промышленных фирм США за 20 лет, в

этой ориентировочной структуре господства всё же присутствует заметная неустойчивость вследствие слияний и снижения объёмов продаж¹².

Во-вторых, важно, насколько продолжительные интервалы времени мы рассматриваем. Даже самые крупные и могущественные организации умирают по прошествии длительного периода времени. Например, из тысяч фирм, которые вели бизнес в США во время Революции¹³, лишь 13 продолжают существовать в качестве независимых фирм и семь — как отдельные подразделения других фирм [Nation's Business 1976]. По-видимому, для изучения популяционной экологии самых крупных и влиятельных организаций необходимо выбирать более длинные отрезки времени.

В-третьих, изучать малые организации — не такая уж плохая идея. Социологические исследования сосредоточиваются на крупнейших организациях по понятным причинам, связанным со сложностью разработки и проведения исследования. Но если инерционное давление на некоторые части структуры достаточно велико, интенсивный отбор в среде мелких организаций может существенно сократить наблюдаемое разнообразие крупных организаций. Как мы показали в разделе 3 статьи, при изменении размера организации меняется хотя бы часть элементов структуры, и силу инерционного давления не следует преувеличивать. Тем не менее представляется, что исследования жизненного цикла организаций особенно важны, потому что они способны показать нам, какие части структуры застывают на какой фазе цикла. К примеру, можно предположить, что в организации наступает критический период, когда она выходит из-под контроля единственного владельца или менеджера. То, каким образом в этот момент делегируется власть (если делегирование вообще происходит), вероятно, окажет длительное воздействие на организационную структуру. Именно в этот период организация перестаёт быть приложением одного или нескольких индивидов и становится организацией как таковой со своей собственной жизнью. Если правда, что — как говорят — именно в этот момент организация испытывает наибольшее давление механизмов отбора, то модели отбора должны быть весьма полезны для объяснения того, почему целый ряд организаций имеет различную форму.

Этот исследовательский оптимизм, однако, придётся несколько умерить, если вспомнить о том, что при изучении самых крупных и влиятельных организаций обычно имеют дело с небольшим числом организаций. А чем меньше их количество, тем меньше пользы от моделей, построенных на случайных механизмах, лежащих в основе моделей популяционной экологии.

В-четвёртых, следует обратить внимание на «антиевгенические» (как выразился один наш анонимный рецензент, которого захватил дух этой статьи) действия государства по спасению от краха таких фирм, как Lockheed¹⁴. Это показательный пример того, как крупные и влиятельные организации могут создавать связи с другими такими же организациями с целью снизить давление механизмов отбора. И если такие меры оказываются эффективными, они приводят к изменению схемы отбора. С нашей точки зрения, давление механизмов отбора, таким образом, вытесняется на более высокий уровень, так что крах терпят уже не отдельные организации, а целые сети. В целом следствием создания связей

¹² С некоторых позиций, слияния можно рассматривать как изменения формы. Это почти наверняка будет так в случаях, когда слившиеся организации обладали совершенно разной структурой. Из приведенных данных также следует, что форма конгломерата обладает большими преимуществами в ходе отбора в среде организаций.

¹³ Имеется в виду Американская революция (1775–1783). — *Примеч. перев.*

¹⁴ Предотвращение банкротства крупного самолётостроителя Lockheed в начале 1970-х стало одним из наиболее резонансных случаев выделения администрацией США государственной помощи для спасения частного бизнеса в период президентства Ричарда Никсона. «Случай Lockheed» спровоцировал полемику о целесообразности государственной поддержки частных предприятий. В 1971 г. Lockheed совместно с другими крупными компаниями добился закрепления государственных гарантий крупному бизнесу на законодательном уровне, а уже в 1976 г. обнаружилось, что, шантажируя государство своим возможным банкротством, Lockheed в то же самое время платил крупные взятки японским чиновникам за получение заказа от японской авиакомпании. — *Примеч. перев.*

такого рода становится рост неустойчивости всей системы [Simon 1962; 1973; May 1973], в результате чего мы наблюдаем циклы, в ходе которых организации то показывают взрывной рост результатов, то оказываются в глубоком провале. Таким образом, модели отбора сохраняют ценность даже в случаях, когда существуют тесно сцепленные системы организаций [Hannan 1976].

Наконец, стоит упомянуть о том, что некоторые читатели предыдущих версий статьи рассматривали наши рассуждения как метафору, кто-то с одобрением, а кто-то с недовольством. Это не то, чего мы хотели добиться. В самом общем смысле любая теоретическая работа предполагает использование метафор (хотя термин «аналогия», пожалуй, подходит здесь лучше). Предложения вида «если... то» могут включать метафоры или аналогии. Например, некоторые модели в молекулярной генетике проводят аналогию между поверхностью молекулы ДНК и кристаллической структурой. Кристалл обладает простой и предсказуемой геометрической структурой, удобной для более сильного топологического (математического) анализа. Никто не утверждает, что белок на ДНК — это кристалл; однако в той степени, в какой поверхности молекул ДНК обладают некоторыми свойствами кристалла, математическая модель, используемая для анализа кристаллов, способна пролить свет на генетическую структуру. Именно в этом, насколько мы себе представляем, состоит общая стратегия построения любых моделей.

Например, в данной статье мы использовали результаты, которые получаются из применения логистических дифференциальных уравнений определённого типа — уравнений Лотки—Вольтерры. Ни одна известная популяция, будь то популяция животных или организаций, не растёт в точном соответствии с этой математической моделью (и из этого факта многие естествоведы сделали вывод, что модель бессмысленна для биологии). Значение этих уравнений состоит в том, что они позволяют моделировать траекторию роста популяций, которые эксплуатируют ограниченный объём ресурсов в закрытой системе (когда в отсутствие конкуренции происходит логистический рост популяции, а появление конкурирующих популяций снижает потенциальную ёмкость системы). В той мере, в какой взаимодействие популяций *Paramecium aureilia* и *Paramecium caudatum*¹⁵ (они фигурируют в эксперименте Гаузе) подчиняется условиям модели, она объясняет некоторые ключевые особенности динамики популяций и связь изменений среды со структурой. И точно так же в той мере, в которой взаимодействие популяций рационально-легальных бюрократий и патримониальных бюрократий подчиняется условиям модели, она объясняет аналогичные важные феномены. В точности так, как предписывает модель, не ведут себя ни простейшие организмы, ни организационные бюрократии. Модель — это абстракция, позволяющая обнаружить что-то новое, если заявленные условия будут приблизительно выполняться.

На всём протяжении статьи мы придерживаемся гипотезы о единстве природы. Мы полагаем, что, когда заявленные условия соблюдаются, модели дают ценные результаты независимо от того, состоят ли изучаемые популяции из простейших организмов или из организаций. Наши рассуждения не являются «метафорическими», то есть мы *не рассуждаем* следующим образом: обнаружено, что для некоторых простейших организмов имеет место некоторая эмпирическая регулярность; поскольку мы предполагаем, что популяции организаций в существенных отношениях похожи на популяции простейших организмов, мы утверждаем, что обобщения, полученные при анализе простейших, будут действовать и применительно к организациям. Именно через умозаключения такого рода биологические положения обычно и проникали в социологические рассуждения, как, например, в случае с известной (скорее, даже печально известной) аналогией с организмом, предложенной Г. Спенсером.

Мы выступаем не за то, чтобы применять биологические законы к человеческой социальной организации, а за то, чтобы применять теории популяционной экологии. Как не раз отмечалось выше, это

¹⁵ *Paramecium aureilia*, *Paramecium caudatum* — виды парамеций, или туфельек. Туфельки представляют собой микроскопические одноклеточные организмы; согласно одной из классификационных схем относятся к отряду пленчаторотых типа ресничных инфузорий. — Примеч. перев.

теории весьма общего характера, и для каждого конкретного применения (не важно, в социологии или в биологии) их следует модифицировать. В этом отношении мы решали в данной работе две задачи. Во-первых, мы кратко указали на некоторые изменения подхода, необходимые для применения теорий популяционной экологии к исследованию организаций. Во-вторых, мы стремились возобновить взаимодействие между социологией и экологией. Забавно, что сегодня по-прежнему верен диагноз, который Хоули поставил более 30 лет назад: «Возможно, большая часть трудностей, с которыми сталкивается человеческая экология, происходит от изоляции её предмета от основного направления развития экологической мысли» [Hawley 1944: 399].

Литература

- Aldrich H., Pfeffer J. 1976. Environments of Organizations. *Annual Review of Sociology*. 2: 79–105.
- Aldrich H., Reiss A. J. 1976. Continuities in the Study of Ecological Succession: Changes in the Race Composition of Neighborhoods and Their Businesses. *American Journal of Sociology*. 81 (January): 846–866.
- Blau P. M. 1972. Interdependence and Hierarchy in Organizations. *Social Science Research*. 1 (April): 1–24.
- Blau P. M., Schoenherr R. A. 1971. *The Structure of Organizations*. New York: Basic.
- Blau P. M., Scott W. R. 1962. *Formal Organizations*. San Francisco: Chandler.
- Bolton J. E. 1971. *Small Firms*. Report of the Committee of Inquiry on Small Firms. London: Her Majesty's Stationery Office.
- Boulding K. 1953. Toward a General Theory of Growth. *Canadian Journal of Economics and Political Science*. 19: 326–340.
- Burns T., Stalker G. M. 1961. *The Management of Innovation*. London: Tavistock.
- Caplow T. 1957. Organizational Size. *Administrative Science Quarterly*. 1 (March): 484–505.
- Churchill B. C. 1955. Age and Life Expectancy of Business Firms. *Survey of Current Business*. 35 (December): 15–19.
- Crozier M. 1964. *The Bureaucratic Phenomenon*. Chicago: University of Chicago Press.
- Cyert R. M., March J. G. 1963. *A Behavioral Theory of the Firm*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Downs A. 1967. *Inside Bureaucracy*. Boston: Little, Brown, Inc.
- Durkheim E. 1947. *The Division of Labor in Society* (Trans. by G. Simpson). Clencoe, Ill.: Free Press; см. также перевод на рус. яз.: Дюркгейм Э. *О разделении общественного труда*. М.: Канон+, 1996.
- Elton C. 1927. *Animal Ecology*. London: Sidgwick & Jackson.
- Freeman J. 1975. *The Unit Problem in Organizational Research* (Presented at the annual meeting of the American Sociological Association, San Francisco).

- Freeman J., Brittain J. 1977. Union Merger Processes and Industrial Environments. *Industrial Relations*. 16 (2): 173–185.
- Friedman M. 1953. *Essays on Positive Economics*. Chicago: University of Chicago Press.
- Gause G. F. 1934. *The Struggle for Existence*. Baltimore: Williams & Wilkins.
- Graicunas V. A. 1933. Relationship in Organizations. *Bulletin of the International Management Institute*. March: 183–187.
- Granovetter M. S. 1973. The Strength of Weak Ties. *American Journal of Sociology*. 78 (May): 1360–1380; см. также перевод на рус. яз.: Грановеттер М. Сила слабых связей. *Экономическая социология*. 2009. 10 (4): 31–50. URL: http://ecsoc.hse.ru/data/299/590/1234/5ecsoc_t10_n4.pdf#page=31
- Haire M. 1959. Biological Models and Empirical Histories of the Growth of Organizations. In: Haire M. (ed.). *Modern Organization Theory*. New York: Wiley; 272–306.
- Hannan M. T. 1975. *The Dynamics of Ethnic Boundaries*. Unpublished.
- Hannan M. T. 1976. *Modeling Stability and Complexity in Networks of Organizations* (Presented at the annual meeting of the American Sociological Association, New York).
- Hannan M. T., Freeman J. 1974. *Environment and the Structure of Organizations* (Presented at the annual meeting of the American Sociological Association, Montreal).
- Hawley A. H. 1944. Ecology and Human Ecology. *Social Forces*. 22 (May): 398–405.
- Hawley A. H. 1950. *Human Ecology: A Theory of Community Structure*. New York: Ronald.
- Hawley A. H. 1968. Human Ecology. In: Shills D. L. (ed.). *International Encyclopedia of the Social Sciences*. New York: Macmillan; 328–337.
- Hollander E. O. (ed.). 1967. *The Future of Small Business*. New York: Praeger.
- Hummon N. P., Doreian P., Teuter K. 1975. A Structural Control Model of Organizational Change. *American Sociological Review*. 40 (December): 812–824.
- Hutchinson G. E. 1957. Concluding Remarks. *Cold Spring Harbor Symposium on Quantitative Biology*. 22: 415–427.
- Hutchinson G. E. 1959. Homage to Santa Rosalia, or Why Are There So Many Kinds of Animals? *American Naturalist*. 93: 145–159; см. также перевод на рус. яз.: Хатчинсон Д. 2004. Дань Санта Розалии, или Почему так много видов животных? В кн.: Розенберг Г.С. (сост., коммент.). *Антология экологии*. Тольятти: ИЭВБ РАН; 263–281.
- Levin S. A. 1970. Community Equilibrium and Stability: An Extension of the Competitive Exclusion Principle. *American Naturalist*. 104 (September–October): 413–423.
- Levine S., White P. E. 1961. Exchange as a Framework for the Study of Interorganizational Relationships. *Administrative Science Quarterly*. 5 (March): 583–601.

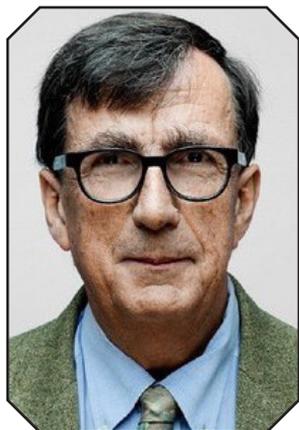
- Levins R. 1962. Theory of Fitness in a Heterogeneous Environment. I. The Fitness Set and Adaptive Function. *American Naturalist*. 96 (November–December): 361–378.
- Levins R. 1968. *Evolution in Changing Environments*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- MacArthur R. H. 1972. *Geographical Ecology: Patterns in the Distribution of Species*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- MacArthur R. H., Levins R. 1964. Competition, Habitat Selection and Character Displacement in Patchy Environment. *Proceedings of the National Academy of Sciences*. 51: 1207–1210.
- March J. G., Simon H. 1958. *Organizations*. New York: Wiley.
- Marschak J., Radner R. 1972. *Economic Theory of Teams*. New Haven, Conn.: Yale University Press.
- May R. M. 1973. *Stability and Complexity in Model Ecosystems*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Meyer J. W. 1970. The Charter: Conditions of Diffuse Socialization in Schools. In: Scott W.R. (ed.). *Social Processes and Social Structures*. New York: Holt, Rinehart & Winston; 564–578.
- Monod J. 1971. *Chance and Necessity*. New York: Vintage.
- Nation's Business*. 1976. America's Oldest Companies. 64 (July): 36–37.
- Nielsen F., Hannan M. T. 1977. The Expansion of National Educational Systems: Tests of a Population Ecology Model. *American Sociological Review*. 42 (June): 479–490.
- Parsons T. 1956. Suggestions for a Sociological Approach to the Theory of Organizations, I. *Administrative Science Quarterly*. 1 (March): 63–85.
- Penrose E. T. 1959. *The Theory of the Growth of the Firm*. New York: Wiley.
- Selznick P. 1957. *Leadership in Administration*. New York: Row, Peterson.
- Simon H. A. 1962. The Architecture of Complexity. *Proceedings of the American Philosophical Society*. 106 (December): 467–482.
- Simon H. A. 1973. The Organization of Complex Systems. In: Patee H. (ed.). *Hierarchy Theory: The Challenge of Complex Systems*. New York: Braziller; 1–28.
- Simon H. A., Bonini C. P. 1958. The Size Distribution of Business Firms. *American Economic Review*. 48 (September): 607–617.
- Stinchcombe A. L. 1959. Bureaucratic and Craft Administration of Production. *Administrative Science Quarterly*. 4 (June): 168–187.
- Stinchcombe A. L. 1965. Social Structure and Organizations. In: March J. G. (ed.). *Handbook of Organizations*. Chicago: Rand McNally; 153–193.

- Templeton A. R., Rothman E. A. 1974. Evolution in Heterogenous Environments. *American Naturalist*. 108 (July–August): 409–428.
- Thompson J. D. 1967. *Organizations in Action*. New York: McGraw-Hill.
- Turk H. 1970. Interorganizational Networks in Urban Society: Initial Perspectives and Comparative Research. *American Sociological Review*. 35 (February): 1–19.
- Whittaker R. N., Levin S. (eds). 1976. *Niche: Theory and Application*. Stroudsberg, Pa.: Dowden, Hutchinson & Ross.
- Winter S. G., Jr. 1964. Economic «Natural Selection» and the Theory of the Firm. *Yale Economic Essays*. 4: 224–272.
- Zald M. 1970. Political Economy: A Framework for Analysis. In: Zald M. N. (ed.). *Power in Organizations*. Nashville, Tenn.: Vanderbilt University Press; 221–261.

РАСШИРЕНИЕ ГРАНИЦ

Б. Латур

Пересобирая социальное. Введение в акторно-сетевую теорию¹



ЛАТУР Бруно
(Latour, Bruno) — профессор Института политических исследований Sciences Po (Париж, Франция).

Email: bruno.latour@sciences-po.fr

Перевод с англ.
И. Полонской.

Научн. ред. —
В. С. Вахштайн.

В книге «Пересобирая социальное» («Reassembling the Social») представлены фундаментальные размышления Б. Латура о том, что такое общество и что значит «социальное». С точки зрения автора, понимание социального как отдельной сферы или разновидности материала более не является продуктивным для продвижения социальных наук. Понятие «социальное» требует от социологов его переосмысления с позиции прослеживания «ассоциаций» в природе. Предложенная автором «социология ассоциаций» относится к получившей в недавнее время известность акторно-сетевой теории. Данная книга является важным введением в акторно-сетевую теорию и даёт возможность ознакомиться с идеями одного из самых влиятельных её сторонников.

Журнал публикует введение к книге Б. Латура — «Как вернуться к задаче прослеживания ассоциаций» («How to Resume the Task of Tracing Associations»), где обозначены основные отличия «социологии ассоциаций» от «социологии социального». Кроме прочего, в этой части книги перечислены ключевые задачи новой методологии, а также указаны её теоретические источники, наиболее значительный из которых — социология Габриэля Тарда.

Ключевые слова: социальная теория; общество; ассоциации; акторно-сетевая теория; Габриэль Тард.

Введение. Как вернуться к задаче прослеживания ассоциаций²

Основную мысль этой книги можно сформулировать очень просто: социологи, относя прилагательное «социальный» к тому или иному феномену, обозначают им некое стабилизированное состояние, комплекс связей, который потом может использоваться и для описания какого-то другого феномена. В таком употреблении этого слова нет ничего плохого, пока оно обозначает

¹ Латур Б. 2013 (готовится к изданию). *Восстановление социального. Введение в акторно-сетевую теорию*. М.: Изд. дом ВШЭ (серия «Социальная теория»). *Источник:* Latour B. 2005. *Reassembling the Social. An Introduction to Actor-Network-Theory*. New York: Oxford University Press. — *Примеч. ред.*

² Эту несколько сухую книгу можно читать параллельно с намного более лёгкой — «Paris ville invisible» («Париж: невидимый город») [Latour, Hermant 1998], где сделана попытка пройти почти тот же путь с помощью серии фотоописаний. Текст книги на английском языке — «Paris: Invisible City» («Париж: невидимый город») — доступен на сайте Бруно Латура; см.: URL <http://www.bruno-latour.fr/sites/default/files/downloads/PARIS-INVISIBLE-GB.pdf>

то, что *уже* собрано в ансамбль, не подталкивая нас к поверхностному выводу о *сущности* собранного. Однако когда под социальным начинают понимать разновидность материала и пользоваться термином как прилагательным примерно того же ряда, что и «деревянный», «стальной», «биологический», «экономический», «ментальный», «организационный» или «лингвистический», возникают проблемы, и значение термина рассыпается, поскольку он уже обозначает два совершенно разных явления: во-первых, сам процесс «сборки», а во-вторых, особый тип компонента, который должен отличаться от других материалов.

В этой работе я намерен показать, почему социальное не может мыслиться как разновидность материала или некая сфера, и подвергнуть сомнению сам проект социального объяснения какого-либо иного феномена. Хотя подобный ранний проект был в прошлом продуктивен и, вероятно, необходим, теперь это в значительной мере не так, и отчасти благодаря прогрессу социальных наук. В теперешнем состоянии их развития уже невозможно провести инвентаризацию всех компонентов сферы социального. Моя задача — переопределить само понятие «социальное», вернувшись к его первоначальному значению, с тем, чтобы вновь сделать его пригодным для прослеживания связей (*connections*). Тогда станет возможным продолжить движение к традиционной цели социальных наук, но с помощью средств, более соответствующих этой задаче. Прделав обширную работу по «пересборке» природы, мы должны более тщательно разобраться в том, что именно «собрано» под сенью общества. С моей точки зрения, это единственный способ сохранить верность старым обязательствам социологии как «науки жить сообща»³.

Подобный проект влечёт за собой, однако, и переосмысление того, что обычно понимают под этой дисциплиной. В переводе (и с латыни, и с греческого) «социология» — это «наука о социальном», что было бы отличным выражением, если бы не два слабых места — слово «социальное» и слово «наука». Достоинства, которые мы сегодня с готовностью приписываем научным и техническим инициативам, имеют мало общего с тем, что имели в виду основатели социальных наук, создавая свои дисциплины. В разгар модернизации востребованность науки была настолько велика, что она могла расширять свою область до бесконечности и без всяких опасений замедления развития. Никто не понимал, что расширение значения слова «социология» может привести к распространению его употребления почти на всю остальную сферу социальных отношений. Не менее радикальная трансформация произошла и с тем, что понималось под словом «общество», в значительной мере благодаря тому же самому распространению науки и технологий. И уже непонятно, существовали ли вообще отношения достаточно специфичные, чтобы называться социальными, которые можно было бы объединить в особую сферу, способную функционировать как общество. Похоже, что социальное в разбавленном виде есть всюду, а в чистом — нигде. Таким образом, ни наука, ни общество не остались достаточно неизменными, чтобы выполнить обещания строгой социологии.

Несмотря на эту двойную метаморфозу, несколько социологов пришли к радикальному выводу о том, что необходимо соответственно изменить и объект, и методологию социальных наук. После многих разочарований они всё ещё надеются в один прекрасный день достигнуть «земли обетованной» — истинной науки о реальном социальном мире. Никому из исследователей эти болезненные сомнения не знакомы лучше, чем тем, кто, подобно мне, долгие годы на практике воплощал оксюморон «социология науки». В силу множества парадоксов, порождаемых этой живой, но в немалой степени перевёрнутой с ног на голову подобластью знания, и многочисленных изменений в значении слова «наука», мне

³ Это выражение объясняется в кн.: [Thévenot 2004]. Данный логический порядок — ансамбли общества вслед за ансамблями природы — точная противоположность тому, в котором я пришёл к мысли о нём. Пара моих книг (см.: [Latour 1999b; 2004]) были написаны спустя много времени после того, как мои коллеги и я разработали альтернативную социальную теорию, предназначенную для объяснения новых загадок, обнаруженных после проведённых нами эмпирических исследований в сфере науки и технологии.

думается, настало время изменить и то, что понимается под социальным. Таким образом, мне хочется создать альтернативное понимание социологии, которое позволило бы ей сохранить это общепринятое название и в то же время остаться, надеюсь, верной своему традиционному призванию.

Что такое общество? Что значит социальное? Почему о некоторых видах деятельности говорят, что они имеют «социальное измерение»? Как можно показать присутствие социальных факторов в действии? Когда изучение общества или иных социальных образований достоверно? Как можно изменить путь развития общества? В ответах на эти вопросы можно придерживаться двух совершенно разных подходов. Один из них стал общепринятым, а второй и есть предмет настоящей работы.

Первый из подходов состоит в постулировании существования особого вида феноменов, называемых по-разному — «обществом», «социальным порядком», «социальной практикой», «социальным измерением» или «социальной структурой». Для XX столетия, на протяжении которого и разрабатывались социальные теории, важно было дифференцировать эту сферу реальности от других, таких как экономика, география, биология, психология, право, наука и политика. О каком-либо явлении говорилось, что оно «социальное» или «присуще обществу», когда его можно было определить как обладающее особыми качествами, отчасти негативными (то есть оно не должно было быть *чисто* биологическим, лингвистическим, экономическим, естественно-научным), отчасти позитивными (то есть должно было реализовываться, укреплять, отражать, поддерживать, воспроизводить или низвергать социальный порядок). Как только эта сфера была очерчена, пусть даже и нечётко, ею можно было пользоваться для объяснения специфически социальных явлений (объясняя социальное социальным) и для выработки специфического объяснения того, что невозможно было объяснить в других сферах (обращаясь к социальным факторам, можно было объяснять социальные аспекты несоциальных явлений).

К примеру: хотя право имеет собственную силу, и это общепризнанно, некоторые его аспекты были бы понятнее, если бы к нему добавилось некое социальное измерение; несмотря на то что экономические силы подчиняются собственной логике, существуют и социальные элементы, которыми можно объяснить отклоняющееся поведение расчётливых агентов; хотя психология развивается в соответствии со своей внутренней логикой, о некоторых её самых таинственных аспектах можно сказать, что они связаны с социальным влиянием; хотя у науки есть собственный импульс развития, некоторые направления её поиска с необходимостью сдерживаются социальной ограниченностью учёных, погружённых в социальный контекст своего времени; хотя искусство в значительной мере свободно, оно тоже испытывает влияние социальных и политических соображений, которыми можно объяснить кое-что в самых известных шедеврах; и хотя наука управления подчиняется собственным законам, тоже, возможно, нелишне было бы учитывать социальные, культурные и политические аспекты, которыми объяснялось бы, почему некоторые здравые организационные принципы никогда не применяются на практике.

Можно легко найти и множество других примеров, поскольку эта версия социальной теории стала «позицией по умолчанию» нашего запрограммированного мышления, которое исходит из следующего: существует некий социальный контекст, в который включены несоциальные виды деятельности. Это особая сфера реальности, и её можно использовать как особый тип причинно-следственной связи для объяснения остаточных аспектов, которые нельзя целиком отнести к другим областям знания (психология, право, экономика и т. д.); её изучают учёные-специалисты, называемые социологами или *социологами*, где за *X* зарезервировано место для иных дисциплин. Поскольку рядовые агенты всегда находятся *внутри* социального мира, а он их объемлет, они могут быть в лучшем случае информантами об этом мире, а в худшем — слепы к его существованию, и влияние социального мира во всей полноте видно лишь натренированному глазу учёного-социолога. Не важно, насколько трудно вести такие исследования. Социологи могут уподобиться в своих достижениях представителям естественных наук, потому что объективны настолько же, насколько и учёные иных специальностей, благодаря исполь-

зованию количественного инструментария. Если же применение количественного инструментария невозможно, то следует измыслить альтернативные методы, принимающие во внимание «человеческие», «интенциональные» или «герменевтические» аспекты своих областей, оставаясь при этом в рамках научного этоса. Порой социологов просят дать экспертные рекомендации по социальной инженерии или сопровождению социальных изменений, и в результате таких исследований может достигаться политическая релевантность, но только после того, как будут накоплены достаточные знания.

Упомянутая «позиция по умолчанию» стала частью здравого смысла не только самих социологов, но и рядовых акторов, распространяясь через газеты, образование в колледжах, партийную политику, беседы в баре, любовные истории, журналы мод и т. д.⁴ Социальные науки поставляют своё определение общества столь же исправно, как обслуживающие компании поставляют электричество и телефонные услуги. Давать комментарии, касающиеся непрямого социального измерения всего, что мы и другие делаем в обществе, стало для нас таким же обычным делом, как пользоваться мобильным телефоном, заказывать пиво или обсуждать эдипов комплекс (по крайней мере, если речь идёт о развитом мире).

Второй подход не принимает как данность основное положение первого. Он утверждает, что в социальном порядке нет ничего присущего только ему, нет никакого социального измерения, никакого социального контекста, никакой отдельной сферы реальности, которой можно было бы навесить ярлык «социальное» или «общество». Нет также никакой социальной силы, «объясняющей» резидуальные характеристики, недоступные объяснению в других сферах. Члены общества очень хорошо знают, что делают, даже если не проговаривают этого к удовлетворению наблюдателей, и акторы никогда не растворяются в социальном контексте, а потому они всегда нечто гораздо большее, чем простые информанты. Следовательно, нет никакого смысла в добавлении социальных факторов в другие научные специальности. Политическая же релевантность, достигаемая с помощью науки об обществе, желательна не всегда, и общество, вовсе не будучи обрамляющим всё контекстом, должно, скорее, мыслиться как один из множества связующих элементов, циркулирующих внутри тонких каналов.

Это второе направление мысли могло бы использовать — с определённой долей вызова — в качестве лозунга знаменитое изречение М. Тэтчер (прозвучавшее, впрочем, совершенно по иному поводу): «Нет такой *вещи*, как общество...». Но если два эти направления столь отличны, то как могут они оба претендовать на то, чтобы быть наукой о социальном, и надеяться носить одно и то же название — «социология»? На первый взгляд они должны быть попросту несовместимы, поскольку второй подход полагает главной требующей разрешения загадкой именно то, что первый считает своим выводом, а именно существование особых социальных связей, в которых проявляется скрытое присутствие особых социальных сил. И согласно этой альтернативной точке зрения, социальное — не скрепляющий состав, способный соединять что угодно, включая и то, что не под силу другим составам; это как раз то, что склеивается воедино множеством *других* типов соединителей. В то время как социологи (или социоэкономисты, социолингвисты, социальные психологи и т. д.) принимают социальные объединения как данность, с помощью которой можно объяснить резидуальные аспекты экономики, лингвистики, психологии, менеджмента и т. д., эти другие исследователи, напротив, рассматривают социальные агрегаты как то, что необходимо объяснять специфическими *ассоциациями*, описываемыми экономикой, лингвистикой, психологией, правом, менеджментом и т. д.⁵

⁴ Диффузия самого слова «актор», которое я пока оставлю неясным (см. раздел «Актора заставляет действовать множество других» в главе «Второй источник неопределённости: действие отчуждается»), — одно из многих проявлений этого влияния.

⁵ Я буду пользоваться выражением «общество или другие социальные агрегаты», чтобы охватить весь диапазон предлагаемых решений, касающихся того, что я ниже называю «первым источником неопределённости», связанным с природой социальных групп. Я не имею здесь в виду именно холистские трактовки, поскольку, как мы увидим, всё сказанное применимо и к «индивидуалистским» или «биологическим» концепциям; см. главу «Первый источник неопределённости: групп нет — есть только группообразования».

Но если вспомнить этимологию слова «социальное», то сходство между этими двумя подходами окажется куда большим, чем можно предположить. Пускай большинство социологов предпочли бы называть социальным нечто гомогенное, вполне допустимо обозначать тем же словом некий след *ассоциаций* между гетерогенными элементами. Поскольку в обоих случаях используется одно и то же слово, происходящее от латинского *socius*, то можно сохранить приверженность изначальным интуициям социальных наук, определив социологию иначе, не как науку о социальном, а как *отслеживание ассоциаций*. В таком понимании прилагательное «социальное» обозначает не *вещь среди других вещей*, вроде чёрной овцы, затесавшейся среди белых, а *тип связи* между явлениями, которые сами по себе не социальны.

На первый взгляд такое понимание выглядит абсурдным, поскольку рискует уничтожить социологию, сведя это понятие к обозначению любого типа объединения — от химических связей до уз закона, от атомных сил до корпораций, от физиологических альянсов до политических. Но дело именно в том, что альтернативная ветвь социальной теории стремится *дать возможность* заново соединить разнородные элементы в каком-то определённом порядке. Это вовсе не сомнительная и головоломная гипотеза, а, напротив, самая обычная практика при встрече с таинственным ликом социального. В продажу поступила новая вакцина, предлагается новая работа, создаётся новое политическое движение, открыта новая планетная система, принят новый закон, случилась новая катастрофа... На каждом шагу нам приходится перетряхивать свои представления о том, что было связано воедино, потому что прежнее определение стало нерелевантным. Мы уже не уверены в том, что такое «мы»; нам кажется, что нас соединяют некие узы, не похожие на привычные социальные отношения.

Вечно сужающееся значение социального

В последовательных изменениях корневой группы слов, к которой относится понятие «социальное», просматривается чёткая этимологическая тенденция [Strum, Latour 1987]. Она направлена от наиболее общего к наиболее поверхностному. Кроме того, этимология слова «социальное» ещё и поучительна. Корень слова — *seq-, sequi*, и его первоначальное значение — «следовать». Латинское слово *socius* означает «спутник», «товарищ». История слова «социальное», если судить о ней по развитию значений слова в различных языках, показывает такую эволюцию смыслов: «следовать за кем-то», затем — «объединяться» и, наконец, «иметь что-то общее». Следующее значение слова «социальное» — иметь долю в коммерческом предприятии. «Социальное» в смысле «общественного договора» — изобретение Руссо⁶. Фигурирование в словосочетаниях «социальные проблемы», «социальный вопрос» — новация, относящаяся к XIX веку. Похожие слова — «общительный» (*sociable*) — относятся к навыкам, позволяющим индивидам вежливо себя вести в обществе. Как можно видеть по биографии слова, с течением времени его значение сужается. Начав с понимания, распространяющегося на все виды связей, теперь мы в обыденном словоупотреблении ограничиваем значение этого слова тем, что осталось после того, как политика, биология, экономика, право, менеджмент, технология и т. п. забрали свои доли связей. Из-за постоянного сужения значения слова (общественный договор, социальный вопрос, социальные работники) мы склонны ограничивать «социальное» человеческим миром и обществами модерна, забывая о том, что сфера социального гораздо шире. Альфонс Декандоль первым создал наукометрию — использование статистических методов для оценки научной деятельности и, как и его отец, занимался социологией растений [Candolle 1987]. Он рассматривал кораллы, бабуинов, деревья, пчёл, муравьёв и китов тоже как «социальные существа». Такое расширенное понимание социального вполне признавала социобиология [Wilson 1975]. К сожалению, это начинание только утвердило социологов в их худших опасениях относительно расширения понимания социального. Однако вполне возможно сохранить это расширение, не отнимая у организмов свойств «агентности» (как это делается в большинстве социобиологических панорамах).

Иначе говоря, общий проект того, что нам делать вместе, оказался под вопросом. Наступил кризис самого чувства принадлежности к целому. Но для того, чтобы дать себе отчёт в этом ощущении кризиса и установить новые отношения, нужно другое представление о социальном. Оно должно быть *гораздо шире* того, что обычно именуют этим словом, но *строго ограниченным*: только отслеживание новых ассоциаций и выстраивание их в ансамбли. Вот почему я намереваюсь определить социальное не как

⁶ Сочинение Ж.-Ж. Руссо называлось «Contrat social» («Общественный договор»); 1762 г. — *Примеч. ред.*

особую сферу, особую область или вещь особого рода, а лишь как своеобразный процесс реассоциации и восстановления ансамблей.

С такой точки зрения, право, к примеру, не должно рассматриваться как то, что следует объяснять — в дополнение к его собственной логике — «социальной структурой». Напротив, его внутренняя логика может прояснить кое-что о том, что заставляет ту или иную связь существовать дольше и распространяться шире. Что бы мы знали о помещении проблемы в «более широкий контекст», если бы не способность правовых прецедентов устанавливать связь между частным случаем и всеобщим законом?⁷ Науку с её объективностью не следует заключать в «социальные рамки», очерченные «социальными силами», поскольку её объекты сами вырываются из любого заданного контекста, когда в исследовательских лабораториях вступают в непредсказуемые связи чуждые друг другу элементы. Заражённые вирусом атипичной пневмонии с огорчением узнают, что не могут больше в прежних формах поддерживать «связь» с родителями и партнёрами из-за мутации микроскопического создания, существование которого было открыто благодаря повсеместной институционализации эпидемиологии и вирусологии⁸. Религию не следует «объяснять» социальными силами, поскольку по самому своему определению и, более того, по самому своему названию она соединяет сущности, не являющиеся частью социального порядка. Со времён Антигоны каждому известно, что значит поступать по велению богов: их воля превыше воли политиков вроде Креонта. Организации не нужно помещать в «более широкий социальный контекст», поскольку они сами демонстрируют весьма практическое понимание того, что означает быть включённым в более широкую конъюнктуру. Наконец, какой пассажир в аэропорту знал бы, куда заходить, если бы постоянно озабоченно не взглядывал на номер, отпечатанный на посадочном талоне и обведённый красным ручкой служащего авиакомпании? Возможно, не имеет смысла искать под поверхностной болтовнёй политиков действие «таинственных скрытых сил общества», поскольку без этих самых речей потерялась бы львиная доля того, что мы понимаем под выражением «быть частью группы». Без противоречащих друг другу версий воюющих сторон в Ираке кто в «оккупированном» или «освобождённом» Багдаде знал бы, как отличить друга от врага?

И это верно в отношении всех других сфер⁹. В то время как в рамках первого подхода любая деятельность — право, наука, технология, религия, организация, политика, менеджмент и т. д. — может быть связана с одними и теми же социальными структурами, которые *за всеми ними* стоят, и объясняться этими же структурами, согласно второй версии социологии за ними нет *ничего*, кроме них самих, хотя их взаимосвязь порой и порождает *общество* (а порой — нет). В этом основное расхождение между нашими двумя версиями. «Быть социальным» — это уже не безобидное и непроблематическое свойство, а процесс, который может и не привести к установлению новой связи и к построению заново какого-либо *оформленного ансамбля*. Как мы постепенно выясним на протяжении этой книги, то, что принято называть «социальное объяснение», послужив с пользой ранее, стало контрпродуктивной линией, ведущей к *прерыванию* движения ассоциаций, а не к его продолжению.

Согласно второму подходу, сторонники первого просто перепутали то, что нужно объяснять, с самим объяснением. Они начинают с общества или иных социальных объединений, в то время как ими нужно заканчивать; считают, что социальное целиком состоит из социальных отношений, тогда как ассоциации состоят из таких связей, которые сами по себе несоциальны. Они вообразили, будто социология ограничивается конкретной сферой, тогда как социологи должны проникать всюду, где бы ни созда-

⁷ См.: [Ewick, Silbey 1998]; см. также текст Сьюзан Силби (Susan Silbey) в кн.: [Latour, Weibel 2005].

⁸ Хотя исследования научной практики дали главный импульс разработке этого альтернативного понимания социального, оно будет рассматриваться позже — лишь при описании четвёртой неопределённости; см.: главу «Четвёртый источник неопределённости: реалии фактические — или реалии дискуссионные».

⁹ Только в части II этой книги будет показано, как переформулировать противостояние двух версий более деликатным образом, чем инверсия причины и следствия (см.: [Latour 2005: 238]).

вались новые гетерогенные ассоциации. Они уверены: социальное всегда к их услугам, тогда как социальное — это не то, что можно видеть или постулировать. Оно заметно только по следам, которые оставляет, когда возникает новая ассоциация между элементами, самими по себе совсем не социальными. Сторонники первого подхода утверждают, что нас уже сейчас удерживает вместе сила некоего общества, тогда как наше политическое будущее кроется в решении задачи, что же именно соединяет нас вместе. Короче говоря, второе направление претендует на продолжение работы по увязыванию и собиранию, которая была резко прервана первым. Именно для того, чтобы помочь заинтересованным исследователям в пересборке социального, и написана эта книга.

По ходу изложения мы научимся отличать стандартную социологию социального от её более радикальной разновидности, которую я буду называть критической социологией¹⁰. Последняя определяется следующими тремя признаками и: (1) не ограничивается социальным, подменяя любой объект изучения чем-то иным, сделанным из социальных отношений; (2) утверждает, что эта подмена непереносима для социальных акторов, которым необходимо жить в иллюзии, будто существует нечто «другое», кроме социального; (3) наконец, полагает, что возражения акторов против их социальных теорий — лучшее доказательство того, что эти теории верны.

Для ясности я буду называть первый подход «социология социального», а второй — «социология ассоциаций» (хотелось бы — «ассоциология»). Я понимаю, что это очень несправедливо по отношению ко множеству тонких оттенков социальных наук, которые я тем самым смешал, но это допустимо для предисловия, где приходится быть очень точным в отношении выбранных для описания неизвестных идей, но допустим небрежный набросок хорошо знакомой местности. Меня можно простить за эту небрежность, ведь есть много блестящих введений в «социологию социального», но, насколько мне известно, нет ни одного введения в этот маленький подвид социальной теории¹¹, который называется... Кстати, как бы его назвать? Увы, но его историческое название — «акторно-сетевая теория» (АСТ) — такое неуклюжее, такое путаное, такое бессмысленное, что заслуживает того, чтобы его придерживаться. Если автор, к примеру, путеводителя волен давать новые комментарии по поводу страны, которую выбрал для ознакомительного описания, он конечно же не волен менять её общепринятое название, поскольку самый понятный опознавательный знак и есть лучший; в конце концов, происхождение слова «Америка» даже ещё более неуклюже. Я уже был готов отбросить это название, сменив его на что-нибудь более сложное вроде «социологии трансляции», «актанто-ризомной онтологии», «социологии инновации» и т. п., пока мне не подсказали, что акроним АСТ (ANT) абсолютно подходит для обозначения подслеповатого, близорукого, страдающего трудоголизмом, ищущего след по запаху коллективного путешественника. Муравей (*ant*), пищущий для других муравьёв¹², — это как нельзя лучше подходит для моего проекта!¹³ В идеале слово «социология» подошло бы лучше всего, но им нельзя пользоваться, пока обе его составные части — понятия «социальное» и «наука» — не будут как-то отлажены. В этой книге я буду пользоваться словом «социология» чем дальше, тем чаще, хотя и оставляя выражение «социология социального» для обозначения репертуара, которым чересчур охотно, по-моему, ограничиваются другие социологи.

¹⁰ О различии между критической социологией и социологией критики см. прежде всего: [Boltanski 1990]; см. также: [Boltanski, Thevenot 1999; 2006]. Если я сочту необходимым установить преемственность с социологией социального, мне придётся вступить в более серьёзную конфронтацию с критической социологией и её «иллюзией иллюзии».

¹¹ Недавнее руководство представлено в кн.: [Law 2004]; см. также: [Latour 1996; Barry 2001; Mol 2003].

¹² Игра слов: англ. ANT (*actor-network theory*) и *ant* (муравей). — Примеч. ред.

¹³ Я вынужден извиниться за то, что занимаю позицию, полностью противоположную той, которая представлена в кн.: [Latour 1999a]. В то время я критиковал все элементы этого чудовищного названия, включая дефис, теперь же я буду отстаивать их все, в том числе и дефис!

Как ориентироваться в литературе под рубрикой «Акторно-сетевая теория»

Большую часть относящейся к теме библиографии можно найти на прекрасном сайте «The Actor-Network Resource», поддерживаемом Джоном Ло¹⁴. Истоки этого подхода можно найти в потребности в новой социальной теории, согласованной с исследованиями науки и технологий (Science and Technology Studies, STS) [Callon, Latour 1981]. Но началом его можно считать появление трёх «документов»: [Callon 1986; Law 1986; Latour 1988b]. Именно в этих работах «не человеки» — микробы, раковины, камни и корабли — по-новому предстали перед социальной теорией. Как я расскажу далее, когда речь пойдёт о четвёртой неопределённости¹⁵, впервые для меня объекты науки и технологии стали, так сказать, социально совместимыми. Философское обоснование этой идеи было представлено во второй части книги «Пастеризация Франции» [Latour 1988a], хотя и в форме, делающей затруднительным его понимание.

С тех пор идея развивалась во многих направлениях, анализировалась и критиковалась во множестве статей, отмеченных на сайте Ло. И хотя не существует чёткого теста-индикатора принадлежности к АСТ, несколько таких тестов — *ad hoc* и на скорую руку — можно придумать. Нечего и говорить о том, что данная интерпретация АСТ отражает только моё видение. Эта книга не претендует на более полную коллективную репрезентацию, а лишь только на более систематичную. Приведу тесты, которые я нахожу самыми показательными. Один из них — конкретная роль, отводимая «не человекам». Они должны быть акторами (см. определение в разделе «Типов действующих акторов должно стать больше» главы «Третий источник неопределённости: объекты тоже обладают агентностью»), а не просто жалкими носителями символической проекции. Но эта активность не должна быть агентностью того типа, который до сих пор ассоциируется с фактами или природными объектами. Так что если какое-нибудь исследование базируется либо на символическом, либо на натуралистическом типе причинно-следственной связи, нет основания включать его в АСТ, даже в случае, когда оно на это претендует. И наоборот, любое исследование, приписывающее «не человекам» более открытый тип агентности, нежели традиционная природная каузальность, и более действенный, чем символическая, может относиться к АСТ, и даже несмотря на то, что кое-кому из авторов не хотелось бы каким-либо образом ассоциироваться с этим подходом. Например, одна биологическая работа (см.: [Kupiec, Sonigo 2000]) могла бы принадлежать к АСТ потому, что в ней приписывается новая активная роль гену.

Ещё один тест заключается в том, чтобы выяснить, в каком направлении идёт исследование. Совпадает ли в итоге перечень того, что включается в сферу социального, всё с тем же ограниченным набором, используемым для объяснения (и исключения) большинства элементов? Если понимание социального остаётся стабильным и используется для описания положения дел, это не АСТ. К примеру, не имеет значения, насколько все мы оказались просвещёнными благодаря теории социального формирования технологии (Social Shaping of Technology) [Bijker 1995], но она не включается в корпус АСТ, поскольку в ней социальное остаётся неизменным от начала до конца работы и им объясняется траектория изменения технологии. Однако работа Макнила [McNeill 1976], хотя он никоим образом не автор из категории АСТ, заслуживала бы включения, поскольку у него то, что вступает в ассоциации, модифицируется в описание того, что должно «соединяться» — в список включены крысы, вирусы и микробы. В этом смысле работа историка У. Кронона — определённо шедевр АСТ, так как в ней для объяснения прогрессивной организации пространства столицы не привлекается никакая скрытая социальная сила [Cronon 1991]. То же самое верно и в отношении работы Э. Хатчинса по распределённому мышлению [Hutchins 1995]. Большая часть истории науки и технологии поэтому обладает значимостью для нашей программы, и социология искусства является нашим постоянным союзником, особенно благодаря влиянию А. Энниона [Hennion 1993].

Третий и ещё более сложный тест мог бы заключаться в выяснении того, направлено ли исследование на реконструкцию социального или по-прежнему настаивает на его расщеплении и деконструкции. АСТ ошибочно отождествляют с постмодернистской усиленной критикой «метанарративов»¹⁶ и «евроцентристской» или «гегемонистской» установки. Однако это большое заблуждение. Дисперсия, деструкция и деконструкция — не цели для достижения, а то, что нужно преодолевать. Гораздо важнее выяснить, какие новые институты, процедуры и концепты могут собрать и воссоединить социальное [Callon, Lascoumes, Barthe 2001; Latour 2004].

¹⁴ См. URL: <http://www.lancs.ac.uk/fass/centres/css/ant/antres.htm>

¹⁵ В четвёртой главе «Четвёртый источник неопределённости: реалии фактические — или реалии дискуссионные» автор подчёркивает опасность критической социологии, кроющуюся в отсутствии сомнений по поводу правоты её научных объяснений. — *Примеч. ред.*

¹⁶ Часто: «великие повествования». Философ и теоретик литературы Жан-Франсуа Лиотар (Jean-François Lyotard; 1924–1998) определял постмодерн как кризис метасценариев (великих проектов) и выступал с критикой крупномасштабных философских доктрин и теорий. — *Примеч. ред.*

В большинстве случаев обращение к «социологии социального» не только приемлемо, но и необходимо, поскольку она предлагает удобный краткий код для обозначения всех компонентов, уже *принятых* в коллективном пространстве. Было бы глупым педантизмом воздерживаться от употребления понятий типа «IBM», «Франция», «культура маори», «восходящая мобильность», «тоталитаризм», «социализация», «нижний слой среднего класса», «политический контекст», «социальный капитал», «сокращение», «социальное конструирование», «индивидуальный агент», «бессознательные побуждения» и т. д. Но в ситуациях, когда во множестве возникают инновации, границы между группами становятся неопределёнными, диапазон приемлемого колеблется, «социологии социального» уже не под силу проследивать новые ассоциации акторов. И тогда последним делом было бы заранее ограничить форму, размеры, степень разнородности и сочетаемость ассоциаций. Приходится заменять удобные сокращения социального сложным и затратным полномасштабным исследованием ассоциаций. Соответственно изменяются и задачи социологов: уже недостаточно предоставить акторам всего лишь роль информантов о ситуациях хорошо известных типов. Им следует вернуть способность строить свои теории о том, из чего состоит социальное. Задача заключается уже не в том, чтобы навязывать тот или иной порядок, ограничивать диапазон допустимого, объяснять акторам, кто они такие, или вносить долю рефлексивности в их слепые действия. Следуя девизу АСТ, нужно «идти за самими акторами», то есть пытаться понять их зачастую безумные инновации, чтобы из них узнать, чем становится в руках акторов коллективное существование, какими способами они делают его более или менее приемлемым для всех, какие теории могли бы лучше всего описать те новые ассоциации, которые им приходится устанавливать. И если «социология социального» прекрасно справляется с тем, что уже *«собрано»*, ей далеко не так хорошо удаётся объединять участников заново в то, что не является — ещё не стало — социальным.

Более радикальная модель соотношения обоих направлений — это заимствованная из истории физики несколько искусственная параллель, в соответствии с которой можно сказать, что «социология социального» остаётся *«дорелятивистской»*, тогда как наша социология — всецело «релятивистская». В самых ординарных случаях (к примеру, в ситуациях, когда изменения происходят медленно) дорелятивистская парадигма вполне приемлема, и любая фиксированная система координат способна регистрировать действие без чрезмерных деформаций. Но как только процесс ускоряется, инновации разрастаются и реалии множатся, тот, кто придерживается абсолютистской системы, безнадежно запутывается. Именно тогда и следует разрабатывать релятивистский подход, чтобы быть в состоянии перемещаться из одной системы координат в другую и установить соизмеримость между следами, оставленными системами, движущимися с очень разной скоростью и ускорением. Поскольку теория относительности является общеизвестным примером масштабной перестройки нашего мыслительного аппарата, вызванной потребностью ответа на фундаментальные вопросы, её можно использовать как удачную аналогию для иллюстрации способов, с помощью которых «социология ассоциаций» переворачивает и расширяет «социологию социального».

Дальше для меня важны не опровержения, то есть доказательства того, что другие социальные теории ложны, а предложения. Как далеко можно продвинуться, отклонившись от общепринятой гипотезы, что существование социальной сферы даёт социальным наукам легитимную систему координат?¹⁷ Если физики в начале прошлого века оказались в состоянии отвергнуть общепринятую теорию абсолютно неизменного и бесконечно пластичного эфира, смогут ли социологи открыть новые возможности продвижения, отбросив идею социальной субстанции как «ненужную гипотезу»? Это настолько

¹⁷ Если моя оценка «социологии социального» выглядит слишком резкой и я на самом деле несносен по отношению к критической социологии, то это до поры до времени. В своё время мы научимся находить то, что есть верного в первоначальных интуициях представителей «социологии социального». Если ключевое понятие «стандарты» (Часть II, глава «Шаг третий: соединяем площадки», раздел «От стандартов к собирающим формулировкам») представляет нам возможность воздать должное «социологии социального», то критической социологии придётся подождать, и боюсь, что до «Заключения», когда мы примемся за проблему политической релевантности.

маргинальная позиция, у неё так мало шансов на успех, что я не вижу никаких оснований быть беспристрастным и щепетильным по отношению к совершенно разумным альтернативам, которые вполне могли бы разбить её вдребезги. Так что я буду настойчив, а зачастую пристрастен, чтобы ясно показать контраст между этими двумя позициями. Зато для компенсации такой несправедливости я постараюсь быть по возможности последовательным и дойти до самых нетрадиционных выводов из той позиции, которую выбрал для эксперимента. Мой тест заключается в том, чтобы посмотреть, сколько новых проблем может быть извлечено на свет, если неуклонно, даже слепо, следовать всем обязательствам, к выполнению которых вынуждает нас эта новая отправная точка. Окончательная же проверка заключается в том, чтобы к концу книги выяснить, в состоянии ли «социология ассоциаций» принять эстафету у «социологии социального», прослеживая различные типы новых и более активных связей, и сможет ли она унаследовать всё, что было легитимного в притязаниях науки о социальном. Как всегда, о результатах — была ли проверка пройдена успешно или нет — судить читателю.

Для любителей возводить научную дисциплину к какому-нибудь почитаемому основоположнику стоит подчеркнуть, что такая дистинкция между двумя разными пониманиями обязательств социальной науки вовсе не нова. Она присутствовала уже в самом начале существования этой дисциплины (по крайней мере, во Франции), в давней дискуссии между старшим по возрасту Габриэлем Тардом и Эмилем Дюркгеймом, победителем¹⁸. Тард всегда сокрушался, что Дюркгейм отказывается от задачи объяснения общества, путая причину и следствие и подменяя изучение социальной связи политическим проектом, направленным на социальную инженерию. В противоположность своему младшему оппоненту он настойчиво утверждал, что социальное — это не особая сфера реальности, а принцип отношений; нет причины выделять социальное среди других ассоциаций (таких, как биологические организмы или даже атомы); становление социальной науки вовсе не требует разрыва с философией, особенно с метафизикой; на самом деле социология — что-то вроде интер-психологии¹⁹; изучение инноваций, в частности, науки и технологии, является сферой развития социальной теории; и экономика должна быть преобразована сверху донизу, а не использоваться как туманная метафора, описывающая расчёт интересов. Наконец, Тард рассматривал социальное как циркулирующий поток, отслеживать который надо новыми методами, а не как специфический тип организма. Нам нет необходимости принимать все особенности позиции Тарда, а их много, но в галерее портретов выдающихся основоположников он — наряду с Гарольдом Гарфинкелем — один из тех очень немногих, кто считает, что социология может быть наукой, которая объясняет, на чем держится общество, а не использует это понятие как средство для объяснения чего-то другого или подспорье для решения политических проблем эпохи.

Тард потерпел полное поражение от «социологов социального» — до такой степени, что на целое столетие оказался вытесненным в призрачное существование. Однако это не доказывает, что он неправ. А наша книга в связи с этим становится даже более необходимой. Я убеждён, что если бы социология больше унаследовала от Тарда (не говоря уже о Конте, Спенсере, Дюркгейме и Вебере), она была бы более релевантной дисциплиной. И до сих пор (мы увидим это к концу книги) у неё есть для этого ресурсы. Обе традиции легко можно примирить: вторая из них — просто возвращение к задаче, которую первая слишком быстро посчитала решённой. Факторы, в прошлом объединённые под рубрикой «социальная сфера», — это всего лишь элементы, которые в будущем предстоит собрать в то, что я назову не обществом, а *коллективом*.

¹⁸ См. единственное обширное введение в социологию Тарда на английском языке: [Tarde 1969]; см. также: [Latour 2002]. В Интернете можно найти английский перевод книги Г. Тарда 1899 г.: [Tarde 2000] — см.: URL: <http://www.moscowbooks.ru/ebooks/en/book.asp?ean=9781447498049>

¹⁹ В противоположность интрапсихологии, о которой Тард почти ничего не говорит; см.: [Tarde 1999].

Габриэль Тард — альтернативный предшественник альтернативной социологии

Габриэль Тард (1843–1904) был судьёй, а затем криминалистом-самоучкой, он стал предшественником А. Бергсона²⁰ в Коллеж де Франс (le Collège de France)²¹.

Несколько цитат дадут нам представление о сильном контрасте между двумя направлениями мысли. Вот тардово определение общества:

Но это значит, что всякая вещь есть общество и все вещи суть общества... И весьма примечательно, что наука, логически следуя своим ранним допущениям, стремится странным образом расширить понятие «общество». Ведётся речь о сообществах клеток. А почему не атомов? Не говоря уже о сообществах звёзд, солнечных систем. Похоже, что все науки обречены стать ветвями социологии [Tarde 1999b: 58].

Самое интересное, что Тард много лет был главой статистического института и всегда доверял и монографиям, и статистическим данным, но не соглашался с Дюркгеймом по поводу того типа количественной социологии, которого надо придерживаться.

Обобщая лейбницево учение о монадах²², но без Бога, проекты Тарда поворачивают вспять связь между микро- и макро:

Во множестве форм, хотя и в уменьшённом масштабе, всегда проявляется одна и та же ошибка: ложная уверенность в том, что увидеть постепенный прогресс регулярности, порядка и логики в социальных феноменах мы можем, только уйдя прочь от деталей, которые по сути своей иррегулярны, и поднявшись достаточно высоко, чтобы достичь панорамного, а потому обобщающего вида; а также в том, что источник и основание всякой социальной координации — это некий общий факт, от которого она постепенно нисходит к частным фактам, при этом всегда теряя в силе. Короче говоря, это ложная уверенность в том, что действует человек, но управляет им закон эволюции. Я придерживаюсь в известном смысле противоположного [Tarde 2000: 75].

Следующая цитата объясняет резкое противостояние Дюркгейму, принадлежавшему к более молодому поколению, чем Тард:

Эта концепция — почти полная противоположность представлениям линейных эволюционистов и г-на Дюркгейма. Вместо того чтобы все объяснять предполагаемым верховенством закона эволюции, заставляющего коллективные феномены бесконечно воспроизводиться и повторяться в определённом порядке, объяснять меньшие факты через большие, а часть через целое, я объясняю коллективные черты сходства целого скоплением воедино единичных элементарных действий, объясняю большее через меньшее, а целое — через часть. Этот способ рассмотрения явлений предназначен для того, чтобы произвести в социологии переворот, аналогичный тому, который в математике произвело введение бесконечно малых величин [Tarde 2000: 35].

Причина того, почему Тард может считаться ранним предшественником АСТ, в том, что всегда лучший пример социальной связи для него — история и социология науки:

Что касается структуры науки (вероятно, самого впечатляющего из человеческих предприятий), то здесь невозможны вопросы. Она строилась при ярком свете истории, и мы можем проследить её развитие почти с самого начала и до наших дней... Всё здесь берёт начало в единичном, не только

²⁰ Анри Бергсон (1859–1941) — один из крупнейших философов XX века, представитель интуитивизма и философии жизни; в 1900–1914 — профессор Коллеж де Франс; член Французской академии с 1914 г., лауреат Нобелевской премии по литературе (1927). — *Примеч. ред.*

²¹ Образован при Франциске I как институт королевских профессоров, с XVII века — Королевский коллеж (Collège royal); современное название носит с 1879 г. Звание профессора Коллежа считается одним из самых высших отличий в области французского высшего образования. — *Примеч. ред.*

²² В основе учения о монадах Г. Лейбница (1646–1716) находится идея о мире, состоящем из множества неделимых, простых, нематериальных и неповторимых субстанций, называемых монадами. Основные положения теории о монадах изложены в трактате: Лейбниц Г. В. 1982 (1714). *Монадология*. В изд.: Лейбниц Г. В. Соч.: В 4 т. М.: Мысль. 1; 413–429. — *Примеч. ред.*

материалы, но и общий конструкт целого, и наброски деталей. Всё, включая и то, чем теперь прониклись все образованные умы и чему учат даже в начальной школе, начиналось как тайна некоего единственного ума, из которого маленький огонёк, слабый и мерцающий, простирает свои лучи, — сначала лишь в узком диапазоне, и, даже в нём встречая множество препятствий, но становясь все ярче по мере своего распространения, он, наконец, превратился в ослепительно яркий свет. Если кажется вполне очевидным, что наука строилась именно так, тогда не менее верно и то, что конструирование любой догмы, правового кодекса, формы правления или экономического режима шло тем же способом. А если и возможно какое-то сомнение в отношении языка и этики, поскольку темнота происхождения и медленность изменения скрывают их от наблюдения на протяжении большей доли их существования, то разве не высока степень вероятности того, что их эволюция шла тем же путём? [Tarde 2000: 84–85].

Реалии, с которыми имеет дело Тард, — не люди, а инновации, кванты изменений, живущие своей собственной жизнью:

Вот почему всякий социальный продукт, имеющий опознаваемые характеристики, будь то товар, стихи, формула, политическая идея, возникшая в какой-то момент где-то в углу мозга, мечты Александра Македонского о завоевании мира, стремится умножить себя в тысячах и миллионах копий всюду, где есть человеческие существа, и никогда не остановится, разве что если его поставит под сомнение какой-нибудь конкурирующий продукт, столь же амбициозный, как и он сам [Tarde 1999b: 96].

С точки зрения АСТ, полезнее всего то, что Тард не заставляет социальную науку рвать с философией или даже с метафизикой:

Существовать — значит отличаться; различие в определённом смысле составляет субстанциальную сторону вещей, то, что в них наиболее общего и что делает их наиболее отличными друг от друга. Нужно исходить из различия и воздерживаться от попыток его объяснить, особенно беря за отправной пункт тождество, как ошибочно поступают столь многие. Ибо тождество — это минимум различия и, следовательно, его тип, и весьма редкий тип, подобно тому, как покой есть тип движения, а окружность — тип эллипса. Исходить из некоего первоначального тождества, значит допускать удивительно неправдоподобное исходное единство, или — иначе — тёмную тайну распада простой единичной сущности вдруг разделившейся на множество других сущностей без всякой на то причины [Tarde 1999b: 73].

Эта книга о том, как применить АСТ к восстановлению социальных отношений, разделена на три части в соответствии с тремя задачами, перечисленными ниже и слитыми «социологией социального» воедино по причинам, которые уже можно не принимать в расчёт:

- как *разблокировать* и *развернуть* всё множество разногласий по поводу ассоциаций, не сводя заранее социальное к особой сфере?
- как сделать полностью прослеживаемыми средства, позволяющие акторам *стабилизировать* эти разногласия?
- каковы те *процедуры*, которые позволяют пересобрать социальное — не в общество, а в коллектив?

В первой части книги будет показано, почему не следует заранее ограничивать категорию существ, населяющих социальный мир. Общественные науки стали слишком робкими, когда речь идёт о раскрытии явной сложности ассоциаций, с которыми они сталкиваются²³. Я докажу, что можно, так сказать, извлекать пользу из разногласий, и научу, как стать настоящими релятивистами, — определённо, это

²³ В этой книге я оставляю в стороне проблему количественной социологии не потому, что больше доверяю качественным данным, но потому, что само понимание «количества» как такового (*quantum*) стоит на повестке дня того направления, которому я намерен следовать.

необходимая подготовка перед рискованной высадкой на новую территорию. Во второй части будет показано, как можно сделать прослеживаемыми социальные связи, описывая уже сделанную работу по стабилизации разногласий, выявленных в первой части. Заимствуя метафору из картографии, я мог бы сказать, что АСТ пытается по возможности *сделать* социальный мир *плоским*, чтобы обеспечить ясную видимость установления всякой новой связи. Наконец, я покажу, почему задача сборки коллектива стоит того, чтобы ею заниматься, но только после того, как мы откажемся от обходного пути через «общество» и «социальное объяснение». Если верно, что понимание общества, предложенное «социологами социального», было прежде всего способом обеспечить гражданское согласие, когда модернизм был на коне²⁴, то какого рода коллективную жизнь и знание должны собрать «социологи ассоциаций», когда прогресс поставлен под сомнение, а задача поиска способов коллективного существования стоит острее, чем когда-либо?

Эта книга чем-то похожа на путеводитель по местности, одновременно и совершенно банальной (это всего лишь социальный мир, к которому мы привыкли), и абсолютно экзотической, поэтому нам надо научиться останавливаться на каждом шагу. Если порядочные учёные не находят достойным сравнение введения в науку с путеводителем, то пусть будут любезны вспомнить, что «куда пойти» и «какие достопримечательности тут надо посмотреть» — всего лишь английский эквивалент того, что обычно называют помпезным греческим словом «метод» или, ещё хуже, «методология». Преимущество подхода путеводителя перед «методологическим дискурсом» в том, что первый нельзя спутать с территорией, которую он всего лишь описывает. Путеводителем можно пользоваться, а можно его забыть, положить в багажник, заляпать жиром и кофе, весь исчеркать, вырвать из него страницы, чтобы развести огонь под барбекю. Короче говоря, путеводитель предлагает, а не навязывает себя читателю. Это не книга на столике в кафе с глянцевыми пейзажами для приезжего, который слишком ленив, чтобы путешествовать. Она предназначена практикам — как пособие, которое поможет им найти нужные ориентиры, *раз уж* они забрели на эту территорию. Для всех прочих, боюсь, она останется совершенно непонятной, ибо социальные связи, которые нужно прослеживать, никогда не будут похожи на те, прослеживать которые их научили.

Литература

- Audren F. (forthcoming). *Les juristes et les sociologies*. PhD thesis. Paris: Paris Sorbonne.
- Barry A. 2001. *Political Machines: Governing a Technological Society*. London: Athlone Press.
- Bijker W. 1995. *Of Bicycles, Bakelities, and Bulbs: Towards a Theory of Sociotechnical Change*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Boltanski L. 1990. *L'amour et la justice comme compétences*. Paris: A.-M. Métailié.
- Boltanski L., Thévenot L. 1999. The Sociology of Critical Capacity. *European Journal of Social Theory*. 2/3: 359–377.
- Boltanski L., Thévenot L. 2006. *On Justification*. Princeton: Princeton University Press (translation of: Boltanski L., Thévenot L. 1991. *De la justification. Les économies de la grandeur*. Paris: Gallimard).

²⁴ Первое употребление слов «социология» и «социальные науки» мы встречаем в известном памфлете 1789 г. «Qu'est ce que le tiers-état?» («Что такое третье сословие?») Эммануэль-Жозефа Сиейса (1748–1836), где они используются для обозначения слияния всех «камеральных наук» в искусстве управления; см.: [Audren forthcoming].

- Callon M. 1986. Some Elements of a Sociology of Translation. Domestication of the Scallops and the Fishermen of St Brioux Bay. In: Law J. (ed.). *Power, Action and Belief. A New Sociology of Knowledge?* Keele: Sociological Review Monograph; 196–229.
- Callon M., Lascoumes P., Barthe Y. 2001. *Agir dans un monde incertain: Essai sur la démocratie technique*. Paris: Le Seuil.
- Callon M., Latour B. 1981. Unscrewing the Big Leviathans: How Do Actors Macro Structure Reality. In: Knorr K., Cicourel A. (eds). *Advances in Social Theory and Methodology: Toward an Integration of Micro and Macro Sociologies*. London: Routledge; 277–303.
- Candolle A. de. 1987 (1873). *Histoire des sciences et des savants depuis deux siècles d'après l'opinion des principales académies ou sociétés scientifiques*. Paris: Fayard, Corpus des Oeuvres de Philosophie.
- Cronon W. 1991. *Nature's Metropolis: Chicago and the Great West*. New York: W. W. Norton.
- Ewick P., Silbey S. S. 1998. *The Common Place of Law*. Chicago: University of Chicago Press.
- Hennion A. 1993. *La passion musicale: Une sociologie de la médiation*. Paris: A.-M. Métailié.
- Hutchins E. 1995. *Cognition in the Wild*. Cambridge, Mass.: MIT Press.
- Kupiec J.-J., Sonigo P. 2000. *Ni Dieu ni gène*. Paris: Le Seuil-Collection Science ouverte.
- Latour B. 1988a. *The Pasteurization of France*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Latour B. 1988b. *The Pasteurization of France*. Cambridge, MA.: Harvard University Press.
- Latour B. 1996. *Aramis or the Love of Technology*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Latour B. 1999a. On Recalling ANT. In: Law J., Hassard J. (eds). *Actor Network and After*. Oxford: Blackwell; 15–25.
- Latour B. 1999b. *Pandora's Hope: Essays on the Reality of Science Studies*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Latour B. 2002. Gabriel Tarde and the End of the Social. In: Joyce P. (ed.). *The Social in Question: New Bearings in the History and the Social Sciences*. London: Routledge; 117–132.
- Latour B. 2004. *Politics of Nature: How to Bring the Sciences into Democracy* (trans. Catherine Porter). Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Latour B., Hermant E. 1998. *Paris ville invisible*. Paris: La Découverte-Lés Empêcheurs de penser en rond.
- Latour B., Weibel P. (eds). 2005. *Making Things Public: Atmospheres of Democracy*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Law J. 1986. On the Methods of Long-Distance Control: Vessels, Navigation and the Portuguese Route to India. In: Law J. (ed.). *Power, Action and Belief. A New Sociology of Knowledge?* Keele: Sociological Review Monograph; 234–263.

- Law J. 2004. *After Method: Mess in Social Science Research*. London: Routledge.
- McNeill W. 1976. *Plagues and peoples*. New York: Anchor Press.
- Mol A. 2003. *The Body Multiple: Ontology in Medical Practice (Science and Cultural Theory)*. Durham, NC: Duke University Press.
- Strum S., Latour B. 1987. The Meanings of Social: from Baboons to Humans. *Information sur les Sciences Sociales: Social Science Information*. 26: 783–802.
- Tarde G. 1902. *Psychologie économique*. Paris: Félix Alcan.
- Tarde G. 1969. *On Communication and Social Influence. Selected Papers* (ed. by Terry N. Clark). Chicago: University of Chicago Press.
- Tarde G. 1999a (1893). *La logique sociale*. Paris: Les Empêcheurs de penser en rond.
- Tarde G. 1999b (1895). *Monadologie et sociologie*. Paris: Les empêcheurs de penser en rond.
- Tarde G. 2000 (1899). *Social Laws: An Outline of Sociology* (trans. Howard C. Warren). Kitchener, Ont.: Batoche Books.
- Tarde G. 1989 (1901). *L'opinion et la foule*. Paris: PUF.
- Thévenot L. 2004. Une science de la vie ensemble dans le monde. *La Revue semestrielle du MAUSS*. 24: 115–126.
- Wilson E. O. 1975. *Sociobiology, the New Synthesis*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

ДЕБЮТНЫЕ РАБОТЫ

М. Л. Панкратова

Удовлетворённость российских женщин с детьми и без детей работой и жизнью¹



ПАНКРАТОВА
Маргарита
Львовна —
выпускница
факультета социологии
(2012) НИУ ВШЭ
(Москва, Россия).

Email: p-margo@
yandex.ua

В данной статье представлены результаты исследования, в рамках которого выявляются детерминанты удовлетворённости российских женщин работой и жизнью. После рождения ребёнка женщины перераспределяют своё время в пользу семьи и ребёнка, прерывая занятость на рынке труда или переходя на частичную занятость. Изменение привычного образа жизни женщины в связи с рождением детей влечёт за собой непосредственное изменение удовлетворённости работой и жизнью в целом. Таким образом, факт рождения ребёнка — один из главных при анализе социального самочувствия женщин. Автор статьи исходит из предположения, что для матерей и женщин без детей детерминанты удовлетворённости работой и жизнью разные. В статье описываются основные подходы и методы измерения этих показателей. Информационной базой исследования служит «Российский мониторинг экономики и здоровья населения», РМЭЗ (Russia Longitudinal Monitoring Survey of HSE, RLMS)² за 2000–2009 гг. В результате исследования автор приходит к выводу о том, что российские женщины с детьми удовлетворены жизнью более, а работой менее по сравнению с женщинами без детей, при этом фактор наличия детей для удовлетворённости работой является незначимым.

Ключевые слова: удовлетворённость; удовлетворённость жизнью; удовлетворённость трудом; занятость; женщины с детьми.

В задачи современного государства входит забота о счастье и субъективном благополучии его граждан, которые, наряду с экономическими и технологическими показателями, являются маркером уровня развития страны в целом [Arthaud-Day, Near 2005]. При всём этом отметим, что концепты

¹ Работа выполнена при поддержке исследовательского проекта «Женщины на российском рынке труда после рождения ребёнка» по конкурсу Программы «Научный фонд НИУ ВШЭ» «Учитель — Ученики» 2011–2012 гг. (№ 11-04-0046). Исполнители: Т. С. Карабчук (руководитель), М. А. Малкова, А. С. Сухова, Е. В. Колотова, М. Л. Панкратова, В. Л. Панкратова.

² «Российский мониторинг экономического положения и здоровья населения НИУ ВШЭ», или РМЭЗ (Russia Longitudinal Monitoring Survey of HSE, RLMS), — негосударственное лонгитюдное обследование домохозяйств; представляет собой серию ежегодных общенациональных репрезентативных опросов на базе вероятностной стратифицированной многоступенчатой территориальной выборки, разработанной при участии ведущих мировых экспертов в этой области. Это международный исследовательский проект, осуществляемый НИУ ВШЭ и ЗАО «Демоскоп» при участии Центра народонаселения Университета Северной Каролины в Чапел-Хилл, США (University of North Carolina at Chapel Hill, USA) и Института социологии РАН.

«субъективное благополучие», «удовлетворённость жизнью» и «счастье» являются достаточно сложными для изучения среди учёных (как социологов, так и психологов), прежде всего потому, что их не просто определить и операционализировать [Blanchflower, Oswald 2004]. Исследователи отмечают, что понятие «счастье» не тождественно понятию удовлетворённости жизнью, хотя они и связаны между собой [Андреенкова 2010].

В России уровень счастья и удовлетворённости жизнью более низкий, чем в других странах [Андреенкова 2010; Inglehart, Welzel 2010]. В связи с этим проблема низких показателей уровня счастья и социального благополучия в российском обществе актуальна как для учёных-исследователей, так и для государства, которое пытается повысить уровень жизни и развития страны.

Одна из категорий населения, для которой проблема счастья и удовлетворённости жизнью стоит наиболее остро, — это женщины с маленькими детьми³. В настоящее время уровень женской занятости, особенно среди женщин с маленькими детьми, растёт, причём такая динамика характерна не только для России. Например, по данным ежегодника «Труд и занятость в России» за 2011 г., уровень занятости населения в трудоспособном возрасте в 2010 г. составил 70% среди женщин и 74,9% среди мужчин [Труд и занятость... 2011]. Можно отметить позитивную динамику роста данного показателя по сравнению с 2000 и 2011 гг. Один из самых высоких уровней женской занятости наблюдается в Скандинавских странах: в Дании он достигает 73%, в Швеции и Финляндии — 70 и 68% соответственно⁴. При этом для этих стран также характерна и высокая доля матерей среди работающих женщин, в Швеции, Дании и Норвегии она составляет 76, 74 и 73% соответственно; в России этот показатель также очень высок — 71% (по данным на 2008 г.)⁵.

Однако неудачный выход на рынок труда после рождения ребёнка, сложности с совмещением семейных обязательств и занятости на рынке труда могут привести к неудовлетворённости как работой, так и жизнью в целом [Andrisani 1978; Bender, Donohue, Heywood 2005]. Женщина, решившая стать матерью, уходит на определённый период с рынка труда. Этот перерыв в работе, связанный с рождением ребёнка и его воспитанием, может негативно сказаться на карьере женщины: работодатели неохотно нанимают женщин с маленькими детьми [Andrisani 1978]. Во время ухода за ребёнком женщины теряют часть своих навыков, в большинстве случаев они имеют более низкую производительность труда по сравнению с женщинами без детей [Bender, Donohue, Heywood 2005]. В результате многим женщинам с маленькими детьми приходится менять прежнее место работы, соглашаться на более низкую оплату труда, сокращать рабочее время, кроме того, они нередко сталкиваются с дискриминацией на рынке труда, например, при выплате заработной платы и т. д. [Naparri 2007; Petersen, Penner, Høgsnes 2007]. Все эти обстоятельства негативным образом отражаются на удовлетворённости работой и жизнью среди женщин.

В данной работе удовлетворённость жизнью и удовлетворённость работой женщин с маленькими детьми рассматриваются совместно. Мы полагаем, что при изучении удовлетворённости жизнью упомянутой выше категории женщин нельзя не рассматривать такой аспект их жизни, как работа, в силу того, что женщинам с маленькими детьми приходится либо совмещать семейную жизнь и работу, либо выбирать что-то одно, жертвуя другим, если баланса достичь не удаётся.

³ Естественно, эта проблема актуальна и для других групп, но для автора данной статьи наибольший интерес представляет группа женщин с маленькими детьми (в возрасте до 7 лет включительно).

⁴ См.: [Россия и страны... 2011].

⁵ См. URL: http://www.nationmaster.com/graph/lab_wor_mot-labor-working-mothers

Если говорить об уровне удовлетворённости работой в России⁶, то наша страна занимает одно из последних мест среди европейских стран. В России самая высокая доля людей, которые не удовлетворены работой: «Индекс удовлетворённости работой в России на 15% ниже, чем в Дании и на 7% меньше, чем средний индекс удовлетворённости работой в других странах» [Llorente, Macías 2003] (цит. по: [Смирных 2008: 10]). При этом среди женщин с маленькими детьми доля удовлетворённых работой в 2000–2009 гг. не превышала 50% (расчёты автора статьи на данных РМЭЗ).

Приведённые выше данные показателя удовлетворённости работой российских граждан свидетельствуют об актуальности проблемы удовлетворённости работой и жизнью женщин с маленькими детьми в первую очередь для российского общества. Можно также говорить о практической значимости предлагаемой читателям статьи для социальной политики, так как результаты помогут лучше разобраться в текущей ситуации и выработать меры, направленные на ослабление конфликта между материнством и женской занятостью, что является одной из важнейших задач, которые стоят перед государством [Синявская, Захаров, Карцева 2007].

В данном исследовании для нас важно понять, каковы детерминанты, определяющие удовлетворённость женщин жизнью и работой; особенно интересно проследить, как именно наличие детей разного возраста и (или) их отсутствие влияет на удовлетворённость жизнью и работой женщин, различаются ли показатели удовлетворённости у матерей и женщин без детей. Структура данной работы следующая: обзор теоретических концептов и эмпирических работ; гипотезы исследования; описание данных и методики; основные выводы.

Теоретические концепты и обзор эмпирических работ

Существуют различные теоретические подходы, которые применяются исследователями при анализе удовлетворённости работой и жизнью. Ниже приводится обзор основных работ, посвящённых измерению концепта, ключевых теоретических подходов, а также эмпирических работ.

Удовлетворённость жизнью

Удовлетворённость жизнью является центральным концептом при изучении субъективного восприятия жизни. Учёные использовали различные подходы для объяснения и описания удовлетворённости жизнью людей. Например, удовлетворённость жизнью изучалась с точки зрения человеческих ценностей (*people values*), а также взаимодействия членов семьи друг с другом [Bowen 1988]; субъективное восприятие жизни рассматривалось для разных возрастов людей [Chaonan 2001]; делался вывод о том, что счастье, или удовлетворённость жизнью, служит показателем, с помощью которого можно говорить о степени положительной или отрицательной оценки респондентами качества своей жизни [Rampichini, Schifini 1998].

В свою очередь, факторы удовлетворённости жизнью можно рассматривать с точки зрения объективных и субъективных составляющих [Rampichini, Schifini 1998]. Объективные составляющие — это то, в какой мере условия жизни отвечают наблюдаемым критериям, которые поддаются объективному измерению (в нашем случае объективными характеристиками женщин будут такие, как зарплата молодых мам и условия их труда). Субъективные составляющие определяют то, как люди воспринимают свою жизнь и насколько удовлетворены ею в целом; измеряются учёными включением в анкету вопроса: «Скажите, пожалуйста, насколько Вы удовлетворены или не удовлетворены Вашей жизнью в целом?» [Rampichini, Schifini 1998].

⁶ По результатам исследования, основанного на данных Международной программы социального мониторинга (1997, 2007 гг.) [Смирных 2008].

В данной работе мы исходим из того, что концепт «удовлетворённость жизнью» и факторы, оказывающие на него влияние, необходимо измерять как с учётом объективных характеристик женщин, так и не пренебрегая субъективными оценками и суждениями респондентов [Michalos 1985]. Одни только объективные характеристики жизни и работы респондентов являются недостаточными, потому что респонденты с одинаковой зарплатой, например, проживающие в одном городе и имеющие один и тот же уровень образования, могут иметь разную степень удовлетворённости как жизнью, так и работой. Удовлетворённость жизнью и работой — это нечто большее, чем просто сочетание социальных, демографических, экономических, физических характеристик изучаемой совокупности. Вот почему помимо объективных характеристик респондентов важно изучение их субъективного восприятия жизни.

Существует достаточно работ, посвящённых отдельному изучению удовлетворённости жизнью. Например, в Нидерландах исследовалась связь между изменением уровня доходов и удовлетворённостью жизнью на индивидуальном уровне [Groot, Maassen 2000]. Американские учёные пытались дать ответ на вопрос, почему семейный человек испытывает больше удовлетворения от работы, нежели люди, семьи не имеющие [Bowen 1988]. Было также рассмотрено, каким образом влияют на удовлетворённость жизнью такие события, как подрыв здоровья, уход на пенсию, потеря партнёра (спутника жизни) [Chaonan 2001]. Изучалась и удовлетворённость жизнью у подростков в Германии [Goldbeck et al. 2007].

Удовлетворённость работой

Степень удовлетворённости работой женщинами — важный аспект их трудовой деятельности. От этого во многом зависит успешность существования на рынке труда. Проблемы удовлетворённости работой интересуют учёных довольно давно. Одним из основоположников изучения удовлетворённости является учёный-психолог Эдвин Локк. В своём исследовании он пришёл к выводу, что удовлетворённость работой индивида самым тесным образом связана с тем, как он воспринимает жизнь в целом, а также свою семью, самого себя в качестве личности. Удовлетворённость работой коррелирует со здоровьем респондентов. Неудовлетворённость работой может быть фактором большой мобильности индивидов со своих рабочих мест. Было обнаружено, что удовлетворённость трудом также связана с ценностью труда для индивида, помимо этого, значимыми факторами могут быть условия труда на производстве, оплата труда, прозрачность вознаграждения и интерес к работе [Locke 1976].

Изучением удовлетворённости работой и жизнью занимаются также социологи. Основоположниками этого направления в социологии можно считать Каллеберга, Андризани и Акерлофа (см.: [Kalleberg 1977; Andrisani 1978; Akerlof et al. 1988]). Главный акцент в этих исследованиях был сделан на различиях в удовлетворённости работой в терминах воспринимаемых характеристик работы, а также на различиях в трудовых ценностях.

Во многих исследованиях достаточно внимание уделяется тому, каким образом такие факторы, как трудовые ценности, денежные вознаграждения, условия труда, влияют на удовлетворённость женщин работой [Vokemeier, Lacy 1986.]. Удовлетворённость трудом исследовалась также по социально-демографическим группам в зависимости от различного рода объективных и субъективных факторов: способность работать, независимость, ответственность, возможность карьерного роста, заработная плата, количество отработанных часов, политика компании и т. п. влияют на удовлетворённость работой [Kalleberg 1977].

В конце 1970-х появляется работа Хамермеша [Hamermesh 1977], в которой он делает попытку возвести удовлетворённость трудом в ранг экономических категорий. Автор этой работы указывает и на то, что удовлетворённость трудом следует исследовать не с позиции субъективного восприятия индивидом своей работы, а с позиции экономической теории, используя структурные факторы рынка труда.

Достаточное внимание исследователями уделяется конфликту между домашними обязанностями и женской занятостью. В частности, исследователи показывают, что в условиях такого конфликта женщины склонны уменьшать количество часов занятости на работе [Schieman, McBrier, Gundy 2003; Reynolds 2005]. Был выявлен и тот факт, что конфликт «дом — работа» сильнее при условии, когда работа является более автономной (самоуправляемой) и рутинизированной [Schieman, McBrier, Gundy 2003]. Описываемый конфликт совмещения женщиной работы и семьи может приводить к стрессовым ситуациям, негативно влияя на удовлетворённость работой [Crosby 1982; Berardo, Shehan, Leslie 1987].

Существующие на сегодняшний день труды, посвящённые исследованию удовлетворённости работой женщинами с детьми, можно разделить на три группы.

Авторы одних исследований утверждают, что наличие детей негативно влияет на удовлетворённость работой женщинами [Andrisani 1978; Hodson 1989; Napari 2007].

Другая группа исследований показывает существование смешанных эффектов наличия детей на удовлетворённость работой у женщин (и у мужчин). Наличие детей отрицательно влияет на удовлетворённость мужчин работой и жизнью при условии того, что мужчины — кормильцы в семье, и на удовлетворённость женщин работой и жизнью при условии того, что женщины *не являются* главными кормильцами в семье. Но наличие детей никак не влияет на удовлетворённость работой и жизнью для тех женщин, которые являются главными кормильцами в семье [Hanson, Sloane 1992; Scandura, Lankau 1997].

В третьей группе исследований авторы приходят к выводу, что наличие детей в очень малой степени влияет на удовлетворённость женщинами работой или на их вовлечённость в занятость на рынке труда. Гораздо в большей степени на удовлетворённость женщин работой оказывают субъективное ощущение счастья и другие факторы, нежели наличие детей [Scandura, Lankau 1997; Lorence 1987]. Так, например, гибкость рабочего графика (позволяющая совмещать семейные обязанности и оплачиваемую занятость) — это один из факторов, который в значительной мере определяет удовлетворённость женщины работой, в отличие от мужчин [Scandura, Lankau 1997].

Таким образом, нет однозначного ответа на вопрос, как наличие детей влияет на удовлетворённость работой и жизнью у женщин. Данная статья поэтому нацелена на анализ ситуации в России, мы стремимся дать ответ на вопрос, как влияет наличие маленьких детей разного возраста на удовлетворённость работой у женщин.

Удовлетворённость жизнью — фон для удовлетворённости работой?

Исследований, посвящённых выявлению взаимосвязи между удовлетворённостью работой и удовлетворённостью жизнью, не так много (см.: [Near, Rice, Hunt 1978; Near 1984; Kiecolt 2003; Rode 2004]). Они показывают, что удовлетворённость работой и удовлетворённость жизнью тесно взаимосвязаны и влияют друг на друга [Near, Rice, Hunt 1978]. Отметим, что удовлетворённость жизнью в целом может зависеть от разных факторов (например, от рода занятий, престижа занятий, половой принадлежности, зарплаты, здоровья, возраста, семейного положения) [Near 1984], но немаловажным фактором среди других является наличие детей.

Социологические исследования, посвящённые изучению удовлетворённости работой и жизнью в России, не являются многочисленными. Приведём в качестве примера сборник «Человек и его работа» под редакцией А. Здравомыслова, В. Рожина и В. Ядова, включающий материалы одной из первых на-

учных работ, которая была посвящена изучению проблемы субъективных оценок труда на российских предприятиях [Здравомыслов, Рожин, Ядов 1967]. В. С. Магуном также были проведены исследования, изучающие трудовые ценности, жизненные притязания молодёжи, продуктивность труда и удовлетворённость работой [Магун 1983; Магун 2006].

Как отмечалось выше, по результатам сравнительных межстрановых исследований, основанных на данных Международной программы социального мониторинга, Россия занимает очень невысокие позиции по удовлетворённости работой среди европейских стран [Sousa-Poza, Sousa-Poza 2000; Монусова 2008].

Но по результатам другого исследования, которое было проведено в первой половине 2005 г., 50% работающего населения в России очень довольны своей работой, а также занимаемой на момент проведения исследования должностью [Смирных 2008]. По сравнению с другими странами Россия по уровню удовлетворённости работой занимает далеко не последнее место (самыми удовлетворёнными работой оказались жители Скандинавских стран — 68% опрошенных; за ними следуют Франция (61%), Италия и Швейцария (по 53%), Россия и Германия (по 50%), Великобритания (47%), Испания (46%), Нидерланды (45%) и Бельгия (35%).

Сходные результаты (высокая удовлетворённость работой в России) также показывают исследования Фонда «Общественное мнение» (ФОМ): почти две трети россиян удовлетворены своей работой (61%, или 32% по выборке в целом) [Преснякова 2004].

Неоднозначность оценок удовлетворённости можно объяснить следующим [Смирных 2008]:

- сравнительные исследования, которые направлены на изучение степени удовлетворённости работой, хотя и опираются на репрезентативные выборки, не являются панельными и, следовательно, не отслеживают динамики изменения показателя удовлетворённости индивида в течение длительного периода времени;
- выборки достаточно разнородны, вследствие чего трудно отследить, как различаются показатели удовлетворённости жизнью для двух категорий людей — для тех, кто находится в работоспособном возрасте, и для тех, кто находится в нетрудоспособном возрасте, но имеет работу;
- не учитывается эффект «когорты», производится сравнение удовлетворённости работой людей с разным историческим и экономическим прошлым. Таким образом, может не учитываться специфический набор ценностей, который присущ именно российским работникам.

Всё это в результате приводит к смещённым оценкам, что снижает их достоверность. Для России нужны панельные данные, которые позволили бы проводить сравнения на разных подвыборках женщин, чтобы достигнуть наибольшей однородности выборки.

Измерение удовлетворённости трудом и жизнью

Выше были описаны основные теоретические подходы и эмпирические практики, которые применяются при рассмотрении и анализе удовлетворённости жизнью и работой. Далее мы рассмотрим то, как учёными измеряется удовлетворённость жизнью и работой.

Можно выделить четыре группы подходов, применяемых при использовании количественных методов, для измерения удовлетворённости трудом и жизнью [Ильясов 1988]:

1. *Прямой вопрос респонденту о его удовлетворённости жизнью и работой.* В данном случае используется, как правило, альтернативная шкала. Респонденту задаётся вопрос: «Скажите, пожалуйста, насколько Вы удовлетворены своей жизнью (работой)?» — и предлагаются варианты ответов (обычно по пятибалльной шкале) от «полностью не удовлетворён» до «полностью удовлетворён».
2. *Индексы:* построение индексов удовлетворённости находится в тесной взаимосвязи, во-первых, с представлением учёного о структуре этого понятия и концепта, во-вторых, с ограничениями массивов данных, которые используются при построении самих индексов.

Ряд исследований посвящены разработке индексов (см., например: [Здравомыслов, Рожин, Ядов 1967; Diener et al. 1985; Barrett, Murk 2006]). Индексы, применяемые для измерения удовлетворённости работой и жизнью, являются разными; мы остановимся на самых распространённых и часто применяемых, рассмотрев отдельно индексы для оценки удовлетворённости жизнью и работой.

Один из наиболее известных является разработанный в 1961 г. Б. Неугартеном, Р. Хевингхартом и С. Тобиным индекс удовлетворённости жизнью — Life Satisfaction Index (LSI) [Neugarten, Havinghuret, Tobin 1961]. Этот индекс был создан для того, чтобы измерять социальное самочувствие и удовлетворённость среди пожилых людей, определить возраст, в котором человек наиболее счастлив. Концепт удовлетворённости жизнью тесно связан с моральными, психологическими и поведенческими установками человека. Положительное социальное самочувствие определялось как удовольствие и радость от повседневности, чувство удовлетворения при достижении своих целей, оптимизм и уверенность в себе. В настоящее время существуют модифицированные версии индекса LSI, но их рассмотрение не входит в задачи данного исследования, поэтому останавливаться на них мы не будем (см., например: [Barrett, Murk 2006]).

Поскольку индекс LSI предназначался для измерения удовлетворённости жизнью среди людей пожилого возраста, был создан ещё один индекс — SWLS (Satisfaction With Life Scale), или шкала удовлетворённости жизнью. Это глобальный измерительный индекс счастья, социального самочувствия и удовлетворённости жизнью. Этот индекс разработала в 1985 г. группа учёных, в которую входили Э. Динер (E. Diener), Р. Эммонс (R. Emmons), Р. Ларсен (R. Larsen) и С. Гриффин (S. Griffin) (см.: [Diener et al. 1985]). Этот индекс — пятибалльная шкала по типу Лайкерта — включает суждения об удовлетворённости жизнью.

Помимо упомянутых выше и применяемых для оценки удовлетворённости жизнью, учёными используются и другие индексы, разработанные для оценки удовлетворённости работой. Один из таких индексов был разработан группой отечественных учёных во главе с В. А. Ядовым и строится на основе одного прямого и двух непрямых вопросов [Здравомыслов, Рожин, Ядов 1967]:

- «В какой степени в целом Вы удовлетворены работой?» (вербальная пятичленная шкала);
- «Хотели бы Вы перейти на другую работу?» (вербальная трёхчленная шкала);
- «Предположим, что по каким-то причинам Вы временно не работаете. Вернулись бы Вы на своё прежнее место работы?» (вербальная трёхчленная шкала).

3. *Семантический дифференциал.* Для оценки удовлетворённости жизнью и работой можно также использовать такой измерительный инструмент, как семантический дифференциал. Однако российскими учёными этот способ изучения субъективного благополучия применялся заметно реже, чем зарубежными исследователями.
4. *Шкалы на основе наблюдаемого поведения для оценки удовлетворённости работой строятся на базе объективного, наблюдаемого поведения.* Такая попытка была предпринята российским учёным В. Г. Асеевым, который использовал для этого показатель интенсивности увольнений по собственному желанию [Асеев 1984].

Итак, выше были рассмотрены теоретические и эмпирические работы, посвящённые изучению как самого концепта удовлетворённости, так и факторов, определяющих удовлетворённость, а также основные подходы к измерению удовлетворённости жизнью и работой. Напомним, что цель данного исследования — выявить детерминанты, определяющие удовлетворённость женщин работой и жизнью в целом, а также установить различия этих факторов удовлетворённости у женщин с детьми и без детей.

Гипотезы исследования

Для достижения поставленной цели исследования необходимо решить следующие задачи:

- описать удовлетворённость жизнью и работой у женщин в зависимости от наличия детей и возраста детей;
- описать динамику изменения удовлетворённости трудом и жизнью в целом для женщин с детьми и без детей;
- выделить и проанализировать факторы удовлетворённости жизнью женщин с детьми и без детей.

Предметом исследования является удовлетворённость работой и жизнью в целом у женщин с детьми и без детей.

Объектом исследования являются женщины в возрасте 15–55 лет.

Сформулируем исследовательские гипотезы.

***Гипотеза № 1.** Наличие работы влияет положительно на удовлетворённость женщин жизнью независимо от того, есть у неё дети или нет.*

Действительно, если женщина развивается профессионально, движется вперёд по карьерной лестнице, «не стоит на месте», то очень вероятно, что она будет ощущать себя счастливее, а её удовлетворённость жизнью будет соответственно выше.

***Гипотеза № 2.** Чем выше статус профессиональной группы, к которой принадлежит женщина (в соответствии с кодификатором профессий ISCO-88), тем выше удовлетворённость женщин с маленькими детьми работой.*

Предполагается, что женщины, имеющие более высокий статус профессиональной группы, в большей степени удовлетворены своей работой, потому что в этом случае уровень их профессиональной подготовки выше, им легче *соответствовать запросам* своей семьи, в частности, *надобностям*, связанным с воспитанием ребёнка (например, они могут устроить ребёнка в детский сад, нанять няню и т. д.).

Гипотеза № 3. Если респондент оценивает своё здоровье как хорошее, это будет говорить в пользу большей удовлетворённости жизнью и работой, нежели в случае, если здоровье будет оценено как плохое.

Мы включаем переменную «здоровье» в качестве объяснительной в отношении удовлетворённости женщин (как с маленькими детьми, так и без них) жизнью и работой, потому что если женщина имеет хорошее здоровье, то с большей вероятностью будет удовлетворена и жизнью, и работой по сравнению с женщинами, оценивающими своё здоровье как плохое.

Гипотеза № 4. Наличие мужа положительно влияет на удовлетворённость женщин жизнью.

Если у женщины есть супруг, то, вероятнее всего, она будет чувствовать его поддержку и, следовательно, будет более удовлетворена жизнью. Это верно как для женщин без детей (два работающих человека приносят в семейный бюджет больший доход, нежели один), так и для женщин с маленькими детьми (им просто необходима поддержка супруга).

Данные и методология

Перейдём к описанию информационной базы исследования и применявшихся в нём методов. Основой вторичного анализа данных явилось репрезентативное обследование РМЭЗ (RLMS) за 2000–2009 гг. Данные были объединены в один массив и использовались как одна база для расчётов регрессий, при этом контролировался год проведения опроса. В гипотезах были использованы не все переменные, которые включались в модели, описанные ниже. Отметим, что обследование RLMS содержит как всю необходимую информацию о показателях удовлетворённости, так и главные характеристики генеральной совокупности. Кроме того, это обследование позволяет учесть все важные контрольные наблюдаемые переменные в моделях.

В нашем исследовании удовлетворённость работой анализируется на основе следующего вопроса (из анкеты RLMS):

«Скажите, пожалуйста, насколько Вы удовлетворены или не удовлетворены Вашей работой в целом?» (пятибалльная шкала, где 1 — полностью не удовлетворён, 5 — полностью удовлетворён).

Удовлетворённость жизнью анализируется на основе следующего вопроса из анкеты RLMS:

«Насколько Вы удовлетворены своей жизнью в целом в настоящее время?» (пятибалльная шкала, где 1 — полностью не удовлетворён, 5 — полностью удовлетворён).

Основная модель исследования (порядковая логистическая регрессия)

Для достижения поставленных целей, проверки наших гипотез и оценки параметров модели использовалась порядковая логистическая регрессия (*ordered logit regression*), так как в регрессионную модель включается зависимая переменная, которая является порядковой и в которой категории упорядочены, но расстояния между ними не известны [Scott, Freese 2006].

В порядковой логистической регрессии подсчёт вероятностей производится следующим образом: рассчитывается, что зависимая переменная Y принимает значения 1, 2, d при определённых значениях предикторов. Оценивается вероятность $Y = 1, 2, 3, 4$ на определённом уровне X . Сумма этих вероятностей будет равна 1.

$\tau_1, 2, 3, 4$ — это точки (*cut-points*), которые необходимо идентифицировать. Они задают дистанцию между категориями. Для порядковой регрессии с пятью категориями таких точек четыре.

Порядковая регрессия с числом категорий d легко представляется в виде $d - 1$ бинарных логистических регрессий. Интерпретация результатов порядковой регрессии следующая: если изменение независимой переменной на единицу увеличивает шансы быть в категории 1 n раз, то оно также увеличивает шансы быть в категории 2 [Scott, Freese 2006].

Если коэффициент β является положительным и статистически значимым, это означает, что более высокие значения предиктора статистически значимо связаны с большей вероятностью попадания в категорию Y по сравнению с базовой категорией.

В статье представлены построение и анализ двух моделей методом порядковой логистической регрессии, чтобы оценить отдельно факторы удовлетворённости работой и удовлетворённости жизнью. Мы не ставили целью в данной работе проследить взаимосвязь между удовлетворённостью работой и жизнью, потому что для нас приоритетно выявление факторов, влияющих на удовлетворённость работой и жизнью, в частности, важно увидеть, как фактор наличия детей влияет на то, будет ли женщина удовлетворена как работой, так и жизнью. Изучение того, как взаимосвязаны удовлетворённость работой и удовлетворённость жизнью, — тема отдельного исследования.

Модель 1. Для оценки параметров удовлетворённости работой было использовано следующее уравнение:

$$Y_{js} = \alpha + \beta^*(x_i) + z(x_i) + u^*,$$

где Y_{js} — удовлетворённость работой;

α — константа;

$\beta^*(x_i)$ — матрица характеристик работы женщин;

$z(x_i)$ — матрица социально-демографических характеристик;

u^* — компонента, отражающая влияние факторов, не учтённых в модели;

Матрица характеристик работы женщин $\beta^*(x_i)$ включает сведения, приведённые в таблице 1.

Таблица 1

Индикаторы характеристик работы женщин

Переменная	Как измеряется
Специфический трудовой стаж	Количество лет, отработанных на данном рабочем месте
Смена места работы	Измеряется следующим образом*: 1 — профессия и место работы остались прежними; 2 — сменила профессию, но не сменила место работы; 3 — сменила место работы, но не сменила профессию; 4 — сменила и место работы, и профессию
Статус профессиональной группы	Всего 10 профессиональных групп**: 0 — военнослужащие; 1 — крупные чиновники, законодатели, корпоративные управляющие; 2 — специалисты с высшим образованием в области физики, математики и прикладных наук, образования; 3 — специалисты со специальным образованием в области физики, математики и машиностроительных наук, образования; 4 — конторские служащие; 5 — работники индивидуальных и защитных служб, продавцы и демонстраторы; 6 — ориентированные на рынок квалифицированные работники сельского, лесного хозяйства и рыболовства, а также работники сельского хозяйства и рыболовства, ведущие натуральное хозяйство; 7 — рабочие металлургических, машиностроительных и родственных отраслей; 8 — операторы и монтажники станков, водители и операторы подвижной техники; 9 — работники простых профессий по распродаже и предоставлению услуг, неквалифицированные рабочие сельского хозяйства, рыболовства и лесного хозяйства, неквалифицированные рабочие горной промышленности, строительства, обрабатывающей промышленности и транспорта
Логарифм зарплаты	Логарифм зарплаты измеряется математически с учётом дефлирования и корректировки на региональные различия
Часы работы	Измеряется в часах, отработанных женщиной за неделю
Количество подчинённых	Количественная переменная; измеряется в чел.

*Для последующего анализа были построены три дамми-переменные⁷.

** Профессия членов домохозяйств кодируется по международному классификатору ISCO88 в панельном опросе домохозяйств RLMS. Здесь приводятся обобщённые и агрегированные категории профессий.

Матрица социально-демографических характеристик $Z(x_i)$ включает сведения приведённые в таблице 2.

⁷ Фиктивная переменная (*dummy variable*) — переменная, которая включается в модель путём преобразования информации, содержащей данные и показатели, не поддающиеся числовой оценке. Фиктивная переменная используется для включения подобной информации в регрессионный анализ [Лопатников 2003].

Таблица 2

Индикаторы социально-демографических характеристик женщин

Переменная	Как измеряется
Наличие детей в разных возрастах	Бинарная переменная, есть (нет) дети определённого возраста
Возраст женщины	Количество полных лет
Уровень образования	Дамми-переменная, начальное — контрольная группа
Уровень безработицы в регионе	Количественный показатель, измеряется в процентах
Год проведения опроса	Дамми-переменная, контрольная группа — 2000 г.

Модель 2. Для оценки параметров удовлетворённости жизнью была построена следующая модель:

$$Y_{LS} = \alpha + \beta^*(x_i) + z(x_i) + u^*,$$

где Y_{LS} — удовлетворённость жизнью;

α — константа;

$\beta^*(x_i)$ — матрица характеристик работы женщин;

$z(x_i)$ — матрица социально-демографических характеристик;

u^* — компонента, отражающая влияние факторов, неучтённых в модели.

Характеристики женщин $\beta^*(x_i)$ приведены в таблице 3.

Таблица 3

Статус женщины на рынке труда

Переменная	Как измеряется
Наличие работы	Бинарная переменная, есть/нет работа

Социально-демографические характеристики $z(x_i)$ приведены в таблице 4.

Таблица 4

Социально-демографические характеристики женщин

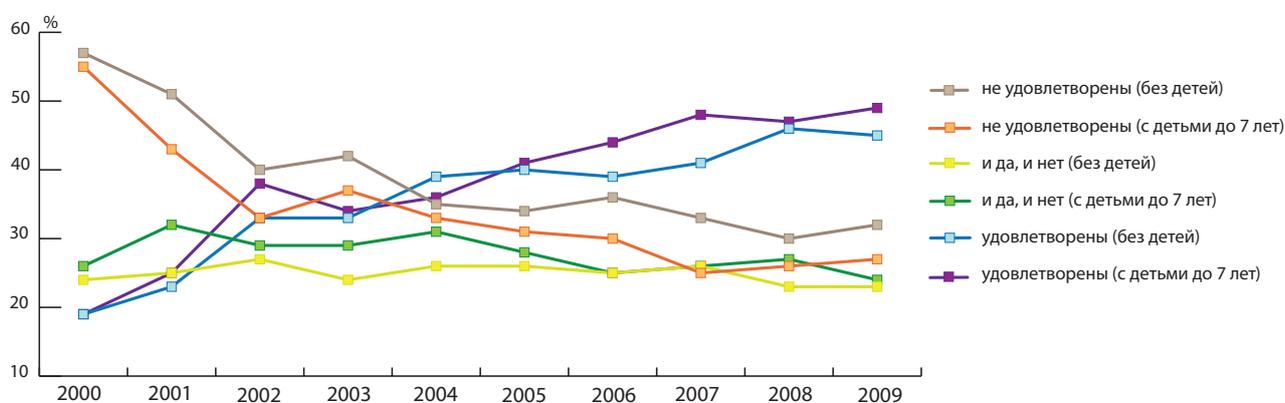
Переменная	Как измеряется
Количество детей в разных возрастах	Пять дамми-переменных: в возрасте до 1,5 года; в возрасте 1,5–3 лет; в возрасте 3–6 лет; в возрасте 7–13 лет; в возрасте 14–17 лет
Возраст женщины	Количество полных лет
Уровень образования	Дамми-переменная, начальное — контрольная группа
Год проведения опроса	Дамми-переменная, контрольная группа — 2000 г.
Состояние здоровья женщины	Измеряется по субъективной оценке женщин (хорошее, плохое, среднее)
Подушевой доход домохозяйства, скорректированный на региональные отличия	Преобразованная переменная в массиве RLMS
Наличие постоянного партнёра	Сконструированная переменная на основе вопросов о семейном положении женщины из анкеты RLMS

Обсуждение результатов

Динамика удовлетворённости женщин жизнью и работой

Приведём динамику удовлетворённости женщин 15–55 лет с детьми до 7 лет и без детей жизнью и работой (2000–2009 гг.) и сравним описанные выше показатели.

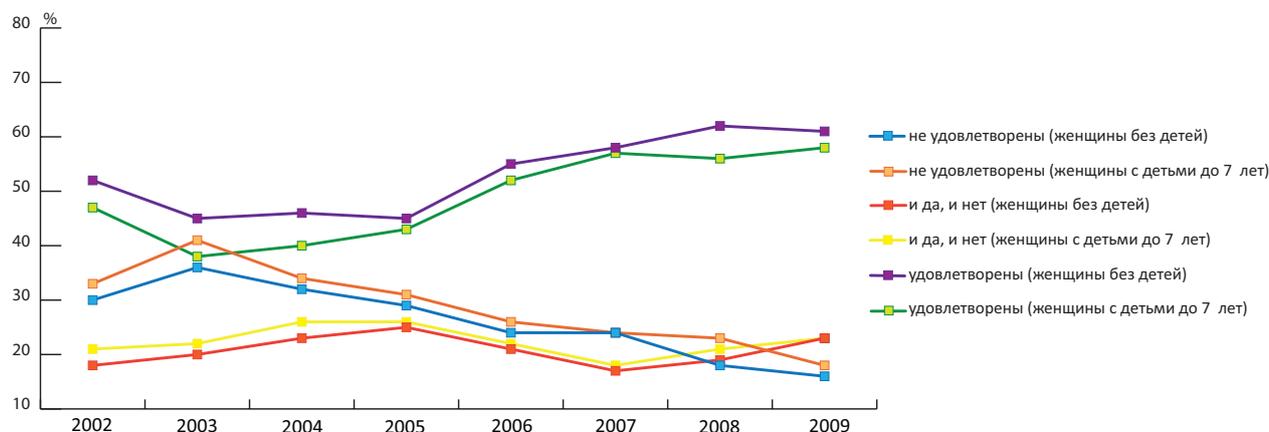
Обратимся к удовлетворённости жизнью и посмотрим, как она различается в зависимости от того, есть у женщины дети или их нет. Рассмотрим показатель удовлетворённости жизнью женщин. Как показано на рисунке 1, доля женщин, удовлетворённых работой⁸, в 2000–2007 гг. растёт. Причём женщины с маленькими детьми удовлетворены жизнью больше, чем женщины без детей. Но доля удовлетворённых работой выше среди женщин без детей, чем среди женщин с детьми.



Источник: расчёты автора статьи по данным RLMS-HSE, 2000–2009 гг.

Рис. 1. Динамика удовлетворённости жизнью женщин в возрасте 15–55 лет в зависимости от наличия ребёнка

На рисунке 2 видно, что в целом доля женщин, удовлетворённых работой, увеличивается, а доля женщин, неудовлетворённых работой, сокращается. Причём для женщин без детей этот показатель выше, чем для женщин с маленькими детьми.



Источник: расчёты автора статьи по данным RLMS-HSE, 2000–2009 гг.

Рис. 2. Динамика удовлетворённости женщин в возрасте 15–55 лет работой, в зависимости от наличия ребёнка

⁸ Удовлетворённость жизнью и работой измеряется с помощью вопроса из анкеты RLMS: «Скажите, пожалуйста, насколько Вы удовлетворены или не удовлетворены Вашей работой в целом?» — по пятибалльной шкале, где 1 — полностью не удовлетворён, 5 — полностью удовлетворён.

Как видно на рисунках 1 и 2, доля женщин, удовлетворенных жизнью и работой, в 2009 г. выше, чем в 2000 г. Можно предположить, что одной из причин такой динамики является улучшение социальной политики государства [Синявская, Захаров, Карцева 2007]. Отметим, что перераспределение в пользу удовлетворённости работой (рассматривались данные за 2002–2006 гг.) происходило преимущественно за счёт мобильных работников. В 2002–2006 гг. среди них наблюдался больший «приток» лиц, удовлетворённых работой, чем среди стабильных работников [Смирных 2008: 24]. Естественно, полученный результат требует более тщательного изучения и обоснования.

Приведённая динамика указывает на то, что удовлетворённость жизнью выше у женщин с детьми (по сравнению с женщинами без детей), а удовлетворённость работой, напротив, выше у женщин без детей (по сравнению с женщинами с детьми).

Факторы удовлетворённости жизнью и работой женщин

В этом разделе приводится анализ и описание факторов удовлетворённости жизнью для женщин 15–55 лет за 2000–2009 гг.

Для оценки значимости различных факторов была построена порядковая логистическая регрессия, более подробное описание которой приведено выше.

Факторы удовлетворённости жизнью

В таблице 5 приведена оценка параметров модели удовлетворённости жизнью женщин. Описание переменных, включённых в модель, приводится в разделе «Данные и методология». Отметим, что количество детей в определённом возрасте включено в качестве дамми-переменных по причине небольшого числа градаций признака «количество детей».

Таблица 5

Удовлетворённость женщин жизнью

Переменные	Коэффициент	Стандартная ошибка	P
Количество детей в возрасте до 1,5 года (0 — контрольная группа)			
1 ребёнок	0,25	0,04	0,000
2 ребёнка	0,59	0,43	0,170
Количество детей в возрасте 1,5–3 лет (0 — контрольная группа)			
1 ребёнок	– 0,12	0,004	0,004
2 ребёнка и более	– 0,03	0,38	0,942
Количество детей в возрасте 3–6 лет (0 — контрольная группа)			
1 ребёнок	– 0,04	0,03	0,182
2 ребёнка	0,16	0,12	0,180
3 детей и более	0,25	0,45	0,581
Количество детей в возрасте 7–13 лет (0 — контрольная группа)			
1 ребёнок	0,07	0,03	0,013
2 ребёнка	0,26	0,06	0,000
3 детей и более	– 0,015	0,21	0,944
Количество детей в возрасте 14–17 лет (0 — контрольная группа)			
1 ребёнок	0,1	0,03	0,001
2 ребёнка	0,17	0,08	0,034

Таблица 5. Продолжение

Переменные	Коэффициент	Стандартная ошибка	P
Возраст женщины	- 0,19	0,007	0,000
Возраст женщины в квадрате	0,002	0,0001	0,000
Уровень образования (начальное образование — контрольная группа)			
Неполное среднее	- 0,48	0,16	0,003
Полное среднее	- 0,41	0,16	0,011
Неоконченное высшее	- 0,35	0,16	0,030
Высшее	- 0,004	0,16	0,981
Наличие супруга	0,49	0,002	0,000
Субъективная оценка здоровья (плохое — контрольная группа)			
Среднее	0,73	0,04	0,000
Хорошее	1,27	0,04	0,000
Наличие работы у женщины	0,016	0,02	0,000
Логарифм подушевого семейного дохода, скорректированный на региональные различия			
	0,45	0,001	0,000
Год опроса (контрольная группа — 2000 г.)			
2001	0,27	0,04	0,000
2002	0,56	0,04	0,000
2003	0,37	0,04	0,000
2004	0,54	0,04	0,000
2005	0,49	0,05	0,000
2006	0,40	0,05	0,000
2007	0,48	0,05	0,000
2008	0,44	0,05	0,000
2009	0,40	0,05	0,000
Федеральный округ (контрольная группа — Центральный федеральный округ)			
Северо-Западный	0,06	0,03	0,066
Южный	-0,25	0,03	0,000
Приволжский	-0,18	0,03	0,000
Уральский	-0,17	0,04	0,000
Сибирский	-0,26	0,03	0,000
Дальневосточный	-0,29	0,05	0,000
Тип поселения (город и не город)	0,09	0,02	0,000
Cut-points			
τ1	- 0,87	0,22	
τ2	0,97	0,22	
τ3	2,19	0,22	
τ4	4,5	0,22	
N	41 407		
Pseudo R2	0,065*		

* Качество модели составляет 6,5%. Естественно, это не слишком большая цифра, в то же время отметим, что низкое качество модели говорит о статистической значимости, но не о содержательной.

Как показано в таблице 5, для женщин значимым оказалось наличие детей в определённом возрасте (а именно наличие одного ребёнка в возрасте до 1,5 года и 1,5–3 лет, а также наличие одного, двух, трёх детей и более в возрасте 7–17 лет). Очень интересно то, что влияние наличия детей в разных возрастах на жизнь женщин в целом оказалось разнонаправленным. Например, если у женщины есть ребёнок в возрасте до 1,5 года, то это положительно влияет на её удовлетворённость жизнью. Но если у неё есть ребёнок в возрасте 1,5–3 лет, то данное обстоятельство вносит негативный вклад в степень её удовлетворённости жизнью в целом. Такую оценку можно объяснить тем, что женщина может по-разному оценивать степень удовлетворённости жизнью, и это зависит от возраста её детей (ребёнка). Если ребёнок маленький, это означает, что она реализовала функцию женщины, родив ребёнка; удовлетворённость в этом случае растёт.

Наличие детей в возрасте 3–6 лет оказалось статистически незначимым для рассматриваемого показателя удовлетворённости жизнью женщин. Напротив, наличие детей в возрасте 7–17 лет имеет статистическую значимость: наличие одного и двух детей является значимым фактором и вносит положительный вклад в удовлетворённость женщин.

Наши данные показывают, что наличие детей является очень важным и значимым фактором, который в значительной мере определяет то, насколько женщина чувствует себя счастливой и удовлетворённой жизнью. Требуется отдельного изучения тот факт, что наличие детей в разных возрастах имеет разнонаправленный характер влияния на удовлетворённость жизнью. Необходимо проведение отдельного исследования, направленного на изучение факторов удовлетворённости для женщин, имеющих детей в разных возрастах (мы предполагаем, что эти факторы различаются, во-первых, для женщин разных возрастов и, во-вторых, для женщин с детьми разных возрастов).

Результаты построения моделей показывают, что *возраст женщины* также немаловажный фактор для её социального самочувствия. *Построение регрессионной модели показало*, что возраст негативно влияет на степень удовлетворённости женщин жизнью, а возраст в квадрате — положительно. Это означает, что возраст нелинейно влияет на удовлетворённость, то есть имеет U-образную зависимость⁹. На содержательном уровне это означает, что при рождении ребёнка удовлетворённость жизнью сначала падает (женщине приходится привыкать к изменениям), а потом возрастает.

В отношении уровня образования отметим, что это также значимый и важный фактор для удовлетворённости женщин жизнью. При низких уровнях образования, при отсутствии высшего образования у женщины вероятность того, что она будет удовлетворена жизнью, ниже (в качестве контрольной группы использовалось начальное образование). Эти результаты говорят в пользу того, что образовательный процесс в стране необходимо развивать, повышая грамотность населения. Это вносит положительный вклад в социальное самочувствие, что, в свою очередь, способствует улучшению социально-экономического положения страны в целом и каждого её гражданина в отдельности.

Фактор здоровья является значимым для удовлетворённости жизнью женщин и положительно влияет на их жизнь: женщины с хорошим и средним здоровьем удовлетворены жизнью больше тех, которые имеют плохое здоровье. Наша *гипотеза № 3* подтвердилась данными РМЭЗ.

Теперь перейдём к фактору наличия мужа или партнёра. Судя по построенным нами регрессионным моделям, этот фактор вносит положительный вклад в удовлетворённость женщин жизнью. Иными словами, если женщина имеет постоянного партнёра или мужа, то вероятность её удовлетворённости жизнью будет выше по сравнению с теми, у кого его нет. Результат ожидаемый: женщине необходима

⁹ Наши результаты подтверждают исследования иностранных учёных, которые получали схожие зависимости [Shek et al. 1987].

поддержка мужа (как моральная, так и материальная), тем более женщине, имеющей маленького ребёнка, которого необходимо воспитывать, с чем одной справиться очень сложно. Итак, гипотеза № 4 не отвергнута.

В нашей модели мы контролировали год проведения опроса. Оказалось, что по сравнению с 2000 г. все годы (2001–2009) оказались значимыми (2000 г. — контрольная группа).

Следующими рассмотренными характеристиками будут федеральный округ и тип поселения. Мы сравнивали все федеральные округа с Центральным. Этот фактор оказался значимым. Удовлетворённость *de facto* различается в разных округах¹⁰.

В селе удовлетворённость женщин жизнью оказалась выше, чем в городе (город — контрольная группа). Это весьма необычный вывод, тем более, что уровень жизни в селе намного ниже, чем в городе. Это также нетривиальный результат, который, на наш взгляд, требует отдельной проработки.

Факторы удовлетворённости работой

Рассмотрим, как различные факторы влияют на удовлетворённость работой женщин. В таблице 6 приводится оценка значимости факторов, влияющих на удовлетворённость женщин работой.

Таблица 6

Удовлетворённость женщин работой

Переменные	Коэффициент	Стандартная ошибка	P
Специфический трудовой стаж	– 0,003	0,002	0,158
Смена места работы и профессии по сравнению с прошлым годом (профессия и место работы остались прежними — контрольная группа)			
Смена профессии, место работы осталось прежним	– 0,05	0,1	0,613
Смена места работы, профессия осталась прежней	– 0,10	0,07	0,121
Смена места работы и профессии	0,04	0,06	0,476
Не работала в прошлом периоде	– 0,01	0,07	0,871
Продолжительность рабочего дня	– 0,01	0,001	0,000
Логарифм заработной платы, скорректированной на региональные различия	0,65	0,02	0,000
Количество детей в возрасте до 1,5 года (0 — контрольная группа)			
1 ребёнок	0,05	0,08	0,542
2 ребёнка и более	0,78	0,86	0,366
Количество детей в возрасте 1,5–3 лет (0 — контрольная группа)			
1 ребёнок	– 0,10	0,08	0,177
2 ребёнка и более	0,53	0,85	0,530
Количество детей в возрасте 3–6 лет (0 — контрольная группа)			
1 ребёнок	– 0,09	0,05	0,040
2 ребёнка	– 0,06	0,21	0,789
3 детей и более	– 0,64	1,09	0,558

¹⁰ Мы не ставили себе целью изучение того, насколько сильно различается удовлетворённость по различным федеральным округам. Для этого необходимо провести отдельное социологическое исследование, в котором будут более подробно рассмотрены удовлетворённость в разных регионах и то, как она различается, что на это влияет.

Таблица 6. Продолжение

Переменные	Коэффициент	Стандартная ошибка	P
Количество детей в возрасте 7–13 лет (0 — контрольная группа)			
1 ребёнок	– 0,05	0,04	0,165
2 ребёнка	0,02	0,1	0,867
3 детей и более	0,12	0,43	0,773
Количество детей в возрасте 14–17 лет (0 — контрольная группа)			
1 ребёнок	– 0,05	0,04	0,222
2 ребёнка и более	– 0,14	0,13	0,278
Возраст женщины	– 0,08	0,01	0,000
Возраст женщины в квадрате	0,0009	0,0001	0,000
Уровень образования (начальное образование — контрольная группа)			
Неполное среднее	0,26	1,08	0,811
Полное среднее	0,27	1,08	0,804
Неоконченное высшее	0,26	1,08	0,807
Высшее	0,27	1,08	0,804
Наличие супруга	0,09	0,03	0,007
Год проведения опроса (2009 г. — контрольная группа)			
2003	– 0,02	0,06	0,776
2004	– 0,05	0,06	0,375
2005	– 0,12	0,06	0,033
2006	0,08	0,05	0,153
2007	0,04	0,05	0,500
2008	0,007	0,05	0,897
Статус профессиональной группы			
1-я группа	– 0,05	0,39	0,894
2-я группа	– 0,25	0,38	0,519
3-я группа	– 0,42	0,38	0,274
4-я группа	– 0,52	0,38	0,173
5-я группа*	– 0,71	0,38	0,065
6-я группа	– 0,54	0,53	0,306
7-я группа	– 0,89	0,39	0,021
8-я группа	– 0,97	0,39	0,012
9-я группа	– 1,26	0,38	0,001
Тип поселения (город, не город)	– 0,08	0,03	0,015
Уровень безработицы в регионе	– 0,001	0,006	0,745
Cut-points			
τ1	0,21	1,19	
τ2	2,03	1,19	
τ3	3,09	1,19	
τ4	5,42	1,19	
N	16 789		
Pseudo R2	0,048		

* Значимо на 10%-ном уровне.

При построении регрессионной модели для удовлетворённости работой специфический стаж оказался незначимым. А вот продолжительность рабочего дня и логарифм заработной платы, дефлированной на региональные различия, оказались значимыми. Чем выше продолжительность рабочего дня, тем ниже удовлетворённость женщин работой. Но чем выше заработная плата, тем удовлетворённость выше.

В отличие от удовлетворённости женщин жизнью, фактор наличия детей для удовлетворённости работой является незначимым (только наличие одного ребёнка в возрасте 3–6 лет статистически значимо влияет на удовлетворённость женщин работой). Наши данные подтвердили на статистическом уровне, что если у женщины есть маленькие и взрослые дети, то это никак не влияет на удовлетворённость работой. Это весьма сомнительный вывод, он требует дальнейшей проработки, потому что, как показывает практика, женщины с маленькими детьми в большей степени должны быть не удовлетворены работой: им сложнее совмещать работу и материнство, маленькие дети чаще болеют, и это ограничивает женщин в возможности выйти на работу, если она того хочет.

Фактор возраста женщины в качестве показателя, влияющего на удовлетворённость работой, имеет U-образную зависимость, сходную с той, которая была описана выше для удовлетворённости женщин жизнью. После рождения детей женщина может быть менее удовлетворена работой (если она всё же продолжает работать), но при увеличении показателя «возраст женщины» удовлетворённость женщины работой растёт, потому что у неё появляется больше возможностей для соблюдения режима работы (ребёнок меньше болеет, становится более самостоятельным).

По статистическим данным, фактор образования совсем незначим для удовлетворённости работой. Этот факт также требует отдельной проработки. Интересно, что наличие партнёра или мужа положительно влияет на удовлетворённость работой, хотя это не совсем очевидный результат. Для многих женщин очень важно реализовать себя в карьере, работа важна также как один из источников дохода семьи. Как показывают результаты нашего исследования, если муж работает, это в большей степени позволяет и женщине реализовать себя в работе.

Теперь перейдём к статусу профессиональной группы. Мы сравнивали все профессиональные группы с группой «военнослужащие» (см. таблицу 5). По сравнению с этой категорией представители других категорий (работники индивидуальных и защитных служб, продавцы и демонстраторы, работники металлургических и машиностроительных отраслей, операторы подвижной техники, а также работники простых профессий по распространению и предоставлению услуг, неквалифицированные работники сельского хозяйства, рыболовства, лесного хозяйства) удовлетворены работой меньше. Таким образом, гипотеза № 2 подтвердилась отчасти. Это свидетельствует о значимости статуса профессиональной группы. Иначе говоря, более удовлетворены работой представители групп с более высоким профессиональным статусом.

В модель по изучению удовлетворённости работой мы включили уровень безработицы в регионе, которая, к нашему удивлению, оказалась статистически незначимым фактором.

Заключение

Итак, мы описали удовлетворённость жизнью и работой у женщин в зависимости от наличия детей и их возраста, динамику удовлетворённости работой и жизнью у женщин в возрасте 15–55 лет, посмотрели на те факторы, которые влияют на такую удовлетворённость. В ходе построения моделей и описания динамики были решены главные задачи, которые ставились перед исследованием изначально.

Наше исследование касается очень важного аспекта жизни женщин — их удовлетворённости работой и жизнью в целом. Для женщины очень важен факт рождения ребёнка: если есть дети, это способствует большей удовлетворённости жизнью, но может оказывать обратное влияние на удовлетворённость работой. Таким образом, наше исследование подтверждает важность государственных мер социальной политики, направленных на поддержание женщин, особенно женщин с маленькими детьми. Кроме того, необходима поддержка женщин, стремящихся получить образование, потому что образование — один из важнейших аспектов социального самочувствия женщин, их положения в обществе, удовлетворённости жизнью. Хорошее образование поможет женщинам найти хорошую высокооплачиваемую работу, что позволит реализоваться в карьере и повысить уровень удовлетворённости работой и жизнью.

Мы пришли к выводу о том, что удовлетворённость жизнью у женщин, имеющих детей, выше по сравнению с теми, кто детей не имеет. В то же время удовлетворённость работой выше у женщин без детей по сравнению с женщинами с детьми. Мы выяснили, что фактор наличия детей является очень важным и значимым для удовлетворённости жизнью у женщин как с детьми, так и без детей, он в значительной мере определяет то, насколько женщина чувствует себя счастливой и удовлетворённой жизнью. Требуется отдельное изучение тот факт, что наличие детей в разных возрастах имеет разнонаправленный характер влияния. Ещё раз подчеркнём: необходимо отдельное изучение факторов удовлетворённости для женщин, имеющих детей в разных возрастах. Примечательно и то, что фактор наличия детей для удовлетворённости работой оказался незначимым. Такой результат представляется сомнительным и требует отдельной проработки. Также женщина удовлетворена жизнью больше, если у неё хорошее здоровье, есть муж и она проживает в сельской местности. Помимо этого, женщина удовлетворена работой больше, если выше статус той профессиональной группы, к которой она принадлежит. Возраст женщины оказывает нелинейное, U-образное влияние на удовлетворённость как жизнью, так и работой.

В данной статье мы затронули только основные и наиболее значимые для данного исследования моменты из жизни женщин. Резюмируя всё вышесказанное, следует отметить, что ограничения применимости результатов статьи логически вытекают из неполного соответствия набора индикаторов для измерения параметра удовлетворённости в базе RLMS. В качестве тем для будущих исследований можно указать изучение взаимосвязи удовлетворённости женщин как с детьми, так и без них работой и жизнью, а также построение структурно-ковариационных моделей удовлетворённости жизнью и работой.

Литература

- Андреевкова Н. В. 2010. Сравнительный анализ удовлетворённости жизнью и определяющих её факторов. *Мониторинг общественного мнения*. 5 (99). Сентябрь—октябрь. URL: http://wciom.ru/fileadmin/Monitoring/99/2010_5%2899%29_13_Andreenkova.pdf
- Асеев В. Г. 1984. Опыт построения объективированной шкалы удовлетворённости. *Социологические исследования*. 1: 123–127.
- Здравомыслов А. Г., Рожин В. П., Ядов В. А. (отв. ред.). 1967. *Человек и его работа: Социологическое исследование*. М.: Мысль.
- Карабчук Т. С. et al. 2012. Женщины на российском рынке труда после рождения ребёнка. В сб.: Козырева П. М. (научн. ред.). *Вестник Российского мониторинга экономики и здоровья населения НИУ ВШЭ (RLMS-HSE)*. М.: Изд. дом ВШЭ. 2: 66–94.
- Ильясов Ф. Н. 1988. Удовлетворённость трудом (анализ структуры, измерение, связь с производственным поведением). Ашхабад: Ылым (Наука); 1–100.

- Лопатников Л. И. 2003. Экономико-математический словарь: Словарь современной экономической науки. М.: Дело.
- Магун В. С. 1983. Два типа соотношения продуктивности труда и удовлетворённости работой. *Социологические исследования*. 4: 64–71.
- Магун В. С. 2006. Динамика трудовых ценностей российских работников, 1991–2004 гг. *Российский журнал менеджмента*. 4: 45–74.
- Моусова Г. А. 2008. Удовлетворены ли трудом российские рабочие? Доклад на семинаре ЛИРТ ГУ ВШЭ. URL: <http://lirt.hse.ru/news/1165727.html>
- Преснякова Л. А. 2004. Довольны ли россияне своей работой? URL: <http://bd.fom.ru/report/map/of040407>
- Россия и страны — члены Европейского союза*. 2011. М.: Росстат. URL: http://www.nationmaster.com/graph/lab_wor_mot-labor-working-mothers
- Синявская О. В., Захаров С. В., Карцева М. А. 2007. Поведение женщин на рынке труда и деторождение в современной России. В сб.: Малеева Т. М., Синявская О. В. (научн. ред.). *Родители и дети, мужчины и женщины в семье и обществе*. М.: НИСП; 421–476.
- Смирных Л. И. 2008. Удовлетворённость работой. Кто выигрывает: стабильные или мобильные работники? *Препринт WP15/2008/02*. М.: Изд. дом ВШЭ.
- Труд и занятость в России, 2011*. Статистический сборник. М.: Росстат.
- Akerlof G. et al. 1988. Job Switching and Job Satisfaction in the U.S. Labor Market. *Brookings Papers on Economic Activity*. 2: 495–594.
- Andrisani P. J. 1978. Job Satisfaction among Working Women. *Signs*. 3 (3): 588–607.
- Arthaud-Day M. L., Near J. P. 2005. The Wealth of Nations and the Happiness of Nations: Why «Accounting» Matters. *Social Indicators Research*. 74 (3): 511–548.
- Barrett A. J., Murk P. J. 2006. Life Satisfaction Index for the Third Age (LSITA): A Measurement of Successful Aging. In: Isaac E. P. (ed.). *Proceedings of the 2006 Midwest Research-to-Practice Conference in Adult, Continuing, and Community Education*. St. Louis: University of Missouri-St. Louis; 7–12.
- Bender K. A., Donohue S. M., Heywood J. S. 2005. Job Satisfaction and Gender Segregation. *Oxford Economic Papers, New Series*. 57 (3): 479–496.
- Berardo D., Shehan C., Leslie G. 1987. A Residue of Tradition: Jobs, Careers, and Spouses' Time in Housework. *Journal of Marriage and the Family*. 49: 381–390.
- Blanchflower D. G., Oswald A. J. 2004. Money, Sex and Happiness: An Empirical Study. *The Scandinavian Journal of Economics. Behavioral Economics*. 106 (3): 393–415.

- Bokemeier J. L., Lacy W. B. 1986. Job Values, Rewards, and Work Conditions as Factors in Job Satisfaction among Men and Women. *Sociological Quarterly*. 28: 189–204.
- Bowen G. 1988. Family Life Satisfaction: A Value-Based Approach Family Relations. *The Contemporary Family: Consequences of Change*. 37 (4): 458–462.
- Chaonan C. 2001. Aging and Life Satisfaction. *Social Indicators Research*. 54 (1): 57–79.
- Crosby F. 1982. *Relative Deprivation of Working Women*. New York: Oxford University Press.
- Diener E. et al. 1985. The Satisfaction with Life Scale. *Journal of Personality Assessment*. 49: 71–75.
- Goldbeck L. et al. 2007. Life Satisfaction Decreases during Adolescence. *Quality of Life Research*. 16 (6): 969–979.
- Groot W., Maassen H. 2000. Life-Satisfaction and Preference Drift. *Social Indicators Research*. 50 (3): 315–328.
- Hamermesh D. 1977. Economic Aspects of Job Satisfaction. *The Journal of Human Resources*. 34 (1): 1–30.
- Hamermesh D. 2001. The Changing Distribution of Job Satisfaction. *The Journal of Human Resources*. 36 (1): 1–30.
- Hanson S. L., Sloane D. 1992. Young Children and Job Satisfaction. *Journal of Marriage and the Family*. 54 (4): 799–811.
- Hodson R. 1989. Gender Differences in Job Satisfaction: Why aren't Women More Dissatisfied? *The Sociological Quarterly*. 30: 385–399.
- Inglehart R., Welzel C. 2010. Values, Agency, and Well-Being: A Human Development Model. *Social Indicators Research*. 97 (1): 43–63.
- Kalleberg A. 1977. Work Values and Job Rewards: A Theory of Job Satisfaction. *American Sociological Review*. 42 (1): 124–143.
- Kiecolt K. 2003. Satisfaction with Work and Family Life: No Evidence of a Cultural Reversal. *Journal of Marriage and Family*. 65 (1): 23–35.
- Llorente R. M. B., Macias E. F. 2003. *Job Satisfaction as an Indicator of the Quality of Work*. Department of Applied Economics. University of Salamanca, Spain. URL: <http://web.usal.es/efm/jse.pdf>
- Locke E. 1976. The Nature and Causes of Job Satisfaction. In: Dunnette M. D. (ed.). *Handbook of Industrial and Organizational Psychology*. Chicago, IL: Rand McNally; 1297–1349.
- Lorence J. 1987. A Test of «Gender» and «Job» Models of Sex Differences in Job Involvement. *Social Forces*. 66: 121–142.
- Michalos A. C. 1985. Multiple Discrepancies Theory (MDT). *Social Indicators Research*. 16: 347–413.

- Napari S. 2007. Is There a Motherhood Wage Penalty in the Finnish Private Sector? *The Research Institute of the Finnish Economy*. Helsinki: ETLA, Elinkeinoelämän Tutkimuslaitos
- Near J. 1984. Relationships between Job Satisfaction and Life Satisfaction: Test of a Causal Model. *Social Indicators Research*. 15 (4): 351–367.
- Near J., Rice R., Hunt R. 1978. Work and Extra-Work Correlates of Life and Job Satisfaction. *The Academy of Management Journal*. 21 (2): 248–264.
- Neugarten B. L., Havinghuret R. J., Tobin S. S. 1961. The Measurement of Life Satisfaction. *Journal of Gerontology*. 16: 134–143.
- Petersen T., Penner A., Høgsnes G. 2007. The Motherhood Wage Penalty: Sorting Versus Differential Pay. *University of California, Berkeley and University of Oslo*. 64 (2): 283–304.
- Rampichini C., Schifini D. S. 1998. A Hierarchical Ordinal Probit Model for the Analysis of Life Satisfaction in Italy. *Social Indicators Research. Studies on the Quality of Life in Italy*. 44 (1): 41–69.
- Reynolds J. 2005. In the Face of Conflict: Work-Life Conflict and Desired Work Hour. *Journal of Marriage and Family*. 67 (5): 1313–1331.
- Rode J. C. 2004. Job Satisfaction and Life Satisfaction Revisited: A Longitudinal Test of an Integrated Model. *Human Relations*. 57 (9): 1205–1230.
- Scandura T. A., Lankau M. J. 1997. Relationships of Gender, Family Responsibility and Flexible Work Hours to Organizational Commitment and Job Satisfaction. *Journal of Organizational Behavior*. 18 (4): 377–391.
- Schieman D., McBrier D., Gundy K. 2003. Home-to-Work Conflict, Work Qualities, and Emotional Distress. *Sociological Forum*. 18 (1): 137–164.
- Scott J., Freese J. (eds). 2006. *Regression Models for Categorical Dependent Variables Using Stata*. 2nd ed. Lakeway, TX: Stata Press.
- Shek D. et al. 1987. The Purpose in Life Questionnaire in a Chinese Context. *The Journal of Psychology*. 121 (1): 77–83.
- Sousa-Poza A., Sousa-Poza A. A. 2000. Well-being at Work: a Cross-national Analysis of the Levels and Determinants of Job Satisfaction. *Journal of Socio-Economics*. 29: 517–538.

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ОБЗОРЫ

Д. Ванг¹

Существует ли канон в экономической социологии?²



ВАНГ Дан (Wang, Dan) — соискатель на степень PhD, факультет социологии, Стэнфордский университет (Стэнфорд, США).

Email: djwang@stanford.edu

Перевод с англ.
А. А. Грязновой.

Научн. ред. —
З. В. Котельникова.

В данной статье представлен библиометрический анализ 52 учебных программ по экономической социологии. Его цель — измерение степени согласия экономсоциологов относительно набора канонических работ в отрасли. В качестве способов измерения каноничности литературных источников используются два показателя: простой подсчёт частоты их упоминаний в учебных программах и адаптированный алгоритм HITS³ Клейнберга. Согласно полученным результатам, в экономической социологии канон представлен ограниченным числом работ, которые, в свою очередь, укоренены в двух традициях: в отношенческо-сетевом и культурно-политическом подходе. Кроме прочего, в статье обращается внимание на то, что важную роль в наведении мостов между разными направлениями экономической социологии играют работы-посредники, среди которых, например, статья К. Гирца «*The Bazaar Economy*» («Базарная экономика»), опубликованная в журнале «*American Economic Review*» в 1978 г.

Ключевые слова: экономическая социология; учебная программа; библиометрический анализ; научное знание.

Термин «канон» имеет весьма широкое применение, он используется как в математике и статистической механике, так и в программировании и в теологии. В системе математических обозначений и в компьютерном языке под каноном понимается разработанный шаблон, или естественная либо уникальная в своём роде репрезентация объекта. В теологии к канону принято относить четыре Евангелия, вошедшие в состав Нового Завета. Кроме того, канон может быть определён в более выраженном доктринальном смысле, как, например, свод законов, установленных церковной властью. Эта регулятивная функция, или же функция «пограничной службы», указывает на то, что у канона есть чёткие границы. Согласно другой точке зрения, канон представляет собой соглашение или эталон, то есть предпочтительный набор показаний или документов. В более «возвышенном» значении под каноном понимается мера, репрезентирующая шедевры искусства, по сравнению с которыми могут оцениваться другие произведения.

¹ При содействии Эндрю Айзексона (Andrew Isaacson; andyi@stanford.edu), Молли Кинг (Molly King; kingmo@stanford.edu), Иоахима Лиона (Joachim Lyon; jblyon@stanford.edu), Вуди Пауэлла (Woody Powell; woodyp@stanford.edu), Игоря Чирикова (ichirikov@hse.ru) и Дейзи Чунг (Daisy Chung; dechung@stanford.edu).

² *Источник:* Wang D. 2012. Is There a Canon in Economic Sociology? *ASA Economic Sociology Newsletter «Accounts»*. 11 (2): 1–8. URL: <http://www2.asanet.org/sectionecon/accounts12sp.pdf>

³ Алгоритм HITS (англ. Hyperlink Induced Topic Search), предложенный в 1999 г. Джоном Клейнбергом, позволяет находить интернет-страницы, соответствующие запросу пользователя, на основе информации, заложенной в гиперссылке; см. URL: http://ru.wikipedia.org/wiki/Алгоритм_HITS

Области научных исследований различаются по наличию или отсутствию согласия в отношении набора базовых текстов независимо от того, является ли это согласие отражением существования единой теории или вопросом предпочтений (*a matter of preference*). Решив выяснить, существует ли такой набор текстов в области экономической социологии, мы попросили членов секции экономической социологии Американской социологической ассоциации выслать свои программы учебных курсов и списки обязательной и дополнительной литературы. Нас искренне обрадовало то, что были получены более 50 списков литературы и учебных программ. Свою первоначальную коллекцию, состоявшую преимущественно из американских учебных курсов, мы расширили при помощи целенаправленного обращения к членам секции экономической социологии, проживающим в Европе. В итоге в наше распоряжение поступили программы учебных курсов из Великобритании, Франции, Германии и России. Вдобавок у нас также оказались материалы, переданные представителями смежных дисциплин, в том числе менеджмента, социальной политики и антропологии. Собранные программы учебных курсов читаются бакалаврам, магистрам и аспирантам в различных высших учебных заведениях. Содержащееся в них разнообразие списков учебной литературы даёт нам возможность выяснить, существует ли каноническая литература в экономической социологии.

Наш анализ собранных учебных программ также позволяет получить уникальные по своей информативности сведения о канонических репрезентациях научного знания. В книге 1962 г. «The Structure of Scientific Revolutions» («Структура научных революций») Томас Кун утверждает, что ключевым индикатором парадигмального развития дисциплины выступает степень, в которой исследователи данной области согласны друг с другом по поводу самых важных для них элементов научного знания [Kuhn 1962]. Однако то, откуда возникает согласие, является одновременно концептуальным вопросом и вопросом, связанным с измерением. В аргументе о нормальной науке Кун утверждает, что согласие формируется вокруг *практики* научного исследования, то есть инструментов производства научного знания [Kuhn 1962: 10–11]. В иных случаях согласие исследователей внутри дисциплины измеряется при помощи показателей научного цитирования [Girvan, Newman 2002; Newman 2004] или анализируется внешнее признание научных работ, принадлежащих к одной области [Merton 1973; Evans, Foster 2011]. По сути, эти два подхода материализуют два основания, которые могут служить источниками формирования согласия в той или иной области — согласия в отношении методов и способов производства знаний, а также в отношении того, как даруется признание. В нашем подходе мы имеем дело напрямую с последним. Обращение к библиографическим спискам учебных программ, а не к показателям научного цитирования для измерения согласия в экономической социологии имеет ряд преимуществ. Во-первых, если показатели научного цитирования обычно демонстрируют представления учёных о том, как согласована работа внутри данной области, то учебные программы служат способом, при помощи которого преподаватели представляют свою дисциплину внешним людям или «новичкам». Во-вторых, если показатели научного цитирования позволяют уловить более тонкие границы подотраслей той или иной дисциплины, то учебные программы дают возможность понять более грубую структуру разделов дисциплины, поскольку предполагается, что в учебных программах представлены основные исследовательские направления в их обобщённом виде. И наконец, формируя согласие в отношении происхождения идей в данной области, учебные планы, вероятно, оказывают большее влияние на развитие будущих направлений производства научного знания. Ярким примером этого являются курсы «великих книг»⁴, получивших известность в учебных планах гуманитарного образования в бакалавриате таких университетов, как Чикагский и Колумбийский. Мы надеемся, что по ходу чтения статьи читатели будут иметь в виду указанные выше преимущества, которые вполне можно рассматривать и в качестве смещений нашего подхода. Также отметим, что наша совокупность из 52 программ по экономической социологии не отвечает требованиям случайной выборки, а, скорее,

⁴ В 1940-х гг. президент Чикагского университета Роберт Мэйнард Хатчинс (Robert Maynard Hutchins) в соавторстве с Мортимером Адлером (Mortimer Adler) разработали курс семинарских занятий, на которых обсуждались работы выдающихся западных мыслителей. Идея курса заключалась в заполнении пробелов в гуманитарном образовании, возникающих у студентов в результате усиливающейся специализации в высших учебных заведениях; см. URL: http://ru.wikipedia.org/wiki/Великие_книги_западной_цивилизации и URL: <http://www.greatbooks.org/about/history/>

относится к типу удобной выборки, поэтому мы осознаём, что наши результаты могут служить поводом для размышления, но не для окончательных выводов.

Таблица 1

Описательная статистика учебных программ*
(единица анализа — учебная программа, N = 52)

Показатель	Среднее	Стандартное отклонение	Дополнительная информация
Число литературных источников	55,30	(34,68)	Общее число литературных источников в учебной программе; отметим, что иногда одни и те же литературные источники упоминаются несколько раз в одной учебной программе
Место расположения университета			
США	0,80		
За пределами США	0,20		
Факультет			
Социология	0,87		
Другие	0,13		
Уровень обучения			Курсам, которые могут посещать как магистры и (или) аспиранты, так и бакалавры, присваивался код «первая степень обучения»
Первая степень обучения	0,56		
Вторая степень обучения	0,44		
Год получения PhD	1992,46	(11,82)	Данные из резюме
Год, в котором преподавался курс	2009,61	(2,34)	
Преподаватель женщина (= 1)	0,27		
Доля самоцитирования	0,04	(0,04)	Количество публикаций, автором которых является сам преподаватель, разделённое на общее количество публикаций, перечисленных в программе
Фактор самоцитирования	10,76	(14,89)	Процент самоцитирования преподавателя, разделённый на среднюю долю литературных источников в учебных программах, автором которых является этот преподаватель**
Учебные курсы, называемые «Экономическая социология» (= 1)	0,44		

*Кодировщики ввели 2827 литературных источников (многие из них повторяются в учебных курсах), из которых 1667 представляют уникальные литературные источники (данный вывод был сделан автоматически и перепроверен вручную).

** Если фактор самоцитирования равен 10 для данной учебной программы, это означает, что Преподаватель X даёт литературные источники, автором которых является он сам, в среднем в 10 раз чаще, чем остальные преподаватели упоминают эти публикации.

Из 52 полученных учебных программ 45 представляют дисциплины, читаемые на факультетах социологии в разных частях мира, и 22 из них носят название «Экономическая социология». Хотя мы имеем дело с неслучайной выборкой, обратим внимание, что данные цифры свидетельствуют о том, что экономическая социология пустила корни широко за пределами своих дисциплинарных границ, и существование такого множества интерпретаций экономической социологии размывает её титульную традицию. Институциональное разнообразие также может быть одной из причин, почему отсутствует согласие в отношении определения канона в экономической социологии.

Кроме того, преподаватели курсов, от которых мы получили учебные программы (ряд преподавателей читают несколько курсов, относящихся к экономической социологии), заметно различаются по своим характеристикам. Самый ранний год получения степени PhD у преподавателей, участвующих в нашем исследовании, — 1970-й, а самый поздний — 2010-й (один преподаватель находился в процессе получения докторской степени). От женщин поступила примерно четверть всех учебных программ (чуть больше), а одна пятая программ была получена от преподавателей из неамериканских университетов. Результаты, представленные в таблице 1, не демонстрируют сколь-либо существенных различий в учебных программах в зависимости от демографических характеристик преподавателей, однако это могло произойти из-за небольшого размера выборки. Кроме того, мы предполагаем, что сеть отношений научного руководства (*advising*) среди наших преподавателей образует кластеры, которые, по всей видимости, лучше объясняют эффекты признания учебных программ, чем какие-либо демографические характеристики.

Существует ли канон в экономической социологии?

В ходе работы с данными нам удалось выделить два показателя каноничности (*canonicity*) литературного источника, упоминаемого в учебной программе. Первый и наиболее простой способ заключается в подсчёте числа упоминаний того или иного источника в собранных нами учебных программах (заметим, что в одной учебной программе литературный источник может быть указан несколько раз, то есть используется в нескольких темах и занятиях).

Второй показатель основан на алгоритме, применяемом для поискового ранжирования, который, как мы предполагаем, лучше улавливает отношенческий (*relational*) аспект формирования согласия. А именно, мы адаптируем алгоритм HITS Клейнберга [Kleinberg 1999], конкурирующий с алгоритмом «PageRank»⁵ Брина и Пейджа [Page et al. 1998], который используется для определения высоко-релевантных результатов поиска в веб-графе (*web graph*). В основе нашего показателя лежит идея репрезентации учебных программ и их библиографических списков как бимодальной сети, в которой связь между учебной программой и литературным источником свидетельствует о том, что этот литературный источник упоминается в списке литературы данной учебной программы. Первый показатель каноничности предполагает, что нам необходимо просто посчитать количество связей у литературного источника в этой бимодальной сети (то есть число программ, в которых он указан). Оценка авторитетности, подсчитываемая с помощью алгоритма HITS Клейнберга, предполагает, что связь с литературным источником имеет больший вес, если порождается учебной программой, в которой упоминаются литературные источники, присутствующие во многих других программах. Другими словами, высоким авторитетом обладает литературный источник не столько потому, что он указан во многих учебных программах, сколько потому, что учебные программы, в которых он фигурирует, сами по себе являются хорошими проводниками к другим каноническим источникам. В таблице 2 представлен рейтинг

⁵ Алгоритм «PageRank», предложенный в 1996 г. Сергеем Брином и Ларри Пейджем, позволяет ранжировать документы, связанные гиперссылками, по степени их авторитетности. Документ считается тем авторитетнее, чем больше на него ссылок присутствует в других документах и чем более авторитетными являются сами эти документы; см. URL: <http://ru.wikipedia.org/wiki/PageRank>

20 ведущих работ в соответствии с оценкой авторитетности, а также приведены общее число их упоминаний в учебных программах и уровень общего цитирования в поисковой системе «Google Scholar».

Таблица 2

Список канонических работ «Топ-20»

Ранг	Код публикации	Авторитетность публикации	Число упоминаний в учебных программах	Цитирование в «Google Scholar»	Цитирование в «Google Scholar» / число лет с момента публикации
1	[Granovetter 1985]*	1,000	35	18 788	695,852
2	[Polanyi 1944]	0,808	25	13 894	204,324
3	[Geertz 1978]*	0,599	18	376	11,059
4	[Polanyi 1957]*	0,571	14	15 020	27,309
5	[Zelizer 1978]*	0,562	17	166	4,882
6	[Bourdieu 1983]*	0,493	14	11 772	405,931
7	[Smelser 2005]	0,481	13	988	141,143
8	[Stark 1996]*	0,475	13	1048	65,500
9	[Granovetter 1973]	0,474	12	20 129	516,128
10	[Fligstein 1996]	0,472	18	1005	62,813
11	[Weber 1922]	0,465	15	12 376	137,511
12	[White 1981]	0,454	11	1 318	42,516
13	[Uzzi 1996]	0,438	10	3 090	193,125
14	[Uzzi 1997]*	0,409	17	4 802	320,133
15	[Callon 1998]	0,383	7	2 097	149,786
16	[MacKenzie 2003]	0,375	13	524	58,222
17	[Fligstein 2007]	0,375	7	120	24,000
18	[DiMaggion 1998]	0,362	9	416	29,714
19	[Swedberg 2003]	0,356	6	416	46,222
20	[Swedberg 2001]*	0,349	11	70	6,364

Примечание: Астериск (*) означает, что источник может быть перепечатан в хрестоматии Грановеттера и Сведберга 2001 г.; см.: [Granovetter, Swedberg 2001]. Для вычисления авторитетности документа см.: [Kleinberg 1999]. Индекс, картографирующий коды библиографических источников в этой таблице, с полным описанием источников литературы, опубликован в приложении к этой статье на странице ньюслеттера на сайте секции экономической социологии Американской социологической ассоциации; см. URL: <http://www2.asanet.org/sectionecon/newsletter.html>

Таблица 2 со всей очевидностью показывает, что рейтинг авторитетности литературных источников пересекается с рейтингом, составленным по числу их упоминания в учебных программах. Однако показатели цитирования «Google Scholar» заметно менее связаны с рейтингом авторитетности. По всей видимости, причина заключается в том, что «Google Scholar» подсчитывает ссылки на литературный источник во всех научных областях, поэтому показатель цитирования в данном случае отражает, скорее, радиус воздействия, нежели внутреннее согласие. Заметны некоторые различия в первой двадцатке по оценке авторитетности литературных источников и по числу их упоминания в учебных программах. Например, статья Нила Флигстина «Markets as Politics» («Рынки как политика»), опубликованная в журнале «American Sociological Review» в 1996 г., занимает четвертое место в рейтинге по числу упоминаний в учебных программах и десятое место в рейтинге авторитетности. Оценка авторитетности литературного источника лучше ранжирует кластеризацию согласия, нежели простой подсчет числа упоминаний. Таким образом, несмотря на то что статья Флигстина упоминается во многих программах, но учебные программы, в которых она упоминается, как правило, содержат в большей степени библиографические источники, не встречающиеся в других списках литературы. То же самое можно сказать о статье Маккензи и Милло, вышедшей в «American Sociological Review» в 2003 г., которая

занимает восьмое место в рейтинге по общему числу упоминаний, но всего шестнадцатое в рейтинге авторитетности.

Очевидно, что представленный в таблице 2 рейтинг литературных источников подвержен институциональному эффекту: в 13 из собранных нами учебных программ в качестве базового учебника указывается хрестоматия Грановеттера и Сведберга (2001) «The Sociology of Economic Life» («Социология хозяйственной жизни»). На проверку четыре из пяти и шесть из десяти «топовых» литературных источников, представленных в таблице 2, опубликованы в этой хрестоматии. Вряд ли можно утверждать, что наши рейтинги оказались бы совсем другими, если бы хрестоматия Грановеттера и Сведберга в них не упоминалась, но очевидно, что наличие общей хрестоматии способствует формированию канона. Следовательно, анализируя учебные программы, трудно отделить эндогенный процесс формирования научного согласия от влияния популярного сборника работ.

Таблица 3

Список литературных источников из учебных программ «Топ-20», в которых не упоминается хрестоматия Грановеттера и Сведберга (2001)

Ранг	Код источника	Количество ссылок в учебных программах
1	[Granovetter 1985]	23
2	[Polanyi 1944]	17
3	[Fligstein 2001]	16
4	[MacKenzie 2003]	13
5	[Fligstein 1996]	11
6	[Geertz 1978]	11
7	[Uzzi 1997]	11
8	[Zelizer 2005]	11
9	[Smelser 2005]	10
10	[Zelizer 1978]	10
11	[Abolafia 1996]	9
12	[Bourdieu 1983]	9
13	[Granovetter 1973]	9
14	[Weber 1978 (1922)]	9
15	[Bourdieu 2005]	8
16	[Polanyi 1957]	8
17	[Uzzi 1996]	8
18	[White 1981]	8
19	[DiMaggio 1998]	7
20	[Fligstein 2007]	7

Примечание: Индекс, картографирующий коды библиографических источников в этой таблице с полными работами, опубликован в приложении к этой статье на странице ньюслетера на сайте секции экономической социологии Американской социологической ассоциации; см. URL: <http://www2.asanet.org/sectionecon/newsletter.html>

Рейтинги, представленные в таблице 3, являются скромной попыткой авторов подвести итоги относительно определения канонов экономической социологии после исключения влияния хрестоматии Грановеттера и Сведберга. Для создания этой таблицы мы ранжировали литературные источники по числу их упоминания в учебных программах на подвыборке из учебных программ, в которых хрестоматия Грановеттера и Сведберга не упоминается в качестве стандартного сборника текстов. Некоторые сходства между рейтингами с включённой и исключённой хрестоматией Грановеттера и Сведберга не оказались неожиданными.

Например, статья Грановеттера 1985 г. по-прежнему является наиболее популярной, в нашей подборке на неё ссылаются в 39 учебных программах, наряду с этим статья Гирца «Bazaar Economy» («Базарная экономика»), опубликованная в «American Economic Review» в 1978 г., тоже не отстаёт от числа самых популярных работ. В то же время некоторые статьи из таблицы 2 теряют позиции в рейтинге, представленном в таблице 3. Так, статья Бурдьё «Forms of Capital» («Формы капитала») 1983 г. спустилась с шестого на двенадцатое место, а работа Зелизер 1978 г. — с пятого на десятое.

Эти падения, в свою очередь, освобождают место для взлёта других литературных источников. Так, статья Маккензи и Милло 2003 г. поднялась с шестнадцатой позиции на четвёртую, а две работы Флигстина, 1996 и 2001 гг., соответственно перемещаются в первую пятёрку в таблице 3. Наш неглубокий анализ позволяет понять, что влияние хрестоматии Грановеттера и Сведберга на формирование канонических смыслов экономической социологии не является тривиальным. (Тем не менее мы признаем, что у некоторых преподавателей решение не давать студентам хрестоматию Грановеттера и Сведберга может быть осознанным и, таким образом, связанный с хрестоматией эффект условий эксперимента оказывается эндогенным.)

Таблица 4

**Список канонических авторов «Топ-20»
(по количеству упоминаний в учебных программах)**

Ранг	Код источника	Количество упоминаний в учебных программах	Количество уникальных источников в учебной программе	Количество упоминаний в программе, приходящихся на один источник
1	Грановеттер М.	85	12	7,08
2	Зелизер В.	72	23	3,13
3	Флигстин Н.	60	12	5,00
4	Поланьи К.	51	9	5,67
5	Сведберг Р.	47	13	3,62
6	Бурдьё П.	46	15	3,07
7	Уци Б.	41	6	6,83
8	Димаджио П.	35	10	3,50
9	Каррутерс Б.	33	13	2,54
10	Маккензи Д.	32	7	4,57
11	Вебер М.	29	6	4,83
12	Старк Д.	26	8	3,25
13	Пауэлл В.	25	6	4,17
14	Бёрт Р.	24	10	2,40
15	Каллон М.	23	7	3,29
16	Доббин Ф.	23	7	3,29
17	Биггарт Н.	22	8	2,75
18	Дэвис Г.	22	10	2,20
19	Криппнер Г.	22	7	3,14
20	Фуркад М.	21	6	3,50

Примечание: Таблица составлена на основе подсчёта частоты упоминаний фамилий авторов, которые указаны в качестве единственных авторов или первыми в списке авторов.

Совсем другая ситуация представлена в таблице 4, в которой приведён рейтинг авторов, чьи статьи чаще других упоминаются в учебных программах. Несмотря на то что Грановеттер, Зелизер и Поланьи по-прежнему фигурируют в первой пятёрке, такие социологи, как Флигстин (третий), Каррутерс

(девятый), Пауэлл (тринадцатый) и Бёрт (четырнадцатый), служат примерами авторов, чьё влияние в большей степени распространяется посредством диверсифицированного портфолио производства научного знания (отметим, что отдельные статьи Бёрта, Каррутерса и Пауэлла не попадают даже в «Топ-20» в таблице 2). Вдобавок в таблице 4 для каждого исследователя, попавшего в верхнюю часть рейтинга, приведено число уникальных статей, упоминаемых в нашей совокупности учебных программ. Более точно последняя, пятая, колонка в таблице 4 отражает дивергентные способы производства высококанонических работ. Ярким отличием, например, Марка Грановеттера от Вивианы Зелизер, которые в равной мере часто упоминаются в учебных программах, является разнообразие их научных работ, встречающихся в учебных программах. В частности, 85 упоминаний Грановеттера приходятся на 12 уникальных статей, в то время как 72 упоминания Зелизер — на 23 уникальные статьи и книги.

Итак, на основе анализа оценок авторитетности можно говорить о существовании избранного канона литературных источников в экономической социологии. Наличие двух точек перегиба в рейтинге авторитетности обуславливает эту оценку. Во-первых, статья Грановеттера 1985 г. и книга Поланьи 1944 г. очевидно являются самыми центральными работами в экономической социологии, что подтверждается почти всеми показателями. Во-вторых, в соответствии с рейтингом авторитетности резонно указать статьи Гирца 1978 г., Поланьи 1957 г. (которая зачастую выступает заменой книги 1944 г.) и Зелизер 1978 г. После них, однако, наблюдаются спад в значении оценок авторитетности и следующее за этим спадом устойчивое линейное их снижение. Можно также отметить, что, если нивелировать эффект хрестоматии Грановеттера и Сведберга, то статьи Флигстина 2001 и 1996 гг. и работа Маккензи и Милло 2003 г. приближаются к группе канонических работ. В целом анализ показывает, что эта довольно небольшая группа статей, образующая канон в экономической социологии, укоренена главным образом в двух различных традициях — в отношенческо-сетевом подходе и в культурно-политическом подходе к пониманию социальной основы экономического поведения.

Какие литературные источники упоминаются вместе?

В дополнение к сбору и оцифровке данных о списках литературы в учебных программах мы решили закодировать номер недели или занятия, когда упоминается тот или иной литературный источник в учебной программе, что позволяет понять, как преподаватели видят связь между конкретными работами. Рисунок 1 визуализирует сеть этих данных: узлы представляют собой литературные источники, а связи сигнализируют о том, даются ли эти два литературных источника вместе на одном занятии, по крайней мере, в двух различных учебных программах.

Будучи грубой визуализацией того, как преподаватели курсов по экономической социологии воспринимают границы пространства идей в экономической социологии, рисунок 1 отображает несколько распознаваемых содержательных кластеров (обратите внимание, что только два крупнейших элемента этой сети показаны на рисунке — [Granovetter 1985] и [Polanyi 1944]).

Центром самого крупного кластера, расположенного в правой нижней части рисунка, являются статья Грановеттера 1985 г. и тесно связанные с ней работы, в которых представлены одновременно и критика, и операционализация идей Грановеттера (статья Криппнер 2002 г. и Уци 1997 г. соответственно). Слева на рисунке 1 находится группа научных работ (замечено более ранних), которые представляют интеллектуальных предшественников экономической социологии; их сердцевину образует «Великая трансформация» Поланьи (1944 г.). В верхней части сети находится кластер научных работ, якорем которых выступают статьи Зелизер 1978 и 2005 гг., представляющие культурный подход в экономической социологии. Наконец, группа научных работ, связанных со статьёй Маккензи и Милло 2003 г., наряду с работой Каллона 1998 г. представляет направление, посвящённое перформативности рынков (находятся в правом верхнем углу рисунка 1).

Заметим, что наряду с «узловыми» литературными источниками не менее важными являются работы-«посредники», которые связывают воедино разные лагеря экономической социологии. Например, статья Гирца 1978 г., располагающаяся в центре сети на рисунке 1, играет важную роль в наведении мостов между концепцией отношенческой укоренённости и культурным подходом. В частности, отбирая канонические источники с точки зрения сетевой репрезентации, мы особо выделяем не только те из них, которые репрезентируют в наибольшей степени те или иные традиции, но также источники, связывающие разные островки экономической социологии, придавая дисциплине некоторую степень внутреннего согласия и взаимного соотнесения.

Что касается наиболее часто совместно упоминаемых в учебных программах источников, то статьи Уци 1997 г. и Грановеттера 1985 г. выносятся на одно занятие в шести учебных программах, а статьи Криппнер 2001 г. и Грановеттера 1985 г. можно найти вместе в четырёх из полученных учебных программ. Если принять эти цифры за чистую монету, можно утверждать, что они свидетельствуют о доминировании концепции укоренённости в экономической социологии, а также о том, что в последнее время возникла живая дискуссия вокруг неё.

Заключение

Мы призываем читателей предложить собственные интерпретации представленного здесь материала, связавшись с автором или сотрудниками редакции. Вопрос о том, существует ли канон в экономической социологии, неразрывно связан с вопросами истории формирования дисциплины и согласия по поводу внутренней и внешней репрезентации представителей экономической социологии. Если Вы — преподаватель курса экономической социологии и хотите, чтобы Ваша программа была включена в наш анализ, пожалуйста, напишите по электронной почте сотрудникам редакции (см. сноску 1).

Литература

- Abolafia M. Y. 1996. *Making Markets: Opportunism and Restraint on Wall Street*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Bourdieu P. 1983. The Forms of Capital. In: Richardson J. (ed.). *The Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*. New York: Greenwood Press; 241–258.
- Bourdieu P. 2005. *The Social Structures of the Economy*. Cambridge: Polity.
- Callon M. (ed.). 1998. *The Laws of the Markets*. London: Blackwell Publishers.
- DiMaggio P., Louch H. 1998. Socially Embedded Consumer Transactions: For What Kinds of Purchases do People Use Networks Most? *American Sociological Review*. 63 (5): 619–637.
- Evans J., Foster J. 2011. Metaknowledge. *Science*. 331 (6018): 721–725.
- Fligstein N. 1996. Markets as Politics: A Political-Cultural Approach to Market Institutions. *American Sociological Review*. 61 (4): 656–673.
- Fligstein N. 2001 *The Architecture of Markets: An Economic Sociology of Capitalist Societies*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Fligstein N., Dauter L. 2007. The Sociology of Markets. *Annual Review of Sociology*. 33: 1–24.

- Geertz C. 1978. *The Bazaar Economy: Information and Search in Peasant Marketing*. *American Economic Review*. 68 (2): 28–32.
- Girvan M., Newman M. E. J. 2002. Community Structure in Social and Biological Networks. *Proceedings of National Academy of Sciences of the United States of America (PNAS)*. 99 (12): 7821–7826.
- Granovetter M. 1973. The Strength of Weak Ties. *American Journal of Sociology*. 78: 1360–1380.
- Granovetter M. 1985. Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness. *American Journal of Sociology*. 91: 481–493.
- Granovetter M., Swedberg R. (eds). 2001 (1992). *The Sociology of Economic Life*. 2nd ed. Boulder, CO: Westview Press.
- Kleinberg J. 1999. Authoritative Sources in a Hyperlinked Environment. *Journal of the ACM*. 46 (5): 604–632.
- Kuhn T. 1962. *The Structure of Scientific Revolution*. Chicago: University of Chicago Press.
- MacKenzie D., Millo Y. 2003. Constructing a Market, Performing Theory: The Historical Sociology of a Financial Derivatives Exchange. *American Journal of Sociology*. 109: 107–145.
- Merton R. K. 1973. *The Sociology of Science. Theoretical and Empirical Investigations*. Chicago; London: University of Chicago Press.
- Newman M. E. J. 2004. Coauthorship Networks and Patterns of Scientific Collaboration. *Proceedings of National Academy of Sciences of the United States of America (PNAS)*. 101 (Suppl 1): 5200–5205.
- Page L. et al. 1998. *The PageRank Citation Ranking: Bringing Order to the Web*. Technical Report. Stanford InfoLab. URL: <http://ilpubs.stanford.edu:8090/422/1/1999-66.pdf>
- Polanyi K. 1944. *The Great Transformation: The Political and Economic Origins of Our Time*. Boston: Beacon Press.
- Polanyi K. 1957. The Economy as Instituted Process. In: Polanyi K., Arensbergand C. M., Pearson H. W. (eds). *Trade and Market in the Early Empires*. London: Collier Macmillan; 243–270.
- Smelser Neil J., Swedberg R. (eds). 2005. *The Handbook of Economic Sociology*, 2nd ed. New York: Russell Sage Foundation and Princeton University Press.
- Stark D. 1996. Recombinant Property in East European Capitalism. *American Journal of Sociology*. 101 (4): 993–1027.
- Swedberg R. 2001. Max Weber's Vision of Economic Sociology. In: Granovetter M., Swedberg R. (eds). 2001 (1992). *The Sociology of Economic Life*. 2nd ed. Boulder, CO: Westview Press; 77–95.
- Swedberg R. 2003. *Principles of Economic Sociology*. Princeton: Princeton University Press.
- Uzzi B. 1996. The Source and Consequences of Embeddedness for the the Economic Performance of Organizations: The Network Effect. *American Sociological Review*. 61 (4): 674–698.

Uzzi B. 1997. Social Structure and Competition in Interfirm Networks: The Paradox of Embeddedness. *Administrative Science Quarterly*. 42 (1): 35–67.

Weber M. 1978 (1922). *Economy and Society: An Outline of Interpretive Sociology*. 2 vols. Berkeley: University of California Press.

White H. 1981. Where Do Markets Come From? *American Journal of Sociology*. 87 (3): 517–547.

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

Zelizer V. A. 2005. *The Purchase of Intimacy*. Princeton: Princeton University Press.

НОВЫЕ КНИГИ

Е. В. Сивак

Путеводитель по академическим мирам

Рецензия на книгу: Альтбах Ф. et al. (ред.). 2012. *Как платят профессорам. Глобальное сравнение систем вознаграждения и контрактов*. М.: Изд. дом ВШЭ¹



СИВАК **Елизавета Викторовна** — младший научный сотрудник Международной научно-учебной лаборатории «Институциональный анализ экономических реформ» (НИУ ВШЭ, Москва).

Email: elizaveta.sivak@gmail.com

За последние 20 лет появилось множество исследований, в том числе международных, фиксирующих резкие изменения в академической профессии². В книге «Как платят профессорам» описаны результаты одного из таких исследований — первого международного сравнительного исследования заработных плат, вознаграждения и контрактов представителей академического мира в разных странах. Это исследование стало результатом сотрудничества между Центром международного высшего образования (Center for International Higher Education, CIHE) в Бостонском колледже (The Boston College) и Лабораторией институционального анализа экономических реформ НИУ ВШЭ, а также экспертов из 28 стран, представляющих все континенты и разные уровни экономического развития. Основной вопрос исследования — насколько конкурентоспособной остаётся академическая профессия на фоне альтернатив, предлагаемых рынком труда, в условиях, когда меняются система высшего образования, а следовательно, и академический рынок труда, и содержание академической работы, и механизмы управления академической жизнью, которые используют вузы и государство.

Для ответа на этот вопрос было бы недостаточно сравнить заработные платы в академическом и неакадемическом секторах, так как проигрыш занятых в «академии» в заработной плате может компенсироваться различными

¹ Перев. с англ.: Altbach Ph. et al., (eds). 2012. *Paying the Professoriate: A Global Comparison of Compensation and Contracts*. New York: Routledge.

² Два крупных международных сравнительных исследования (в обоих принимала участие Россия) — это исследование, инициированное Фондом Карнеги (известное как «The 1992 Carnegie International Study of Academic Profession»), и проект «Changing Academic Profession» («Изменения в академической профессии», 2007–2012 гг.), в рамках которых проводились опросы преподавателей и анализировались условия их работы, должности, образование, время, уделяемое разным видам деятельности, отношение к разным аспектам работы, управление в вузе (влияние разных групп в принятии решений, кто оценивает разные виды деятельности преподавателей). Результаты исследования Фонда Карнеги см.: [Altbach 1996; Welch 1997], результаты второго см.: [The Changing Academic Profession 2008]. Статьи, посвящённые изменениям в отдельных странах, см., например, в специальном номере журнала «Higher Education» за 2001 г.; об изменениях академической профессии в США (рост числа преподавателей, работающих в условиях частичной занятости, усиление рыночной культуры в сфере высшего образования и др.) см.: [Schuster, Finkelstein 2006]; об ослаблении автономии университетов в Великобритании см.: [Trow 1994], об изменении академических рынков труда во Франции и в Германии см.: [Musselin 2005].

бонусами, пособиями и льготами, в том числе существующими в неденежной форме (например, возможностью взять длительный творческий отпуск и т. д.). В рассматриваемом исследовании поэтому анализируются не только заработные платы, как в предыдущих международных сравнениях [Ong, Mitchell 2000; Rumbley, Pacheco, Altbach 2008], но и вознаграждение в целом (то есть заработные платы плюс дополнительные выплаты и льготы), а также академический рынок труда (типы контрактов, процедуры найма и продвижения в должности) и данные о дополнительной занятости преподавателей и соответственно о дополнительном доходе. Кроме этого, описывается контекст — кратко характеризуется система высшего образования.

Книга имеет следующую структуру: первая и последняя части — это обобщающие, рамочные статьи. Открывается книга статьёй Филиппа Альтбаха, Лиз Райсберг и Ивана Пачеко, описывающей глобальные тенденции в высшем образовании, которые сказываются на состоянии академической профессии. В первую очередь это резкий рост спроса на высшее образование. Массовый набор студентов влечёт за собой несколько последствий для академической профессии. Например, растёт преподавательская нагрузка (соответственно усиливается напряжение между разными ролями занятых в «академии» — преподавательской и исследовательской); вузам требуется больше преподавателей, и в условиях ограниченного финансирования это означает рост численности преподавателей, нанятых на неполную ставку, временно и т. д. Доля академического персонала, работающего в условиях частичной или временной занятости, непрерывно растёт, а в некоторых странах таких преподавателей уже большинство. Латинскую Америку даже называют страной «преподавателей-таксистов»: за исключением Бразилии, а также нескольких небольших университетов в других странах континента, в Латинской Америке до 80% преподавателей работают в условиях неполной занятости и постоянно перемещаются между работой в вузе и основной работой вне академии либо между работами в разных вузах [Altbach, Reisberg, Rumbley 2009].

Ещё одна тенденция, которую отмечают авторы статьи, — усиление подотчётности вузов и академической работы. Обычно этот процесс характеризуют термином «новый менеджериализм» — заимствование организациями государственного сектора, в том числе университетами, организационных форм, техник, практик управления и ценностей, распространённых в бизнес-секторе [Deem 1998]. Распространение нового менеджериализма связывают с превращением высшего образования в массовый продукт, для производства которого необходимы стандартизация, внешние нормы, рационализация и т. д. [Musselin 2007], а также с ростом финансовых затрат на сектор высшего образования (ещё одно следствие «массовизации»). Теперь университеты должны отчитываться за расход выделяемых средств, то есть демонстрировать высокое качество преподавания и исследований в ходе мониторингов эффективности, оценок деятельности сотрудников и т. д. Таким образом, внешние инструменты контроля теперь действуют наряду с саморегуляцией академического сообщества.

Помимо этого, в статье делаются обобщающие выводы по основным изучаемым темам. Авторы отмечают основные типы существующих контрактов — постоянный наём (*tenure*), наём на основе временных контрактов с вузом или контракт государственных служащих, дающий практически такие же гарантии занятости, как и постоянный наём.

Также описываются две основные стратегии найма: конкурсный отбор (открытая публикация вакансии, отбор заявок, формирование комитета, который оценивает заявки, собеседования и т. д.) и его противоположность, менее прозрачная процедура, — внутренний наём, который часто осуществляется с использованием социальных связей. Во многих странах существуют меры, которые препятствуют внутреннему найму, например, в Германии, Турции и США выпускники вуза не могут подать заявку на начальные позиции в свой университет.

Карьера преподавателей, как отмечают Филипп Альтбах и его коллеги, обычно характеризуется низкой мобильностью внутри страны или между странами. Как правило, академическая карьера, особенно в таких странах, как Россия, Япония, Китай, — это медленное продвижение в иерархии должностей внутри вуза. Однако в немногих странах, например в США и Канаде (в основном в престижных университетах), существует значительная мобильность на протяжении карьеры.

В статье делаются и общие выводы относительно заработных плат. Самые низкие средние заработные платы по всем должностям (по возрастанию) — в Армении, России, Китае, Эфиопии и Казахстане, а самые высокие (по возрастанию) — в США, Индии, ЮАР, Италии и Канаде. Заработные платы могут проигрывать альтернативам, которые рынок труда предлагает специалистам со сходными квалификациями, однако преподаватели имеют возможность получать вознаграждение и в других формах (более длинный отпуск, гибкий график, дополнительная занятость, более дешёвое жильё и т. д.).

Более подробный сравнительный анализ заработных плат и вознаграждения преподавателей делают Мария Юдкевич и Григорий Андрушак во второй статье рецензируемой книги. Данные по каждой стране собирались из официальных статистических источников, публикаций о преподавательском вознаграждении, интервью и (или) опросов. В статье подробно описывается методология проведённого межстранового сравнения, в том числе описывается, как учитывалась стоимость жизни в разных странах для корректного сравнения заработных плат, а также обосновывается выбор такого показателя, как ВВП на душу населения для оценки относительного благосостояния преподавателей. Также авторы отмечают общие сложности, возникающие при осуществлении такой масштабной задачи, как сравнительное международное исследование академической профессии, и те частности, которыми приходится пожертвовать, на которые необходимо пойти ради получения обобщающих выводов. В первую очередь эти сложности связаны с различием структуры заработных плат и набора бонусов и льгот, предлагаемых преподавателям в разных странах.

В статье характеризуется благосостояние преподавателей относительно среднего благосостояния занятых в экономике страны. Для этого приводится сравнение заработных плат преподавателей с ВВП на душу населения. Авторы делают вывод, что в большинстве стран (Россия является исключением) годовая заработная плата преподавателей, занимающих самые высокие должности, превышает ВВП на душу населения (иногда втрое), а заработные платы работников на стартовых позициях значительно ниже, чем ВВП на душу населения.

Кроме этого, обобщаются данные о том, насколько в разных странах велик разрыв между заработными платами преподавателей на низких и высоких должностях. Например, в Китае средние заработные платы преподавателей, занимающих самые высокие должности, в четыре раза выше, чем средняя заработная плата тех, кто находится на самых нижних ступенях академической иерархии. В Норвегии и США, наоборот, получение более высокой должности означает в среднем лишь небольшую прибавку к заработной плате (авторы делают следующий вывод: вероятно, заработные платы в этих странах не определяются жёстко академической должностью). Кроме этого, в статье обобщаются данные о различных бонусах и надбавках, которые могут получать преподаватели, и о распространённости дополнительных источников дохода.

Вторая, самая значительная, часть книги — статьи экспертов из разных стран, в которых даётся более детализированное описание, погружённое в контекст, академической профессии и происходящих в ней изменений. Все статьи имеют сходную структуру. Вначале обрисовывается система высшего образования в целом (размер государственного и частного секторов, наиболее важные факты из истории высшего образования в стране). Затем приводятся подробные сведения об устройстве академического рынка в разных странах: приводится иерархия должностей, описываются типы существующих кон-

трактов, процедуры найма и критерии продвижения в должности, размеры заработных плат для разных должностей. Эксперты также отмечают, конкурентны ли заработные платы в разных дисциплинарных областях на рынке труда и позволяет ли заработная плата преподавателей отнести их к среднему классу. Очерчивается и состояние международной мобильности — характеризуется ли страна «утечкой мозгов», или, наоборот, привлекает талантливых преподавателей и исследователей.

В этих статьях подробно характеризуются проблемы, которые наиболее остро стоят в той или иной стране: рост численности преподавателей, нанятых на основе временных контрактов и неполных ставок; сокращение бюджетов на высшее образование и невысокие заработные платы; бюрократизация; уменьшение притока молодых преподавателей и вследствие этого «старение» преподавательского состава и т. д. Можно проследить, с какими проблемами сталкивается академическая профессия в странах, в которых продолжается рост системы высшего образования (например, Эфиопия, Нигерия, Китай, Индия и др.), и там, где этап быстрого роста уже пройден (большинство стран Западной Европы, США и Канада). В первой группе стран сильнее недостаток квалифицированных преподавателей и финансирования (расходы на образование в расчёте на одного студента постоянно снижаются), а во второй группе стран на первый план выходят другие проблемы — подотчётность и снижение автономии академической профессии.

Большое внимание в статьях уделяется тому, как вузы и государство пытаются регулировать академическую жизнь, в первую очередь — исследовательскую продуктивность, дополнительную занятость и академическую мобильность. Для этого используются, например, программы оплаты по результатам в Колумбии и Мексике и надбавки за «выдающиеся научные результаты» в Израиле; существующий в Колумбии запрет на одновременную работу в двух государственных вузах и специальные выплаты, которые получают те израильские преподаватели, которые почти не занимаются дополнительной работой в других вузах (преподают менее чем на полставки); существующие в Китае субсидии для привлечения и удержания известных учёных и др.

На примере разных стран можно проследить, как функционируют такие меры государственной политики. Например, в Мексике большинство преподавателей участвуют в разных программах оплаты по результатам и получают минимум 50% базовой заработной платы в виде «стимулирующих» выплат, но фактически такие программы используются преподавателями только для того, чтобы получить дополнительный доход. Преподаватели подстраиваются под критерии стимулирования, но качество их работы существенно не меняется. Гарантированная контрактом базовая заработная плата, как правило, невелика, и поэтому один из основных принципов «выживания» в университетах — «делай то, что ценится в рамках оплаты по результату».

Завершается книга статьёй Ярослава Кузьмина про конкурентоспособность академической профессии в новых условиях, когда, с одной стороны, появляются профессии, которые могут конкурировать с академической работой по уровню «академического вознаграждения» (удовлетворение от реализации таких предпочтений, как общение с коллегами и студентами, исследовательская работа, возможность самостоятельно принимать решения об организации своей работы и др.), и, с другой стороны, меняется сама академическая профессия вследствие «массовизации» высшего образования.

Как отмечают Филипп Альтбах и его коллеги во вступительной статье, академическая профессия становится все более сегментированной и дифференцированной, и её очень сложно описать как единое целое. Устройство академической профессии и условия жизни преподавателей различаются не только между странами, но и между дисциплинами и вузами (например, между крупными исследовательскими университетами *versus* небольшими вузами, ориентированными на преподавание) и т. д. Описание общих тенденций, а также разнообразных типов контрактов, способов найма и продвижения

даёт возможность всем заинтересованным исследователям, в том числе социологам образования и социологам академической профессии, лучше ориентироваться в существующем разнообразии академических миров.

Литература

- Altbach P. (ed.). 1996. *The International Academic Profession: Portraits of Fourteen Countries*. Princeton, NJ: Carnegie Foundation for the Advancement of Teaching.
- Altbach P., Reisberg L., Rumbley L. 2009. *Trends in Global Higher Education: Tracking an Academic Revolution*. Chestnut Hill, MA: Boston College, Center for International Higher Education.
- Deem R. 1998. «New Managerialism» and Higher Education: The Management of Performances and Cultures in Universities in the United Kingdom. *International Studies in Sociology of Education*. 8 (1): 47–70. URL: <http://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/0962021980020014>
- Musselin C. 2005. European Academic Labor Markets in Transition. *Higher Education*. 49 (1–2): 135–154.
- Musselin C. 2007. The Transformation of Academic Work: Facts and Analysis. *Research and Occasional Papers Series: CSHE.4.07*. Berkeley: Center for Studies in Higher Education; University of California. URL: <http://cshe.berkeley.edu/publications/docs/ROP.Musselin.4.07.pdf>
- Ong L. L., Mitchell J. D. 2000. Professors and Hamburgers: An International Comparison of Real Academic Salaries. *Applied Economics*. 32 (7). URL: <http://www.hibrain.net/hibrain/abroad/download/salary%20comparison.pdf>
- Rumbley L., Pacheko I., Altbach P. 2008. *International Comparison of Academic Salaries: An Exploratory Study*. Chestnut Hill, MA: Boston College; Center for International Higher Education.
- Schuster J., Finkelstein M. 2006. *The American Faculty: Restructuring of Academic Work and Careers*. Baltimore, MD: The John Hopkins University Press.
- Special Issue on Changes in Academic Profession. 2001. *Higher Education*. 41 (1–2).
- The Changing Academic Profession: International Comparative and Quantitative Perspectives. 2008. *Report of the International Conference on the Changing Academic Profession Project*. Hiroshima: Research Institute for Higher Education (RIHE); Hiroshima University; Hijiya University.
- Trow M. 1994. Managerialism and the Academic Profession: The Case of England. *Higher Education Policy*. 7 (2): 11–18.
- Welch A. (ed.). 1997. Special Issue on Academic Profession. *Higher Education*. 34 (3): 305–420.

ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЕ ПРОЕКТЫ

Е. В. Попова

Создание Научно-образовательного центра «Социально-политические исследования технологий» в Национальном исследовательском Томском государственном университете



ПОПОВА Евгения Владимировна — кандидат политических наук, доцент кафедры политологии НИ ТГУ, директор Научно-образовательного центра (НОЦ) PAST НИ ТГУ (Томск, Россия).

Email: past-center@gmail.com

Научно-образовательный центр Policy Analysis and Studies of Technology (PAST-центр) создан на базе Национального исследовательского Томского государственного университета (НИ ТГУ) в 2012 г. при поддержке Программы поддержки высшего образования (Higher Education Support Program) Фонда «Институт «Открытое общество»».

Партнёрами проекта стали Европейский университет в Санкт-Петербурге (ЕУ СПб), Казанский (Приволжский) федеральный университет и Пермский государственный национальный исследовательский университет.

Сотрудники НОЦ PAST-центр: Е. Попова (директор НОЦ PAST, к. п. н., доцент кафедры политологии НИ ТГУ), О. Бычкова (PhD, к. с. н., профессор факультета экономики ЕУ СПб), Д. Галкин (к. ф. н., доцент философского факультета (ФсФ) НИ ТГУ), К. Губа (ст. преподаватель кафедры социологии НИ ТГУ, магистр социологии ЕУ СПб), О. Мельникова (ст. преподаватель кафедры социологии НИ ТГУ, магистрант ЕУ СПб), О. Столярова (к. ф. н., доцент Российской академии народного хозяйства и государственной службы (АНХиГС) при Президенте РФ), А. Рыкун (д. с. н., профессор, декан ФсФ НИ ТГУ, зав. кафедрой социальной работы НИ ТГУ).

Международный консультационный совет проекта: качество исследований и образовательных программ, осуществляемых при поддержке PAST-центра, гарантирует независимый Международный консультационный совет, в который входят Елена Симакова (Business School, University of Exeter, Great Britain — Бизнес-школа Университета Эксете́ра, Великобритания), научный руководитель PAST-центра; Борис Колоницкий (Европейский университет в Санкт-Петербурге); Александр Эткинд (Alexander Etkind) (Cambridge University, Great Britain — Кембриджский университет, Великобритания); Мэри Макоули (Mary McAuley) (University College, London — Университетский колледж Лондона, Великобритания); Стив Смит (Steve Smith) (Oxford University, Great Britain — Оксфордский университет, Великобритания); Дэвид Вудрафф (David Woodruff) (London School of Economics and Political Science, Great Britain — Лондонская школа экономики и политических наук, Великобритания).

Постановка проблемы

Российская социальная наука состоит из многих, уже традиционных, исследовательских направлений, которые отличаются большим числом поддерживающих их институций и последователей. В этой ситуации довольно редко институциализируются новые научные направления и образовательные программы, имеющие признание в международном научном сообществе, но игнорируемые российскими исследователями. Одним из таких направлений стали социально-политические исследования технологий, которые намеревается развивать НОЦ PAST.

В основе идеи создания Центра лежит недоумение по поводу наблюдаемого отсутствия в российской политической науке исследований развития политик в сфере науки, медицины, технологий. Традиционно политологи сосредоточены на изучении политических институтов, партийной политики, выборов, элит, но игнорируют политические программы в сфере управления другими отраслями социальной жизни. При обращении к российской социологии оказывается, что проблематика исследований науки и техники (Science and Technology Studies, STS) находится в начале своего формирования: институций, представляющих развитие данного направления, совсем немного. Даже в её традиционном мертоновском варианте российская социология науки и техники имеет довольно маргинальный статус. Лишь недавно начали создаваться центры с новой исследовательской программой изучения развития науки и техники: Лаборатория исследований науки и технологий Института статистических исследований и экономики знаний (ИСИЭЗ) НИУ ВШЭ, Центр исследований науки и технологий Европейского университета в Санкт-Петербурге (Центр STS ЕУ СПб). Отдельно стоит упомянуть интересные философские школы, фокусирующиеся на философии и методологии науки. Однако нельзя не отметить, что в этих недавно зародившихся центрах развития STS не находится места для исследования связи развития науки и техники с политическими процессами. Связь техники и политики — новый взгляд для российской науки, хотя последние международные исследования STS заметно политичны по сути. Фокус на политические процессы особенно важен в российском контексте, так как именно здесь могут быть получены уникальные данные, описывающие регресс научных институтов и технических систем, что остаётся за рамками классических исследований. Программа исследования политического в науке и технике гарантирует внимание учёных в международном научном пространстве к результатам российских работ по STS.

Таким образом, тематика работы Центра сфокусирована на политической составляющей развития науки и техники, которая частично соотносится с более широким полем исследований STS. Основной акцент сделан на изучении взаимодействия ключевых акторов (в том числе государства), участвующих в создании научного знания и технологий, а также в продвижении полученных результатов в повседневную жизнь. Такой фокус предлагает новую для российского контекста программу исследований науки и техники, включающую подходы, используемые в политической и политэкономической науках, как и достижения теорий институтов и теорий социальных сетей.

Цель проекта

Перед проектом поставлена цель: работая совместно с ведущими исследователями Томска, Москвы и Санкт-Петербурга, создать новое исследовательское направление и развивать соответствующую ему образовательную программу. Работа PAST-центра — важный элемент в развитии и продвижении исследований науки и техники в России. Конечная цель — консолидация российского исследовательского и образовательного сообщества в области STS, политики в сфере науки и техники и смежных дисциплин.

Задачи PAST-центра

1. Привлечь внимание научного сообщества России к тематике социально-политических исследований технологий, создать и поддерживать научное сообщество по данной тематике.
2. Проводить коллективные и индивидуальные исследования по тематике работы Центра.
3. Разработать образовательные программы для магистров-социологов по теме социально-политических исследований науки и техники.
4. Обеспечить институционализацию научного направления исследований политических программ в сфере развития науки и техники, а также оценки политических решений в этой сфере.

Формы работы

1. Развитие совместно с кафедрой социологии НИ ТГУ магистерской программы по социологии управления.

Магистерская программа по направлению «Социология управления» нацелена на подготовку профессионалов, свободно ориентирующихся в современной теоретической социологии, а также владеющих исследовательскими методами, способных анализировать и прогнозировать социальные процессы, прежде всего в управленческой сфере, разрабатывать рекомендации для решения острых социальных проблем, связанных с практиками управления.

Отличием данной программы ТГУ от программ сходной направленности, предлагаемых другими университетами, является особый образовательный блок, нацеленный на ознакомление магистров с исследованиями особенностей развития и управления наукой и современными техническими системами, важными в контексте задач национальной модернизации. Данная особенность позволит обеспечить выпускникам Программы большую востребованность на рынке труда, поскольку сделает их более привлекательными работниками в сфере как корпоративного, так и государственного и муниципального управления. Мы рассчитываем на проведение отдельными магистрами исследовательских работ по тематике НОЦ. Предполагается также возможность продолжения обучения и исследовательской деятельности в аспирантуре при ФсФ ТГУ по тематике управления социальными и техническими системами, а также по тематике социально-политических исследований технологии.

2. Исследовательские проекты сотрудников PAST-центра.

Ниже перечислены несколько проектов, которые проводит PAST-центр в настоящее время:

- *Коллективный проект PAST-центра «Политика оценки новых технологий: стратегии экспертов и заявителей»* (сроки реализации: июль 2012 г. — ноябрь 2013 г.). Поддержан Федеральной целевой программой (ФЦП) «Кадры» Министерства образования и науки РФ. Руководители: Е. Попова и Е. Симакова.

Проблема, которую мы предлагаем решать в процессе проводимого исследования, состоит в том, что для инновационного сектора очень сложно выработать однозначные критерии оценки появляющихся технологий. Именно потому, что речь идёт о принципиально новых технологиях с точки зрения как развития науки и техники, так и рынка, при оценке достойного финансирования проекта очень сложно совместить, с одной стороны, требования развития знания, а

с другой — агентов рынка. В подобной ситуации неопределённости на первый план выходят политические и коммуникативные способности заявителей новой технологии, их возможности выстроить сеть защиты в латурианском смысле вокруг собственного изобретения. Именно практики построения подобной сети и попытки её разоблачения оценщиками и экспертами, принимающими решения, являются предметом данного проекта. В фокусе проекта находятся в первую очередь дискурсивные практики обоснования новой технологии со стороны заявителей, как и их способы привлечения значимых агентов для защиты и обоснования важности своего научно-технического изобретения. Рассматриваются также наработанные оценщиками формы и методы минимизации влияния подобных практик на принятие решений.

Ожидаемые результаты исследования: публикация по результатам исследования аналитического отчёта на сайте НОЦ PAST и статей в научных журналах.

- *Коллективный проект PAST-центра «Международные негосударственные дискуссионные площадки по вопросам развития науки и техники: роль и возможности российских участников»* (сроки реализации: февраль — май 2013 г.). Поддержан ФЦП «Кадры» Министерства образования и науки РФ. Руководитель: Е. Симакова.

Цель данной работы — путём проведения международного опроса участников инновационного процесса в России, Великобритании, США и Германии определить, какие возможны формы диалога между ними, как вырабатываются критерии оценки новых проектов. Понимая эти формы, можно делать заключения о потенциале интеграции российских учёных и политиков (как и лиц, развивающих новые технологии) в межнациональный диалог о глобальном управлении новыми технологиями. Какую роль играют международные дискуссионные площадки и инициативы в сфере новых и появляющихся технологий в развитии науки и техники? Каковы практические механизмы включения государств и организаций в международные дебаты? Какую роль играют российские участники в данных структурах?

В ходе осуществления проекта планируется опросить примерно 30 экспертов в России и за рубежом.

Ожидаемые результаты исследования: публикация по результатам исследования аналитического отчёта на сайте НОЦ PAST и статей в научных журналах.

- *Коллективный проект PAST-центра «Городское экспертное сообщество современной России: рекрутинг, способы формирования, конкуренции групп»* (сроки реализации: февраль — сентябрь 2013 г.). Координаторы проекта: К. Губа, О. Мельникова.

Третья волна исследований науки и технологии, в интерпретации Г. Коллинза, должна стать исследованием экспертного знания. Её главная задача заключается в понимании роли экспертизы в публичной сфере, в определении того, кто и почему должен участвовать в коллективном процессе принятия общественно значимых решений. Однако большую трудность вызывает сам исследуемый предмет: эксперты далеко не всегда обладают стабильными институционально закреплёнными сигналами своей принадлежности к реализации экспертной функции. В исследовании предлагается отойти от рассмотрения фигуры эксперта как автономного субъекта, обладающего экспертными атрибутами, и обратиться ко всей конфигурации акторов («заказчика», посредника и возможного экспертного пула), взаимодействие которых создаёт экспертов в городском пространстве. В качестве «лаборатории» взят средний российский город (Томск), на материале которого предполагается описать критерии экспертности, проанализировать их

создание во взаимодействии ключевых акторов, основные «точки роста» экспертизы, понять механизмы её формирования, заложенные в городском сообществе.

Ожидаемые результаты исследования: проводимый пилотный проект нацелен на разработку методики будущего сравнительного исследования формирования городских экспертных сообществ в постсоветских обществах. Полученные данные будут отражены в журнальных публикациях и на сайте Центра.

Сотрудники НОЦ PAST работали по проектам ЕУ СПб «*Модели взаимодействия вузов и промышленности в России*»¹ (сентябрь 2012 г. — январь 2013 г.; руководитель: О. Бычкова) по заказу Департамента продвижения инноваций и социальных программ ОАО «Российская венчурная компания» и «*Российский инновационный сектор: базовые культурные модели, механизмы самореализации, стратегии успеха*» (октябрь 2011 г. — март 2013 г.; руководитель: Б. Гладарев) по заказу ОАО «РОСНАНО».

Также сотрудниками PAST-центра проводятся *индивидуальные исследовательские проекты* по разным темам: исследования новых технологий в современных роддомах (О. Мельникова), исследования технических преобразований в сфере ЖКХ (Е. Попова, О. Бычкова), исследование наукометрических процедур (К. Губа) и др.

3. Создание ресурсного центра социально-политических исследований технологий.
4. Проведение публичных семинаров для томичей, а также исследовательских семинаров по тематике НОЦ с участием приглашённых исследователей.
5. Проведение ежегодной международной конференции «STS в меняющемся мире: политика производства науки и техники» (ежегодно, в сентябре).
6. Проведение ежегодной летней школы в сентябре. Тема школы 2013 г.: «STS за семь дней».
7. Проведение ежегодного конкурса научных работ студентов, аспирантов и молодых исследователей по тематике социально-политических исследований науки и технологий по Сибирскому федеральному округу (работы принимаются до 1 марта 2013 г.)².

Более подробная информация о работе PAST-центра доступна на сайте: URL: <http://past-centre.ru/>

¹ Подробнее см.: Бычкова О. В. 2013. Модели взаимодействия вузов и промышленности в России. *Экономическая социология*. 14 (1): 120–123. URL: <http://ecsoc.hse.ru/issues/2013-14-1/index.html>

² См. объявление: Открытые конкурсы научных работ для студентов и преподавателей Сибири. URL: http://past-centre.ru/2012/11/calls_for_papers/

УЧЕБНЫЕ ПРОГРАММЫ

Д. О. Стребков

Маркетинг в финансовой организации

(для подготовки студентов магистерской программы «Прикладные методы социального анализа рынков» факультета социологии НИУ ВШЭ)



СТРЕБКОВ Денис Олегович — кандидат социологических наук, доцент кафедры экономической социологии НИУ ВШЭ (Москва, Россия).

Email: strebkov@hse.ru

Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Маркетинг в финансовой организации» являются закрепление теоретических знаний, полученных студентами в рамках учебных курсов «Маркетинг», «Стратегический маркетинг», «Социология финансового поведения населения», и демонстрация возможности их применения на обширном фактическом материале.

Практическая цель курса заключается в том, чтобы обеспечить эффективную подготовку студентов к работе в департаменте маркетинга финансовой организации (банка, страховой, инвестиционной, управляющей компании и т. д.), то есть научить их анализировать рынок; разрабатывать план маркетинговых действий; заниматься подготовкой и проведением маркетинговых исследований; организовывать контроль над маркетинговой деятельностью. Курс знакомит студентов с организацией системы маркетинга в банках, страховых, инвестиционных и управляющих компаниях.

Настоящая дисциплина относится к циклу специальных дисциплин по выбору.

Изучение данной дисциплины базируется на следующих учебных курсах:

- «Методология и методы исследований в социологии: современные методы анализа социологических данных»;
- «Социологические методы в маркетинговых исследованиях»;
- «Экономическая социология финансового поведения населения» (изучена на английском языке);
- «Практикум по прикладному анализу финансового поведения населения»;
- «Методы оценки эффективности рекламы»;
- «Теория и практика рекламной коммуникации»;
- «Финансовые рынки».

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующего курса:

— «Прикладной анализ потребительских рынков».

Тематический план учебной дисциплины см. в таблице 1.

Таблица 1

Тематический план учебной дисциплины

Название раздела	Всего часов	Аудиторные часы			Самостоятельная работа
		Лекции	Семинары	Практические занятия	
Особенности маркетинга в сфере услуг	14	4	2	—	8
Структура рынка финансовых услуг	12	2	2	—	8
Проведение маркетинговых исследований на финансовом рынке	14	4	2	—	8
Потребители финансовых услуг. Сегментирование рынка	12	2	2	—	8
Продуктовая линейка финансовой компании	12	2	2	—	8
Привлечение новых клиентов	12	2	2	—	8
Работа с действующими клиентами	12	2	2	—	8
Проект (практический кейс)	56	—	—	—	56
Итого	144	18	14	—	112

Формы контроля знаний студентов

Таблица 2

Контроль знаний студентов: типы, формы и параметры

Тип контроля	Форма контроля	2-й год		Параметры
		Модули 1	Модули 2	
Текущий	Проект (практический кейс)	3	4	Выполнение проекта в рамках учебного курса включает семь этапов (семь групповых домашних заданий) с последующей презентацией полученных результатов на семинарах. Проект сдаётся поэтапно. Формат представления материала — Power Point. Объем (для каждого этапа): 5–15 слайдов. Время выступления (для каждого этапа): 10–15 мин.
Итоговый	Зачёт	0	1	Письменная работа на 80 минут, включающая три вопроса по дисциплине

Проект

Проект — это групповая аналитическая работа, включающая подробное рассмотрение одного практического кейса. Студентам необходимо подготовить комплект маркетинговых документов, отражающих анализ реальных действий какой-либо финансовой компании (банк, страховая, инвестиционная, управляющая компания) на российском рынке.

Группа студентов может состоять из двух-трёх человек.

При оценивании работы учитываются объём материала о компании, собранного из открытых источников; глубина проработки этого материала; наличие практических и содержательных выводов и рекомендаций; логичность изложения материала; качество оформления презентации; своевременность сдачи материала.

За каждый из семи этапов проекта выставляется отдельная оценка (одна на всю группу). Итоговая оценка за проект рассчитывается как среднее арифметическое от этих семи оценок. Оценки по всем формам текущего контроля выставляются по 10-балльной шкале.

Зачёт

На итоговом письменном зачёте студент должен продемонстрировать знания, умения и навыки в следующих областях:

1. Знание принципов организации маркетинговых коммуникаций в финансовой организации;
2. Подготовка программы маркетингового исследования, разработка инструментария (анкета, гайд), анализ и интерпретация результатов маркетингового исследования;
3. Подготовка SWOT-анализа, разработка маркетингового плана по конкретной финансовой услуге;
4. Знание современных методов анализа клиентской базы и способов выявления закономерностей её динамики;
5. Знание современных методов планирования рекламной кампании, методов проектирования рекламных бюджетов, методов оценки эффективности рекламных кампаний.

При своевременной сдаче всех семи домашних заданий (этапов проекта) на оценку не ниже шести баллов каждый студент по его желанию может быть освобождён от написания итоговой зачётной работы. В этом случае итоговая оценка за проект выставляется в качестве итоговой оценки по курсу.

Содержание дисциплины

Лекционные занятия

Тема 1. Особенности маркетинга в сфере услуг

Особенности и специфика рынка услуг по сравнению с товарными рынками. Принципиальные различия между товарами и услугами. Международный стандарт управления качеством услуг ISO 9004.

Этапы взаимодействия сервисной организации с потребителями её услуг. Позиционирование и специализация. Особенности ценообразования. Значимость наименования компании и торговой марки. Привлечение и удержание клиента в сфере услуг. Известность, имидж и репутация сервисной компании.

Маркетинг отношений для организаций сферы услуг. Важность «массовой кастомизации» на современном этапе развития сферы услуг.

Основная литература

Бугаков В. П. 1998. Особенности маркетинга услуг. *Маркетинг в России и за рубежом*. 2. URL: <http://www.cfin.ru/press/marketing/1998-2/10.shtml>

Миронова Н. 2003. Дифференцированный подход к маркетингу услуг. *Маркетинг и маркетинговые исследования*. 3. URL: <http://www.marketologi.ru/lib/differ.html>

Cherubini S. 2001. Services Marketing. In: Smelser N., Baltes P. (eds). *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*. Oxford: Elsevier (ScienceDirect); 13935–13936.

Дополнительная литература

Барлоу Дж., Стюарт П. 2006. *Сервис, ориентированный на бренд. Новое конкурентное преимущество*. Перев. с англ. М.: ЗАО «Олимп—Бизнес». URL: http://www.e-xecutive.ru/reading/newfolder2921/article_3781

Беквит Г. 2006. *Продавая незримое: Руководство по современному маркетингу услуг*. Перев. с англ. 3-е изд. М.: Альпина Бизнес Букс. URL: <http://www.ecsocman.edu.ru/db/msg/173455.html>

Боков В. И. 2003. От Даля к Парсонсу и обратно. Гипотеза о природе услуги. *СОЦИС*. 7: 1–17. URL: <http://www.isras.ru/files/File/Socis/2003-07/Bokov.pdf>

Ворачек Х. 2002. О состоянии «теории маркетинга услуг». *Проблемы теории и практики управления*. 1: 99–103. URL: <http://uptp.ru/?Lang=RU>

Киреев И. В. 2002. Содержание отдельных составляющих маркетингового комплекса компаний, работающих в сфере услуг. *Маркетинг в России и за рубежом*. 3: 3–12. URL: <http://www.mavriz.ru/articles/2002/3/268.html>

Лянцевич М. 2000. *Внутренний маркетинг и качество в сфере услуг*. URL: <http://www.cfin.ru/marketing/intmark.shtml>

Новаторов Э. В. 2000. Международные модели маркетинга услуг. *Маркетинг в России и за рубежом*. 3 (17): 91–98. URL: <http://www.mavriz.ru/articles/2000/3/316.html>

Новаторов Э. В. 2001. Методы разработки и анализа процесса обслуживания в маркетинге услуг. *Маркетинг в России и за рубежом*. 1 (21): 50–58. URL: <http://www.mavriz.ru/articles/2001/1/344.html>

Пайн П. Б. Дж., Гилмор Дж. Х. 2005. *Экономика впечатлений: работа — это театр, а каждый бизнес — сцена*. М.: Вильямс. URL: <http://www.williamspublishing.com/Books/5-8459-0828-0.html>

- Прищепенко В. В. 2001. Семантика, дефиниции и соотношение понятий «продукт», «товар», «услуга». *Маркетинг в России и за рубежом*. 2: 5–10. URL: <http://www.mavriz.ru/articles/2001/2/1448.html>
- Разумовская А., Янченко В. 2006. *Маркетинг услуг. Настольная книга российского маркетолога-практика*. М.: Вершина; 19–160.
- Тьяги Р. 2006. Менеджмент сервисных операций — требуются супермены. Интервью. *E-xecutive*. URL: http://www.e-xecutive.ru/publications/guru/article_3954
- Христофорова И., Хаев О., Слукина Е. 2005. Оценка маркетинговой деятельности на предприятиях сферы услуг. *Практический маркетинг*. 1 (95): 10–16. URL: <http://www.marketologi.ru/publikatsii/stati/otsenka-marketingovoj-deyatelnosti-na-predpriyatijakh-sfery-uslug/>
- Lovelock Ch. H., Gummesson E. 2004. Whither Services Marketing? In Search of a New Paradigm and Fresh Perspectives. *Journal of Service Research*. 7 (1): 20–41.
- Lovelock Ch. H., Quelch J. A. 1983. Consumer Promotions in Service Marketing. *Business Horizons*. 26 (3): 66–75.
- Keh H. T., Chu S., Xu J. 2006. Efficiency, Effectiveness and Productivity of Marketing in Services. *European Journal of Operational Research*. 170: 265–276.

Тема 2. Структура рынка финансовых услуг

Структура рынка финансовых услуг. Виды финансовых организаций: банки, страховые, инвестиционные, брокерские, управляющие компании.

Финансовые продукты и услуги, существующие на рынке: депозитные вклады, потребительские и ипотечные кредиты, пластиковые карточки, страховые продукты, брокерское обслуживание, доверительное управление, паевые инвестиционные фонды (ПИФы). Мировые тенденции развития финансовой сферы.

Необходимость маркетинга в финансовой сфере и его особенности. Сущность маркетинговой деятельности, основные категории и принципы. Основные функции, цели и задачи маркетинга в финансовой компании. Выявление рыночных возможностей с точки зрения оптимизации бизнеса компании.

Место департамента маркетинга в организационной структуре финансовой организации. Основные роли и должностные обязанности сотрудников, занимающих эти позиции. Система маркетинговой отчетности.

Работа с корпоративными клиентами. Работа с частными физическими лицами (розничный рынок).

Основная литература

- Бабаян М. Н. 2005. Отличия конкуренции на рынке банковских услуг от конкуренции на иных финансовых рынках. В сб.: Бандурин А. В. (ред.). *Проблемы предпринимательства в экономике России. Межвузовский сборник научных трудов*. Вып. 8. М.: ООО «Технологии стратегического менеджмента»; 19–30. URL: <http://www.cfin.ru/bandurin/article/sbrn08/03.shtml>

Keister L. A. 2002. Financial Markets, Money, and Banking. *Annual Review of Sociology*. 28: 39–61. URL: <http://www.soc.duke.edu/~lkeister/Keister%20-%20ARS%20Financial%20Markets.pdf>

Дополнительная литература

Вязовова И. 2006. Положение о службе маркетинга. *РБК. Исследования рынков*. URL: http://marketing.rbc.ru/rev_short/10968749.shtml

Гадова Т. 2005. Должностные инструкции по маркетингу. *РБК. Исследования рынков*. URL: http://marketing.rbc.ru/rev_short/1083241.shtml

Завьялов П. С. 2004. *Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах: Учеб. пособие*. М.: ИНФРА-М; 369–401.

Зубченко Л. А. 2000. Новые тенденции в развитии банковского маркетинга (обзор материалов французских журналов). *Маркетинг в России и за рубежом*. 1: 9–13. URL: <http://www.cfin.ru/press/marketing/2000-1/14.shtml>

Панова Г. С. 1998. Концепция банковского маркетинга. *Маркетинг в России и за рубежом*. 1: 68–76. (база «Интегрум»). URL: <http://www.cfin.ru/press/marketing/1998-1/07.shtml>

Преснякова Л. 2007. Инвестиционно-сберегательные инструменты: практический опыт и предпочтения россиян. *Социальная реальность*. 3: 7–29. URL: <http://socreal.fom.ru/?link=ARTICLE&aid=294>

Смородинов О. В. 2002. Маркетинг банковских услуг для частных клиентов. *Банковские технологии*. 2: 26–30.

Спицын И. О., Спицын Я. О. 1993. *Маркетинг в банке*. Тернополь: АО «Тарнекс»; К.: ЦММС «Писпайп»; 52–60; 601–630.

Стефенсон Р. 2007. *Маркетинг финансовых услуг*. Перев. с англ. В. Ильина, А. Болдышевой. Под общ. ред. Е. Калугина. М.: Вершина; 153–165.

Тема 3. Проведение маркетинговых исследований на финансовом рынке

Формирование информационной базы о клиентах, конкурентах, спросе на финансовые продукты и услуги: система внутренней отчётности компании; система сбора внешней информации; система маркетинговых исследований; CRM-система. Методы анализа имеющейся информации.

Изучение текущего уровня спроса. Прогнозирование спроса.

Модели и методы анализа поведения покупателей финансовых продуктов и услуг. Важнейшие исследуемые параметры. Анализ восприятия имиджа банка существующими и потенциальными клиентами.

Примеры маркетинговых исследований на рынке брокерского обслуживания (на примере компаний «АТОН» и «БрокерКредитСервис»).

Основная литература

Стефенсон Р. 2007. *Маркетинг финансовых услуг*. Перев. с англ. В. Ильина, А. Болдышевой. Под общ. ред. Е. Калугина. М.: Вершина; 48–69.

Шкаровский С. И. 2000. Изучение клиентуры как этап маркетингового анализа банковского филиала. *Маркетинг в России и за рубежом*. 3: 21–30. URL: <http://www.cfin.ru/press/marketing/2000-3/02.shtml>

Дополнительная литература

Банковские бренды глазами потребителей. 2007. Маркетинговый отчет компании BrandLab. Демо-версия. URL: <http://www.brandlab.ru/project/banksbrands/>

Браверман А. А. 1998. Маркетинговое исследование рынка банковских услуг «Столичного банка сбережений» для частных лиц в Москве. *Маркетинг в России и за рубежом*. 2. URL: <http://www.cfin.ru/press/marketing/1998-2/05.shtml>. (база «Интегрум»).

Буковский А. 2001. Анализ угроз и возможностей макросреды банка как важнейший этап маркетинговых исследований на рынке ценных бумаг. *Стратегія економічного розвитку України*. 4. URL: <http://www.4p.com.ua/content/analiz-ugroz-i-vozmozhnostei-marketingovoi-makrosredy-banka-kak-vazhneishii-etap-marketingov>

Горелова О. 2006. *Потребительские предпочтения на рынке кредитно-финансовых организаций и услуг, предоставляемых ими*. Доклад на конференции «Marketing Director». 20–21 апреля. URL: http://marketing.rbc.ru/rev_short/20760341.shtml

Завьялов П. С. 2004. *Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах: Учеб. пособие*. М.: ИНФРА-М; 68–100.

Зарубин А. 2005. Шаблон брифа (технического задания) на маркетинговое исследование. *РБК. Исследования рынков*. URL: http://marketing.rbc.ru/rev_short/1064004.shtml

Малхотра Н. К. 2003. *Маркетинговые исследования. Практическое руководство*. М.: Вильямс. URL: <http://ecsocman.hse.ru/text/19171076.html>

Преснякова Л., Стребков Д. 2007. Азы финансовой культуры. Представления россиян об инвестировании в ценные бумаги. *Социальная реальность*. 7: 7–29. URL: <http://socreal.fom.ru/?link=RELEASE&rid=24>

Спицын И. О., Спицын Я. О. 1993. *Маркетинг в банке*. Тернополь: АО «Тарнекс»; К.: ЦММС «Писпайп»; 79–99.

Тема 4. Потребители финансовых услуг. Сегментирование рынка

Мотивация потребителей финансовых услуг. Процесс принятия решения о приобретении финансовых продуктов (услуг). Процесс принятия решения о выборе финансовой компании. Факторы, оказывающие влияние на формирование потребностей и предпочтений потенциальных и действующих клиентов компании.

Сегментирование рынка по группам потребителей. Способы оценки целевых сегментов рынка и перспектив их развития. Выявление наиболее привлекательных сегментов. Оценка ёмкости спроса со стороны перспективных клиентских групп.

Выбор маркетинговой стратегии и её обоснование: сосредоточение усилий на обслуживании одной группы потребителей; удовлетворение какой-то одной потребности всех групп потребителей; выборочная специализация на различных сегментах; обслуживание всего рынка.

Основная литература

Стребков Д. О. 2009. Критерии выбора финансовой компании. *Маркетинг и маркетинговые исследования*. 6: 466–490. URL: <http://publications.hse.ru/articles/74778193>

Стребков Д. О. 2007. *Фондовый рынок как объект социологического исследования: возможности и перспективы*. Препринт WP4/2007/01. М.: Изд. дом ВШЭ. URL: http://www.hse.ru/data/557/989/1224/WP4_2007_01.pdf

Дополнительная литература

Айзин К. 2006. Портрет пайщика. *Финанс*. 27: 36–40. URL: <http://www.fintraining.ru/modules.php?op=modload&name=News&file=article&sid=1282>

Блэкуэлл Д., Миниард П., Энджел Дж. 2002. *Поведение потребителей*. Изд. 9-е. Перев. с англ. под ред. Л. А. Волковой. СПб.: Питер. URL: <http://shop.piter.com/book.phtml?978594723267>

Гантер Б., Фернхам А. 2001. *Типы потребителей: введение в психографику*. Перев. с англ. под ред. И. В. Андреевой. СПб.: Питер.

Дибб С., Симкин Л. 2002. *Практическое руководство по сегментированию рынка*. Перев. с англ. С. Жильцова. СПб.: Питер.

Завьялов П. С. 2004. *Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах: Учеб. пособие*. М.: ИНФРА-М; 160–208.

Кохен Д. 2004. *Психология фондового рынка: страх, алчность и паника*. Перев. с англ. М. Майорова. М.: Интернет-трейдинг.

Кравченко П. П. 2000. Стратегия работы на Фондовом рынке РФ. *Финансовый менеджмент*. Пробный номер. URL: <http://www.finman.ru/articles/2000/0/1562.html>

Куршакова Н. 2001. Маркетинг отношений: формирование спроса на банковские услуги. *Банковские услуги*. 6: 18–21.

Потенциальные покупатели финансовых услуг: установки и ожидания розничного инвестора. Московская консультационная группа. 2003. *Практический маркетинг*. 2: 17–22. URL: <http://www.cf.ru/press/practical/2003-02/04.shtml>

Спицын И. О., Спицын Я. О. 1993. *Маркетинг в банке*. Тернополь: АО «Тарнекс»; К.: ЦММС «Писпайп»; 134–237.

Стефенсон Р. 2007. *Маркетинг финансовых услуг*. Перев. с англ. В. Ильина, А. Болдышевой. Под общ. ред. Е. Калугина. М.: Вершина; 30–47; 70–98.

Стребков Д. О. 2007. Социальные аспекты кредитного поведения населения. *Социологический журнал*. 1: 83–102. URL: <http://ecsocman.hse.ru/text/30658686/>

Стребков Д. 2004. Основные типы и факторы кредитного поведения населения в современной России. *Вопросы экономики*. 2: 109–128. URL: <http://www.ecsocman.edu.ru/db/msg/150899>

Твид Л. 2002. *Психология финансов*. Перев. с англ. Э. Темергалиева. М.: ИК «Аналитика».

Keller C., Siegrist M. 2006. Investing in Stocks: The Influence of Financial Risk Attitude and Values-related Money and Stock Market Attitudes. *Journal of Economic Psychology*. 27 285–303. URL: <http://www.sciencedirect.com/science/journal/01674870>

Knorr-Cetina K., Preda A. (eds). 2004. *The Sociology of Financial Markets*. Oxford, UK: Oxford University Press.

Тема 5. Продуктовая линейка финансовой компании

SWOT-анализ для компании в целом и для каждого продукта в отдельности: конкурентные преимущества, недостатки, рыночные возможности и угрозы. Прямые и непрямые конкуренты финансовых продуктов. Комплекс маркетинга финансовой компании (4 Р).

Развитие и обновление продуктового ряда. Жизненный цикл финансовых продуктов и услуг. Ценообразование и тарифная политика. Позиционирование финансовых продуктов на рынке. Определение основной и дополнительной потребительской ценности. Создание конкурентных преимуществ.

Концепция финансового супермаркета и способы её воплощения в жизнь.

Стратегическое планирование. Составление годового маркетингового плана.

Основная литература

Стефенсон Р. 2007. *Маркетинг финансовых услуг*. Перев. с англ. В. Ильина, А. Болдышевой. Под общ. ред. Е. Калугина. М.: Вершина; 21–29.

Макеева Д. 2000. Региональный маркетинг страховых услуг. *Практический маркетинг*. 11. URL: <http://www.cfin.ru/press/practical/2000-11/04.shtml>

Дополнительная литература

Абалонин С. 1998. Жизненный цикл банковских услуг. *Маркетинг*. 3: 25–27.

Андреев И. 1998. Критерии конкурентоспособности однородных банковских услуг. *Маркетинг*. 1: 35–41.

Бабаян М. Н. 2005. Эффективность инструментов конкурентной борьбы в банковском секторе. В сб.: Бандурин А. В. (ред.). *Проблемы предпринимательства в экономике России*. Межвузовский сборник научных трудов. Вып. 8. М.: ООО «Технологии стратегического менеджмента»; 12–18. URL: <http://www.cfin.ru/bandurin/article/sbrn08/02.shtml>

- Горностаев С. 2007. Маркетинг инвестиционных услуг. *Маркетинг Менеджмент*. 9.
- Гурьянов С. А. 2001. *Маркетинг банковских услуг*. Под общ. ред. д. э. н., проф. В. В. Томилова. Раздел 2.5. URL: <http://www.marketing.spb.ru/read/m15/6.htm>
- Завьялов П. С. 2004. *Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах*: Учеб. пособие. М.: ИНФРА-М; 128–159; 242–287.
- Игнат Л. 2007. *Маркетинговые нестандарты*. Видеоинтервью с директором по информационной политике и связям с общественностью Альфа-Банка. URL: http://old.e-xecutive.ru/publications/specialization/newfolder8086/article_5512/
- Липсиц И. В. 2004. *Ценообразование и маркетинг в коммерческом банке*. М.: Экономистъ (Серия «Homo faber»). URL: <http://www.ecsocman.edu.ru/db/msg/282673.html>
- Спицын И. О., Спицын Я. О. 1993. *Маркетинг в банке*. Тернополь: АО «Тарнекс»; К.: ЦММС «Писпайп»; 366–502.
- Тутон Е. 2007. Выгодная ответственность. *Маркетинг Менеджмент*. 9.
- Уткин Э. А. 1995. *Банковский маркетинг*. М.: ИНФРА-М; 102–211.

Тема 6. Привлечение новых клиентов

Методы продвижения финансовых продуктов на рынок с целью привлечения новых клиентов. Информационно-рекламная поддержка: рекламная и PR-кампания. Методы оптимизации рекламных бюджетов. Закон о рекламе: существующие ограничения для финансовых компаний.

Современный брендинг. Взаимодействие с рекламными агентствами. Проведение тендера на разработку креативной концепции. Подготовка креативного брифа.

Методы оценки эффективности рекламных акций. Достижение целевых показателей деятельности компании (количество привлечённых клиентов; известность, узнаваемость компании или её отдельных продуктов и услуг).

Способы и каналы распространения финансовых продуктов. Филиальная сеть. Основные принципы работы с филиалами. Оптимизация филиальной сети финансовой компании в привязке к географическому положению и социальной инфраструктуре (на примере компании «АТОН»).

Интернет-сайт как канал привлечения новых клиентов. Организация работы call-центра. Альтернативные каналы продаж.

Основная литература

- Гордиенко Ю. 2007. Паевой двигатель. *Секрет фирмы*. 15. URL: <http://www.ippnou.ru/article.php?idarticle=003327>
- Мокров А. В., Вишняков А. А. 2001. Современная банковская реклама в России. *Маркетинг и маркетинговые исследования*. 3. URL: <http://www.marketologi.ru/publikatsii/stati/sovremennaja-bankovskaja-reklama-v-rossii/>

Дополнительная литература

- Баранов П. А. 1998. Банковский маркетинг: особенности рекламы в коммерческих банках. *Финансы и кредит*. 10.
- Горинов Д. 2005. Бриф на проведение рекламной или PR-кампании. *РБК. Исследования рынков*. URL: http://marketing.rbc.ru/rev_short/1204025.shtml
- Завьялов П. С. 2004. *Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах*: Учеб. пособие. М.: ИНФРА-М; 329–368.
- Кулагин В. Г. 1998. Банковская реклама пластиковых карточек. *Маркетинг в России и за рубежом*. 1. URL: <http://www.cfin.ru/press/marketing/1998-1/08.shtml>
- Оскалина Е. 2006. *Стратегия и продвижение финансовых услуг на примере чеков American Express*. Доклад на конференции «Marketing Director». 20–21 апреля. URL: http://marketing.rbc.ru/rev_short/20773333.shtml
- Спицын И. О., Спицын Я. О. 1993. *Маркетинг в банке*. Тернополь: АО «Тарнекс»; К.: ЦММС «Писпайп»; 205–580.
- Стефенсон Р. 2007. *Маркетинг финансовых услуг*. Перев. с англ. В. Ильина, А. Болдышевой. Под общ. ред. Е. Калугина. М.: Вершина; 118–152.
- Халуев К. А. 2001. Маркетинг банковских услуг через Интернет. *Маркетинг*. 1: 48–51.
- Шкаровский С. И. 2000. Маркетинговые стратегии управления филиалом коммерческого банка. *Маркетинг в России и за рубежом*. 6. URL: <http://www.cfin.ru/press/marketing/2000-6/09.shtml>
- Яцевич А. В. 2001. *Возможности Интернета для рынка банковских услуг*. СПб.: СПбГУЭФ. URL: http://yas.narod.ru/andy/ib_content.htm

Тема 7. Работа с действующими клиентами

Клиентоориентированная маркетинговая политика и формирование лояльной клиентской базы. Организация коммуникации с клиентами финансовой компании.

CRM-система как основа взаимодействия с клиентами в финансовой компании. Жизненный цикл клиента. Кросс-продажи финансовых продуктов.

Маркетинговый аудит работы сервисных подразделений финансовой компании: применение метода «таинственный покупатель» (*mystery-shopping*). Методы оценки и измерения качества обслуживания: анализ динамики транзакций, обработка претензий. Маркетинговые исследования среди действующих клиентов компании.

Удовлетворённость клиентов при взаимодействии с компанией. Критические условия для смены банка, страховой или инвестиционной компании. Программы лояльности.

Основная литература

Лопатинская И. В. 2002. Лояльность как основной показатель удержания потребителей банковских услуг. *Маркетинг в России и за рубежом*. 3. URL: <http://www.cfin.ru/press/marketing/2002-3/03.shtml>

Новаторов Э. 2001. Методика оценки качества банковских услуг. *Практический маркетинг*. 10. URL: <http://www.cfin.ru/press/practical/2001-10/02.shtml>

Дополнительная литература

Баранов А. 2002. *Бонусные программы продвижения товаров и услуг*. Под ред. С. Карташовой. URL: http://www.e-xecutive.ru/publications/aspects/article_1318

Барлоу Дж., Клаус М. 2006. *Жалоба как подарок. Обратная связь с клиентом — инструмент маркетинговой стратегии*. Перев. с англ. М.: ЗАО «Олимп—Бизнес». URL: http://www.e-xecutive.ru/reading/newfolder2921/article_3657

Беквит Г. 2006. *Продавая незримое: Руководство по современному маркетингу услуг*. Перев. с англ. 3-е изд. М.: Альпина Бизнес Букс; 233–247. URL: <http://www.ecsocman.edu.ru/db/msg/173455.html>

Копытько Т. *Прямой маркетинг — универсальный ключ к лояльности клиентов*. URL: <http://www.management.com.ua/marketing/mark096.html>

Купчинаус Е. С., Семёнова Е. И. 2006. Факторная модель лояльности клиентов страховой компании. *Страховое дело*. 8: 54–64. URL: <http://www.sovetnik.ru/pressclip/more/?id=18169>

Морковина Е. 2006. *Лояльность покупателя: какие факторы реально создают приверженность различных групп современных потребителей?* Доклад на конференции «Marketing Director». 20–21 апреля. URL: http://marketing.rbc.ru/rev_short/20773315.shtml

Новаторов Э. В. 2001. Специфика и особенности аудита маркетинга услуг. *Маркетинг и маркетинговые исследования в России*. 34 (4): 50–59.

Стефенсон Р. 2007. *Маркетинг финансовых услуг*. Перев. с англ. В. Ильина, А. Болдышевой. Под общ. ред. Е. Калугина. М.: Вершина; 198–245.

Тематика заданий текущего контроля

Проект — это групповая аналитическая работа, включающая детальное рассмотрение одного практического кейса. После первого вводного занятия студенты самостоятельно разбиваются на небольшие исследовательские группы, включающие два-три человека. Состав групп остаётся постоянным на протяжении всего курса.

Каждая группа выбирает одну из реально существующих финансовых компаний, работающих на российском рынке. Это может быть банк, страховая, инвестиционная или управляющая компания. Также для анализа выбирается один или несколько финансовых продуктов (услуг), предлагаемых данной компанией, например:

- срочные депозитные вклады;
- кредитные пластиковые карточки;
- сейфовые ячейки;
- кредит на неотложные нужды;
- образовательный кредит;
- ипотечный кредит;
- автострахование;
- страхование жизни (рисковое, накопительное);
- страхование имущества;
- брокерское обслуживание;
- интернет-трейдинг;
- доверительное управление на фондовом рынке;
- обслуживание на рынке FOREX;
- паевые инвестиционные фонды (акций, облигаций, смешанный и т.д.);
- общие фонды банковского управления (ОФБУ) и др.

Основой для итоговой письменной работы является анализ реальных действий финансовых компаний на российском рынке: стратегическое планирование, выбор целевой аудитории, стратегии продвижения продуктов и услуг, стратегии медиаразмещения и т. п. В данном случае на основе наблюдаемых признаков студент должен произвести реконструкцию стратегических действий изучаемой компании и обосновать выбор принимаемых ею решений.

В рамках проекта студентам необходимо подготовить комплект маркетинговых документов, отражающих и интерпретирующих анализ фактических действий этой компании, применяемых для улучшения своей позиции на рынке.

Выполнение проекта включает семь этапов.

1. «Портрет» финансовой организации

Анализ осуществляется в динамике и в сравнении с основными компаниями-конкурентами по следующим направлениям:

- статистика рынка в целом;
- история компании, основные достижения;
- оценка имиджа финансовой компании;
- места в рейтингах;
- виды услуг (успешность);
- сотрудники, клиенты (их число, структура, особенности);
- региональная политика, филиалы;
- руководство и т. д.;
- SWOT-анализ по своему рынку (преимущества, недостатки, возможности, ограничения).

2. Структурное описание финансового продукта

Основные вопросы, которые необходимо раскрыть в проекте:

2.1. Содержание продукта

- Что представляет собой продукт?
- Как работает продукт?
- Подходит ли данный продукт для любого сегмента рынка?

- Какие заменители данного продукта существуют (альтернативные продукты, на которые могут переключиться потребители)?

2.2. Позиционирование продукта

- Что является самой важной характеристикой продукта, с точки зрения потребителя?
- Является ли продукт автономным либо вписывается в существующую линейку?

2.3. Ресурсное обеспечение продукта;

2.4. Распространение продукта: как оно организовано?

2.5. Цена в сравнении с аналогичными продуктами;

2.6. Конкурентные преимущества продукта.

3. Мини-программа для проведения маркетингового исследования

Основные вопросы, для получения ответов на которые проводится исследование:

- Как увеличить число клиентов?
- Как увеличить прибыль компании?
- Как снизить издержки?

Содержание мини-программы:

3.1. Практическая проблема исследования;

3.2. Объект исследования;

3.3. Задачи исследования;

3.4. Метод сбора данных и выборка;

3.5. Анкета; гайд глубинного интервью или гайд для фокус-группы.

4. Клиенты финансовой компании

- Структура действующих клиентов;
- Мотивация клиентов;
- Сегментирование рынка;
- Описание целевой аудитории;
- Социально-демографический портрет «идеального» пользователя.

5. Рекламная кампания

Необходимо проанализировать рекламную кампанию выбранной финансовой организации как в целом (имиджевая реклама), так и по выбранной услуге (продуктовая реклама — если таковая проводилась).

Рекомендуется рассмотреть следующие вопросы:

- содержательный анализ рекламных инструментов (ролики, плакаты, баннеры);
- стратегия позиционирования (целевая группа);
- уникальное торговое предложение;
- основная и дополнительная потребительская ценность в рекламе;
- образы, используемые в рекламе;
- стратегия медиаразмещения;
- рекламные кампании основных конкурентов;
- анализ рекламной кампании в динамике;
- анализ причин наблюдаемых изменений.

6. Работа с клиентами

Необходимо описать мероприятия, которые компания осуществляет (осуществляла в прошлом) по повышению **лояльности** и **активности** действующих клиентов.

На основе имеющейся информации предложить **собственные варианты** таких программ и способы **оценки их эффективности**.

7. Стратегия развития компании

Предложения, рекомендации для компании и их обоснование:

- сегментация потенциальных потребителей услуги. Выбор целевой аудитории;
- позиционирование продукта;
- ценообразование (тарифы, процентные ставки);
- разработка креативной идеи для продвижения продукта или услуги, подготовка коммуникационного сообщения;
- определение наиболее эффективных каналов коммуникационного воздействия. Стратегии медиаразмещения, подготовка медиаплана для проведения рекламной кампании;
- выбор каналов и механизмов распространения продукта;
- мотивация персонала, работающего в компании с клиентами, и т. п.

Источники данных

- База российских публикаций «Интегрум»;
- сайт самой финансовой компании;
- личное посещение офисов (*mystery-shopping*), беседы с продавцами-консультантами;
- раздаточный материал (буклеты и т. п.);
- телефонные разговоры;
- независимые рейтинги;
- сайты компаний-регуляторов (Центробанк, ММВБ, ФСФР);
- сайты компаний-агрегаторов (Банки.ру, НЛУ.ру, Госкомстат, РБК);
- эмпирические данные (результаты опросов) любой природы.

Вопросы для оценки качества освоения дисциплины

Тема 1. Особенности маркетинга в сфере услуг

- В чём заключается специфика рынка услуг по сравнению с товарными рынками?
- В чём заключаются основные различия между товарами и услугами?

- Что входит в понятие «сфера услуг»? Какие функции в экономике выполняет сфера услуг?
- Назовите отрасли, относящиеся к сфере услуг.
- Поясните различия между понятиями «услуга» и «предоставление услуги».
- В чём состоят основные сложности при определении качества услуги?
- Каково место сферы услуг в концепции постиндустриального общества Д. Белла?
- Каковы особенности привлечения и удержания клиентов в сфере услуг?
- Что такое «кастомизированная услуга» и в каких случаях она может быть предоставлена клиенту? Приведите примеры.

Тема 2. Структура рынка финансовых услуг

- Какие виды финансовых организаций Вы знаете?
- Опишите, какие продукты и услуги предоставляют различные виды финансовых организаций?
- В чём заключаются принципиальные различия между банковскими, страховыми и инвестиционными продуктами?
- В чём состоят основные функции, цели и задачи маркетинга в финансовой компании?
- Опишите основные функции (позиции) сотрудников в департаменте маркетинга финансовой организации.
- Каковы должностные обязанности сотрудников, занимающих различные позиции в департаменте маркетинга?
- В чем состоят основные отличия работы с корпоративными клиентами от работы с частными физическими лицами?
- Какие факторы оказывают в настоящее время наибольшее влияние на развитии сферы финансовых услуг в России?
- Охарактеризуйте основные мировые тенденции развития финансовой сферы.

Тема 3. Проведение маркетинговых исследований на финансовом рынке

- Каким образом происходит формирование информационной базы финансовой компании?
- CRM-система как источник маркетинговой информации о клиентах компании.
- Опишите методы изучения текущего уровня спроса на финансовые услуги.
- Каким образом происходит прогнозирование спроса на ту или иную финансовую услугу?
- Опишите структуру брифа на проведение маркетингового исследования.
- Фокус-группы как инструмент маркетинговых исследований на финансовом рынке: возможности и ограничения.
- Количественные исследования на финансовом рынке: возможности и ограничения.
- Ключевые параметры при проведении маркетинговых исследований потенциальных и действующих потребителей финансовой услуги.
- Методы изучения имиджа банка среди существующих и потенциальных клиентов.

Тема 4. Потребители финансовых услуг. Сегментирование рынка

- Перечислите основные мотивы потребителей финансовых услуг (отдельно для каждого вида услуги).
- Каким образом происходит процесс принятия решения о приобретении финансовых продуктов (услуг)?
- Каким образом происходит процесс принятия решения при выборе потребителями конкретной финансовой компании? Каковы основные критерии выбора?

- Какие факторы оказывают наибольшее влияние на формирование потребностей и предпочтений потенциальных и действующих клиентов компании?
- Каковы основные барьеры на пути приобретения финансовых услуг?
- Какие существуют способы сегментирования рынка по группам потребителей финансовых услуг?
- Каким образом оцениваются перспективы того или иного рыночного сегмента?
- От каких факторов зависит выбор маркетинговой стратегии финансовой компании?

Тема 5. Продуктовая линейка финансовой компании

- Опишите конкурентные преимущества, недостатки, рыночные возможности и угрозы для отдельных финансовых продуктов.
- Каковы прямые и непрямые конкуренты финансовых продуктов?
- Каким образом происходит развитие и обновление продуктового ряда финансовой компании?
- Как организован жизненный цикл финансовых продуктов и услуг?
- Перечислите этапы продвижения нового финансового продукта на рынок. Какова роль маркетинга на каждом этапе?
- В чём специфика ценообразования и тарифной политики на финансовом рынке?
- Приведите примеры оригинального позиционирования финансовых продуктов.
- Что такое «финансовый супермаркет»? В чём преимущества и недостатки такой организации деятельности?

Тема 6. Привлечение новых клиентов

- Опишите ключевые этапы разработки рекламной кампании для финансовой организации.
- В чём состоит специфика PR-поддержки в финансовой организации по сравнению с продвижением других продуктов и услуг?
- Как происходит взаимодействие департамента маркетинга с рекламными агентствами?
- Опишите структуру креативного брифа для продвижения финансовой компании: обязательные и необязательные пункты.
- Каким образом происходит выбор рекламных каналов и носителей? Как оценивается их эффективность?
- Какие существуют методы оценки эффективности рекламных акций? От чего зависит выбор того или иного метода?
- От чего зависит эффективность различных каналов распространения финансовых продуктов?
- В чём состоят особенности интернет-сайта как канала привлечения новых клиентов?
- Каковы требования к организации работы *call*-центра финансовой компании?

Тема 7. Работа с действующими клиентами

- Каким образом организована коммуникация с клиентами в финансовой компании?
- Какова роль CRM-системы во взаимодействии с клиентами финансовой компании?
- Опишите основные этапы жизненного цикла клиента финансовой компании.
- Как осуществляется маркетинговый аудит работы сервисных подразделений финансовой компании?
- Какие существуют методы оценки и измерения качества обслуживания?
- В чём заключаются особенности проведения маркетинговых исследований среди действующих клиентов финансовой компании?
- Как измеряется удовлетворённость клиентов финансовой компании?
- Какие программы лояльности существуют в настоящее время на финансовом рынке?

КОНФЕРЕНЦИИ

Международная конференция «Укоренённость и за её пределами: объясняют ли социологические теории экономическую реальность?»

Москва, 25–28 октября 2012 г.



**НАЗАРБАЕВА Елена
Алексеевна** — магистр
социологических наук,
младший научный
сотрудник Лаборатории
экономико-
социологических
исследований (ЛЭСИ)
НИУ ВШЭ (Москва,
Россия).

Email: enazarbaeva@hse.ru

Журнал «Экономическая социология» продолжает публиковать материалы, посвящённые конференции «Укоренённость и за её пределами: объясняют ли социологические теории экономическую реальность?». В этом номере представлены репортажи с двух пленарных заседаний, состоявшихся 27 и 28 октября 2012 г., — «Рыночные общества и моральный порядок» и «Знания, технологии и рынки».

Французская экономическая социология, или Как формируются экономические ценности в современном мире?

Третье пленарное заседание, проходившее в рамках международной конференции по экономической социологии «Укоренённость и за её пределами: объясняют ли социологические теории экономическую реальность?», состоялось 27 октября 2012 г. и было посвящено вопросам рыночного общества и морали («Market Society and Moral Order»). С докладами выступили известные французские социологи Марион Фуркад и Лоран Тевено. Председательствовал на сессии Арне Каллеберг из Университета Северной Каролины.

Г-жа Фуркад представляла Университет Калифорнии в Бёркли, Институт общественных исследований им. Макса Планка и Парижский институт политических исследований (Science Po). Марион Фуркад известна своими работами о влиянии институционального контекста на практики и концепции экономистов и о формировании экономической стоимости. Тема её доклада была сформулирована так: «Хозяйство как игра морали» («The Economy as Morality Play»).

Доклад г-жи Фуркад был посвящён вопросам формирования морального порядка в целом и тому, как экономические и социальные иерархии соотносятся с иерархиями морали.

В последние годы степень социального неравенства увеличивается как на индивидуальном, так и на межстрановом уровне. Создание еврозоны только усугубило разрыв между богатыми и бедными странами, ввергая по-

следние всё в большие долги. Ссылаясь на книгу Брайана Стинслэнда «The Failed Welfare Revolution» («Провалившаяся революция всеобщего благосостояния»)¹, а также используя термин «различение» (*distinction*) Пьера Бурдьё, г-жа Фуркад продемонстрировала, что люди склонны считать, что материальное благополучие человека зачастую ассоциируется с такими его индивидуальными качествами, как надёжность, честность и успешность. Иными словами, предполагается: если человек богат, то, скорее всего, он заслуживает этого, и он успешен и надёжен. Проверки бедных в США 1950-х гг. на предмет того, насколько они действительно нуждаются в материальной помощи, с точки зрения г-жи Фуркад, также служат примером того, что бедность воспринимается как характеристика, которой сопутствуют нечестность и неблагонадёжность.

Г-жа Фуркад подчеркнула: можно говорить о существовании своего рода механизмов, которые ведут к тому, что социальные и экономические иерархии превращаются в моральные иерархии (*moral hierarchies*). Так, например, в Европе ослабевающая поддержка бедных слоёв населения в некоторых исследованиях рассматривается как следствие негативного отношения к трудовым мигрантам. Существует своеобразная вертикаль, наверху которой находятся страны, рассматривающиеся как достойные кредитов, хороших товаров, достигшие высокого уровня развития, а внизу — страны с худшим положением. Аналогичная система рангов выстраивается и в отношениях между людьми. Здесь г-жа Фуркад со ссылкой на Вивиану Зелизер напомнила слушателям о том, что изменения в характере денежных трансакций между двумя людьми могут служить показателем изменений в остальных аспектах их взаимоотношений. Также имеющееся экономическое и социальное расслоение способствует тому, что более обеспеченные люди (или страны) демонстрируют своё негативное отношение — неуважение, презрение — к наименее обеспеченным. В итоге возникают уже упомянутые ассоциации «бедность — ненадёжность», «обеспеченность — честность» и многие другие. С точки зрения г-жи Фуркад, к таким выводам люди приходят, как правило, бессознательно. Более того, их приводит к этому само устройство экономики и общества. Например, фондовый рынок можно рассматривать как одно из связующих звеньев между экономикой и моральными оценками: экономическая стабильность фирмы ведёт к росту на фондовом рынке её стоимости, которая, в свою очередь, предполагает оценку фирмы как хорошей и надёжной.

В ходе обсуждения доклада Марион Фуркад Дэвид Старк (Колумбийский университет) вернулся к её тезису о том, что рынок является основным механизмом превращения экономических структур в структуры моральные. Г-н Старк предложил не останавливаться на обсуждении сегодняшнего дня и задаться вопросом о том, что же ждёт нас в будущем и каким будет пострыночное общество. Какой механизм придёт на замену рынку, и по-прежнему ли состояние экономики будет проецироваться на социальные структуры? По мнению г-на Старка, Россия — в высшей степени удачное место для обсуждения такого рода вопроса, ведь ещё пару десятков лет назад ситуация здесь кардинально отличалась от нынешней, а это служит очередным доказательством того, что рынки стремительно меняются, и исследователи не могут этого игнорировать.

Место проведения пленарного заседания конференции (Политехнический музей) не осталось без внимания второго докладчика — Лорана Тевено, директора по исследованиям (*research director*) Высшей школы социальных наук (Париж). Прежде чем перейти к основной части выступления, г-н Тевено продемонстрировал отрывок видеозаписи выступления Булата Окуджавы в большом лектории Политехнического музея.

Тексты г-на Тевено, посвящённые анализу того, как устанавливается понимание на рынке и какую роль в этом процессе играют логики обоснования ценности, широко известны как зарубежным, так

¹ Steensland B. 2008. *The Failed Welfare Revolution: America's Struggle over Guaranteed Income Policy*. Princeton, NJ: Princeton University Press.

и российским социологам. В докладе «Сдвигающиеся способы и точки оценивания: межкультурный критический подход» («Shifting Modes and Loci of (E)valuation: A Transcultural Critical Perspective») автор обратился к вопросу о том, как происходят изменения в определении ценности различных товаров и явлений. Обозначив свою задачу как попытку вписать процессы оценивания в действия человека, г-н Тевено привёл два примера того, как индивиды пытаются определить, а затем продемонстрировать окружающим ценность событий или предметов. В первом из примеров он упомянул сотрудницу организации, коллекционирующую фотографии своих клиентов. Для того чтобы оценка ценности фотографий для девушки и её клиентов оказалась одинаковой, необходимо, чтобы у них существовал ряд общих знаний, на основе которых будет выстраиваться понимание. Передать такого рода знания оказывается не всегда возможным. Например, при попытке объяснить кому-либо, как вести себя в лесу, человек не может передать своё умение свободно перемещаться по лесу. В данном случае именно отсутствие общей базы приводит к невозможности передачи знаний и общего понимания.

Важным для улавливания общей схемы выступления докладчика является термин «вовлечённость», именно она обеспечивает возможности для социальной координации. В рамках своей презентации г-н Тевено указал на несколько средств достижения вовлечённости: общие представления о различных товарах; личная привязанность и личный выбор индивида; наконец, создание (или личный вклад) в общее понимание чего-либо.

Затем автор акцентировал внимание на двух процессах, необходимых для установления порядка и связанных с существованием определённых общностей, — коммуникации и композиции. Коммуникация предполагает получение и передачу (как вербально, так и невербально) определённой информации, композиция — её представление конкретным актором. Красочные фотографии, демонстрирующие различное восприятие сходных феноменов в различных контекстах, усилили впечатление аудитории от доклада.

Особое место в теории Лорана Тевено занимают рассуждения о том, как язык влияет на социальные процессы. В ходе взаимодействия люди используют определённую лексику и определённую грамматику. В итоге формируются миры слов, которые и позволяют людям структурировать реальность. И снова именно существование общих знаний (*familiarities*) обеспечивает возможности понимания.

Аудитория не осталась равнодушной к высказанным идеям. Конечно же интерес вызвало соотношение порядков обоснования ценности с предложенной теорией. Лоран Тевено указал на то, что все предложенные теоретические построения имеют практический смысл, но далеко не всегда у исследователя есть возможность ограничиться анализом языка и высказываний, зачастую приходится обращать внимание на специфику изучаемых объектов, контекст разговора и др. Профессор НИУ ВШЭ Ольга Кузина, в свою очередь, выразила сомнение относительно методологии исследования. Так, несмотря на весьма убедительные доводы докладчика, открытым остался вопрос, насколько правомерно говорить о том, что индивиды действительно переключаются между режимами вовлечённости (в том числе используя различные лингвистические конструкции), и не являются ли эти режимы только плодом воображения исследователей. Г-н Тевено с таким подходом категорически не согласился, сославшись на то, что исследователь должен не ограничиваться анализом текстов, а обращать внимание на всю получаемую от респондентов информацию. Например, чтобы оценить, насколько респонденты искренни в своих ответах, стоит обратить внимание на жесты, интонации и т. д. Используя эти методы в том числе, автор и пришёл к описываемым в презентации умозаключениям.

Оба представленных на пленарном заседании доклада были богаты на идеи, каждая из которых заслуживала отдельного внимания. Их обсуждение было продолжено в более непринуждённой атмосфере — на конференционном ужине, проходившем в палатах Волковых–Юсуповых.

Анализ финансовых рынков как способ понимания сути рыночных механизмов

Четвёртое пленарное заседание, прошедшее в рамках конференции «Укоренённость и за её пределами...», получило название «Знания, технологии и рынки» («Knowledge, Technology, and Markets»). На заседании, состоявшемся 29 октября, прозвучали доклад Карин Кнорр из Университета Чикаго и Дэвида Старка из Колумбийского университета. Председателем заседания была Николь Биггарт из Университета Калифорнии в Дэвисе.

Г-жа Кнорр, известная своими исследованиями финансовых рынков, вновь обратилась к этому объекту в своём докладе «Что такое финансовый рынок? Архитектура и социология» («What is a Financial Market? Architecture and Sociology») и предприняла попытку показать, что на сегодняшний день сформировались рынки с принципиально новой структурой: рынки, где ключевая роль переходит от сетей к технологиям, компьютерам, на экране которых отображается вся информация, и именно на её основе акторы принимают решения.

Г-жа Кнорр указала на то, что понятие «механизм», как и понятие «институт», используют равно социологи и экономисты. Однако первых интересуют проблемы непредсказуемости желаний (*contingency of wants*), вторые же обращают внимание на процессы установления цены. В случае с институтами социологи чаще рассматривают вопросы неравенства и укоренённости, экономисты же концентрируются на проблеме «рынки vs иерархии».

В качестве объекта для анализа г-жа Кнорр выбрала финансовые рынки, подчеркнув, что полученные результаты нельзя без целого ряда ограничений распространять на другие рынки. Из всех финансовых рынков наиболее развитым является валютный. При этом в странах-лидерах сокращается число банков, но растёт концентрация в страновом разрезе: так, большая часть оборота валютного рынка приходится на три страны: США, Великобританию и Китай.

Карин Кнорр обратилась к истории развития технологий, которые значительным образом трансформировали работу бирж. В 1886 г. аппарат для передачи текущих котировок акций (*stock ticker*) оказался центральным элементом организации финансовой системы фондовых рынков. На перемещающейся по катушке ленте отмечались стоимость и количество проданных ценных бумаг. Уже на этом этапе система начинает жить своей жизнью. Лента виделась как отдельное живое существо, за которым надо следить, чтобы успешно действовать на рынке. Появление такого механизма стало тем, что г-жа Кнорр назвала первым переходом, в результате которого визуализировались процессы, происходящие на фондовом рынке, появилась возможность следить за ними, а само взаимодействие на рынке стало выстраиваться вокруг мест, где физически располагались эти механизмы.

Второй переход произошёл, когда на рынке начали действовать электронные системы. С этого момента трейдеры оказываются лицом к лицу с монитором, вокруг которого и выстраиваются все их действия. Первая электронная система возникла в 1973 г.² и представляла собой большой экран, отображающий информацию о котировках валют и других показателях их движения. И если до появления электронных технологий рынок оставался сетевым (так как информацию приходилось по-прежнему получать посредством звонков или личного обращения к контрагентам), теперь он становится рынком на экране.

Ещё одна важная характеристика нового рынка — принципиальная невозможность оставаться успешным, опираясь только на собственные рассуждения; перед трейдерами возникает целый ряд новых задач, а перед исследователями — множество вопросов.

² Имеется в виду система «Reuters Monitor», разработанная компанией «Рейтер» для передачи котировок валют в режиме реального времени.

Сегодня можно говорить о третьем переходе — моменте, когда решающая роль принадлежит не просто электронным системам, но и алгоритмам обработки информации. Не менее важно, что на первый план выходит не взаимодействие акторов друг с другом, а работа с неким обобщённым механизмом, аккумулирующим результаты действий всех участников рынка.

Отвечая на вопросы аудитории, г-жа Кнорр подчеркнула, что технологии, предполагающие использование экранов, не являются уникальным свойством фондового рынка. Они применяются, например, в медицине, и, вероятно, в будущем их распространение приведёт к глобальным сдвигам в понимании того, что есть взаимодействие в целом и взаимодействие лицом к лицу в частности. Акош Рона-Тас (Akos Rona-Tas) из Университета Калифорнии в Сан-Диего спросил, не приведёт ли столь активное развитие технологий к исчезновению трейдеров вообще. Однако оценки г-жи Кнорр оказались оптимистичными: феномен трейдерства определённо изменится, но не исчезнет полностью; трейдерам просто придётся освоить новые для них отрасли и технологии.

Второй докладчик — Дэвид Старк, известный российским читателям прежде всего своим анализом структуры организаций, — отметил в самом начале своего выступления, что к его радости экономическая социология в России активно развивается, о чём свидетельствуют и данная конференция, и журнал «Экономическая социология», и участие российских исследователей в научной жизни за рубежом.

Выступление г-на Старка «Периферийное видение: когнитивные сети на финансовых рынках» («Peripheral Vision: Cognitive Networks in Financial Markets») состояло из двух частей: в первой он обратил внимание аудитории на перформативность моделей, выстраиваемых людьми в повседневной жизни, во второй выдвинул предположения относительно того, что восприятие объектов и событий людьми зависит от контекста происходящего.

Свой доклад г-н Старк начал с обращения к идеям Т. Парсонса, считавшего, что экономисты должны заниматься изучением цены, в то время как социологи, не претендуя на сферы их интересов, могут заниматься исследованиями ценностей.

Г-н Старк не согласился с мнением г-жи Кнорр и отметил, что социологи должны заниматься изучением сетей, но сетей специфических, имеющих напряжение (*tension networks*). Это утверждение привело докладчика к более общему вопросу о том, что же должна изучать социология. Дэвид Старк отметил, что ответы «социология изучает общество» и «социология изучает людей» кажутся ему неудачными, и предложил порассуждать о том, что значит быть человеком (*being human*). Но в современном обществе наряду с людьми существуют технологии, которые не просто встраиваются в социальные отношения, а сами являются социальными, следовательно, нельзя обойтись без их изучения. По отношению как к людям, так и к предметам акторы используют два типа высказываний: декларативные (например: «Фотография сделана 15 сентября») и перформативные (например: «Извините меня»). Последние представляют особый интерес для социолога. Сама логика перформативности не является для социологов чем-то новым. Принципиально важна для Д. Старка мысль о том, чтобы приписать свойство перформативности моделям и представлениям в обыденной жизни, а не только научным теориям. Модель в повседневном взаимодействии, с точки зрения докладчика, является перформативной, если следование ей увеличивает её предсказательную силу.

В мире трейдеров существование такого рода моделей также возможно. Более того, именно перформативность моделей в сочетании с рефлексивностью оказывается необходимой для анализа того, как трейдеры преодолевают ошибки моделей. Так, все события, происходящие на рынке, отражаются на едином экране; отдельный игрок, наблюдая за ним, может понять, как поступают окружающие, и соотнести происходящее с известными ему моделями. И в случае расхождения модели и реального пове-

дения возникает диссонанс, а актер вынужден переходить к процессу рефлексивного моделирования. Таким образом, технологии, обеспечивающие возможность возникновения такого рода диссонанса, с одной стороны, играют позитивную роль, позволяя избегать потенциальных ошибок. С другой стороны, они же являются источниками чрезмерной уверенности акторов в собственной правоте и ведут к снижению уровня рефлексивности.

Вторая часть доклада Дэвида Старка была посвящена анализу распознавания с помощью категоризации (*categorical cognition*) и распознаванию в перспективе (*perspective cognition*). Это последнее предполагает, что актер не сравнивает воспринимаемый объект с некоторым эталоном, а оценивает связь этого объекта с окружающими предметами и явлениями. Здесь докладчик вновь упомянул выступление г-жи Кнорр и напомнил слушателям о её идее о том, что актеры получают информацию об окружающей реальности посредством различных механизмов. Обоих докладчиков интересовал вопрос, как происходит оценка тех или иных явлений. Однако Дэвид Старк предложил расставить акценты по-другому и обратить внимание на то, что актеры зачастую оценивают ситуацию в зависимости от контекста и смотрят не на предмет или явление как таковое, а на то, что данный объект окружает. В заключение Старк выдвинул несколько гипотез, которые только предстоит проверить в ходе дальнейших исследований. Так, он предположил, что восприятие объекта будет трансформироваться при изменении контекста (то есть того, что находится как бы на периферии для наблюдателя), а также что если человек видит сходства в окружающих предметы взаимосвязях, то он будет склонен видеть сходства и между самими этими предметами. Также автор пообещал слушателям, что в ближайшем будущем с результатами этого анализа можно будет ознакомиться в его статьях.

Мари-Лаура Джелич (Marie-Laure Djelic) из Высшей школы экономических и коммерческих наук (Сержи, Франция) вместо вопроса к участникам сессии предложила своё видение представленных на конференции докладов. С её точки зрения, их пронизывает идея синхронности, озвученная Брайаном Уци в рамках его пленарного доклада³. Так, г-н Уци делал акцент на индивидуальных действиях, Карин Кнорр обратилась к следствиям индивидуальных действий и, наконец, Дэвид Старк затронул проблему их рефлексивности.

Завершилось пленарное заседание выступлением Вадима Радаева. Он поблагодарил всех участников конференции за интересные доклады и комментарии, а организаторов — за успешную и слаженную работу.

³ См. подробнее: Богатырь Н. Укоренённость и за её пределами: воздействие сетей. *Экономическая социология*. 2012. 13 (5): 168–172. URL: http://ecsoc.hse.ru/data/2012/11/30/1234591727/ecsoc_t13_n5.pdf#page=163

Contents and Abstracts

Editor's Foreword (*Vadim Radaev*)..... 5

Interviews

Interview with Marion Fourcade: «Durkheim and Science Studies for Economic Sociology» (interviewed by *Olessia Kirtchik*, translated by *Tatiana Filippova*)..... 8

New Texts

Olga Gurova

Looking Like a Russian.

Russian Migrants in Finland: Social Characteristics and Clothing Consumption..... 17

Abstract

The article focuses on how Russian migrants living in Finland construct their own «ethnic belonging» through clothing styles or «style repertoires». In the theoretical section the author discusses the approaches to consumption of migrants presented in consumption studies. In the empirical section, based on 19 leitmotiv interviews with Russians living in metropolitan areas of Finland, it is shown that migrants reproduce «style repertoires» according to their social characteristics including class, gender and age. Style repertoires may reflect certain stereotypical views on what it means, «to look like a Russian» or demonstrate either hybrid style patterns or local variations. Thus, in many respects, ethnic affiliation, as expressed in consumption is constructed within the context of other social dimensions.

Keywords: consumption; clothes; migrants; middle class; intersectionality.

New Translations

Michael T. Hannan, John Freeman

The Population Ecology of Organizations (translated by *Gregory Yudin*)..... 42

Abstract

A population ecology perspective on organization-environment relations is proposed as an alternative to the dominant adaptation perspective. The strength of inertial pressures on organizational structure suggests the application of models that depend on competition and selection in populations of organizations. Several such models, as well as issues arising in attempts to apply them to the organization-environment problem, are discussed.

Keywords: population ecology of organizations; niche; organization-environment; selection; adaptation; isomorphism; generalism; specialism.

Beyond the Borders

Bruno Latour

Reassembling the Social. An Introduction to Actor-Network-Theory

(translated by *Irina Polonskaya*)..... 73

Abstract

The book «Reassembling the Social» presents the fundamental thoughts of a leading social theorist on what a society is and what the word «social» actually means. According to the author «the social», understood as a separate domain or a kind of material, no longer contributes to the progress of social sciences. The notion of «the social» must be redefined from «assemblages» of nature. The presented sociology of associations is known as actor-network theory to which this book serves as an essential guide, giving readers the opportunity to become acquainted with the thinking of its most influential proponent.

The journal «Economic Sociology» publishes the Introduction to the book — «How to Resume the Task of Tracing Associations» — which indicates the main differences between «sociology of associations» and «sociology of the social». Additionally, it focuses on key tasks and theoretical sources for the sociology of associations, including, most importantly; the sociology of Gabriel Tarde.

Keywords: social theory; society; associations; actor-network theory; Gabriel Tarde.

Debut Studies

Margarita Pankratova

Job and Life Satisfaction of Russian Mothers and Women without Children 88

Abstract

In this paper the author presents research findings that reveal the determinants of life and job satisfaction for Russian women. After giving birth, women have to pay much more attention to their family and child than to their work, often either quitting their job or switching to part-time work. Women experience significant changes to their everyday life-style, brought about by childbirth, which transform their job and life satisfaction levels. So, giving birth is the most important fact that has to be taken into account when analyzing women's social well being. The author assumes that the factors determining job and life satisfaction are different for women with and without children. The paper describes the main approaches and measuring methods concerning job and life satisfaction. The data set used is generated from surveys carried out from 2000 – 2009 by the Russia Longitudinal Monitoring Survey of HSE, RLMS. Relying on research findings, the author concludes that mothers, compared to Russian women without children, are more satisfied with life and less satisfied with their job but that having children has no significant affect on job satisfaction.

Keywords: satisfaction; life satisfaction; job satisfaction; employment; women with children.

Professional Reviews

Dan Wang

Is There a Canon in Economic Sociology?..... 111

Abstract

This paper is devoted to the findings of a bibliometric analysis of 52 syllabi on economic sociology. It aims at measuring to what extent economic sociologists are consensual and have an agreement upon a set of core

texts. Two indicators of the canonicity of a reference that might appear on a syllabus are developed. The first counts the number of times a reference is observed in the collected syllabi. The second indicator is based on a Kleinberg’s HITS algorithm applied for search ranking. The research findings demonstrate that rather small group of articles, which are largely rooted in a relational-network perspective and a cultural/political approach, form the canon of economic sociology. Additionally, the paper stresses the important role of «broker», references that bridge different territories of economic sociology. The article Bazaar Economy by Clifford Geertz published in AER (1978) is one example of such references.

Keywords: economic sociology; syllabus; bibliometric analysis; scientific knowledge.

New Books

Elizaveta Sivak

A Travel Guide to Academic Worlds 123

Book Review on Russian translation of Altbach et al. (eds). 2012. *Paying the Professoriate: A Global Comparison of Compensation and Contracts*. New York: Routledge (translated by E. Sivak. 2012. M.: HSE Publishing House)

Research Projects

Evgenia Popova

Establishing of Centre for Policy Analysis and Studies of Technology
at National Research Tomsk State University..... 128

Syllabi

Denis Strebkov

Marketing Services in Financial Organizations..... 133

Conferences

Elena Nazarbaeva

International Conference «Embeddedness and Beyond:
Do Sociological Theories Meet Economic Realities?», Moscow, October 25–28, 2012 150

About the Authors

Freeman, John

Leo Helzel Professor of Entrepreneurship, Haas School of Business; Faculty Director, Lester Center for Entrepreneurship and Innovation, California University at Berkeley.

Fourcade, Marion

Associate Professor of Sociology, California University at Berkeley; Director, the Max Planck-Sciences Po Center on Coping with Instability in Market Societies; Professor of Sociology, Sciences Po Paris.

marion.fourcade@sciences-po.org

Gurova, Olga

Candidate in Culturology, Research Fellow, the University of Helsinki (Finland); Research Fellow, the Center for Cultural Studies of Postsocialism, Kazan (Volga Region) Federal University.

olga.gurova@helsinki.fi

Hannan, Michael T.

StrataCom Professor of Management, Professor of Sociology, Graduate School of Business, Stanford University.

hannan@stanford.edu

Latour, Bruno

Professor, Sciences Po Paris.

bruno.latour@sciences-po.fr

Nazarbaeva, Elena

MA in Sociology, Junior Research Fellow, Laboratory for Studies in Economic Sociology, National Research University Higher School of Economics (HSE).

enazarbaeva@hse.ru

Pankratova, Margarita

MA in Sociology, Faculty of Sociology, National Research University Higher School of Economics (HSE).

p-margo@yandex.ua

Popova, Evgenia

Candidate of Science in Politics, Associate Professor, Department of Political Sciences; Director, Centre for Policy Analysis and Studies of Technology (PAST), National Research Tomsk State University.

past-center@gmail.com

Sivak, Elizaveta

MA in Sociology, Junior Research Fellow, International Research Laboratory for Institutional Analysis of Economic Reforms, National Research University Higher School of Economics (HSE).

elizaveta.sivak@gmail.com

Strebkov, Denis

Candidate of Science in Sociology, Associate Professor, Faculty of Sociology; Senior Research Fellow, Laboratory for Studies in Economic Sociology, National Research University Higher School of Economics (HSE).

strebkov@hse.ru

Wang, Dan

PhD Candidate, Department of Sociology, Stanford University

djwang@stanford.edu

Economic Sociology

Vol. 14. No 2. March 2013

Electronic journal

www.ecsoc.msses.ru

www.ecsoc.hse.ru



«Economic Sociology» is a bi-monthly journal released in five issues in annual volume.

No. 1 — January

No. 2 — March

No. 3 — May

No. 4 — September

No. 5 — November

Establishers

- National Research University
Higher School of Economics
- Vadim Radaev



Editors

Editor-in-Chief:	Vadim Radaev (HSE)
Editor:	Tatyana Sokolova (HSE)
Design and Making-up:	Maria Mishina
Proofreader:	Nadezda Andrianova (HSE)
Managing Editor:	Zoya Kotelnikova (HSE)
Editorial Staff:	Elena Berdysheva (HSE), Elena Nazarbaeva (HSE)

Editorial Council

Tatyana Bogomolova	Novosibirsk State University
Alexander Chepurenko	HSE
Vladimir Gimpelson	HSE
Lyudmila Khakhulina	Levada Centre
Nikolay Lapin	Russian Academy of Sciences
Tatyana Maleva	Megapolis Humanitarian Development Institute
Lilia Ovcharova	Independent Institute for Social Policy
Vadim Radaev	HSE
Rozalina Ryvkina	HSE
Theodor Shanin	Moscow School of Social and Economic Sciences
Ovsey Shkaratan	HSE
Yuriy Veselov	Saint Petersburg State University
Vadim Volkov	European University at Saint Petersburg
Tatyana Zaslavskaya	Academician, Russian Academy of Sciences