ISSN 1726-3247

Т. 19. № 1. Январь 2018

www.ecsoc.msses.ru; www.ecsoc.hse.ru

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СОЦИОЛОГИЯ

JOURNAL OF ECONOMIC SOCIOLOGY = EKONOMICHESKAYA SOTSIOLOGIYA

Читайте в номере:

Интервью с **Леонидом Косалсом**. Полиция, которая действует в России, вполне соответствует социально-экономической и политической системе, существующей сейчас в стране

Черныш А. В. Институционализация правил государственной поддержки инновационной деятельности в России 2000-х гг. На примере бизнес-инкубатора в Новосибирской области

Зукин Ш. Обнажённый город. Смерть и жизнь аутентичных городских пространств

Вилло С. В. Институционализированное невежество: невосприимчивость российской нефтяной компании к экологической безопасности

Экономическая социология
Т. 19. № 1.
Январь 2018

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

ISSN 1726-3247

Адрес редакции

101000, Россия,
г. Москва,
ул. Мясницкая,
д. 20, комн. 406
тел.: +7 (495) 628-48-86
email: ecsoc@hse.ru

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

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

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

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

Журнал входит в список ВАК России, индексируется в Российском индексе научного цитирования (РИНЦ), Emerging Sources Citation Index (ESCI) из Web of Science Core Collection и Scopus.

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

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

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

Journal of Economic Sociology
Vol. 19. No 1.
January 2018

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

ISSN 1726-3247

Contacts

20 Myasnitskaya street,
room 406
101000, Moscow,
Russian Federation
phone: +7 (495) 628-48-86
email: ecsoc@hse.ru

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

Journal of Economic Sociology promotes international standards of research in economic sociology, presenting new research carried out by Russian and international scholars, introducing new books and research projects, and attracting young scholars into the field.

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

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

Journal of Economic Sociology is indexed by Emerging Sources Citation Index (ESCI) from Web of Science™ Core Collection and Scopus.

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

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

Экономическая социология
Т. 19. № 1.
Январь 2018

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

ISSN 1726-3247

Журнал выходит пять раз в год

Учредители:

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

Издаётся с 2000 года

НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

Редакция

Главный редактор: Радаев Вадим Валерьевич (НИУ ВШЭ, Россия)
Редактор выпуска: Соколова Татьяна Виленовна (НИУ ВШЭ, Россия)

Вёрстка: Мишина Мария Евгеньевна (Россия)
Корректор: Андрианова Надежда Викторовна (НИУ ВШЭ, Россия)
Ответственный секретарь: Котельникова Зоя Владиславовна (НИУ ВШЭ, Россия)
Сотрудники редакции: Назарбаева Елена Алексеевна (НИУ ВШЭ, Россия)
Конрой Наталья Викторовна (НИУ ВШЭ, Россия)

Международный редакционный совет

Ашвин Сара (Ashwin, Sarah) — Лондонская школа экономики и политических наук (Великобритания)
Гербер Тед (Gerber, Ted) — Висконсинский университет в Мэдисоне (США)
Гусева Аля (Guseva, Alya) — Университет Бостона (США)
Зависка Джейн (Zavisca, Jane) — Университет Аризоны (США)
Линднер Петер (Lindner, Peter) — Университет Франкфурта-на-Майне им. И. В. Гёте (Германия)
Сводер Кристофер (Swader, Christopher) — Лундский университет (Швеция)
Якубович Валерий (Yakubovich, Valery) — Бизнес-школа ESSEC (Франция)

Редакционный совет

Богомолова Татьяна Юрьевна — Институт экономики и организации промышленного производства СО РАН (Россия)
Веселов Юрий Васильевич — Санкт-Петербургский государственный университет (Россия)
Волков Вадим Викторович — Европейский университет в Санкт-Петербурге (Россия)
Гимпельсон Владимир Ефимович — НИУ ВШЭ (Россия)
Лапин Николай Иванович — Институт философии РАН (Россия)
Малева Татьяна Михайловна — Институт социального анализа и прогнозирования РАНХиГС (Россия)
Овчарова Лилия Николаевна — НИУ ВШЭ (Россия)
Радаев Вадим Валерьевич (главный редактор) — НИУ ВШЭ (Россия)
Хахулина Людмила Александровна — Аналитический центр Юрия Левады (Россия)
Чепуренко Александр Юльевич — НИУ ВШЭ (Россия)
Шанин Теодор — Московская Высшая школа социальных и экономических наук (Россия)
Шкаратан Овсей Ирмович — НИУ ВШЭ (Россия)

Journal of Economic Sociology
Vol. 19. No 1.
January 2018

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

ISSN 1726-3247

Journal of Economic Sociology is a bimonthly journal released in five issues in annual volume

Establishers

- National Research University Higher School of Economics
- Vadim Radaev

NATIONAL RESEARCH UNIVERSITY

Editors

Editor-in-Chief: Vadim Radaev (HSE, Russia)
Editor: Tatyana Sokolova (HSE, Russia)

Design and Layout: Maria Mishina (Russia)
Proofreader: Nadezda Andrianova (HSE, Russia)
Managing Editor: Zoya Kotelnikova (HSE, Russia)
Editorial Staff: Elena Nazarbaeva (HSE, Russia)
Natalia Conroy (HSE, Russia)

International Editorial Council

Sarah Ashwin The London School of Economics and Political Science (UK)
Ted Gerber University of Wisconsin-Madison (USA)
Alya Guseva Boston University (USA)
Peter Lindner Goethe University Frankfurt (Germany)
Christopher Swader Lund University (Sweden)
Valery Yakubovich ESSEC Business School (France)
Jane Zavisca The University of Arizona (USA)

Editorial Council

Tatyana Bogomolova Institute of Economics and Industrial Engineering of the Siberian Branch of Russian Academy of Sciences (Russia)
Alexander Chepurenko HSE (Russia)
Vladimir Gimpelson HSE (Russia)
Lyudmila Khakhulina Yuri Levada Analytical Center (Russia)
Nikolay Lapin Institute of Philosophy of Russian Academy of Sciences (Russia)
Tatyana Maleva Institute of Social Analysis and Forecasting, The Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (Russia)
Lilia Ovcharova HSE (Russia)
Vadim Radaev (Editor-in-Chief) HSE (Russia)
Theodor Shanin Moscow School of Social and Economic Sciences (Russia)
Ovsey Shkaratan HSE (Russia)
Yuriy Veselov Saint Petersburg State University (Russia)
Vadim Volkov European University at Saint Petersburg (Russia)

Содержание

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

Тексты на русском языке

Интервью

Интервью с Леонидом Косалсом. Полиция, которая действует в России, вполне соответствует социально-экономической и политической системе, существующей сейчас в стране. 14

Новые тексты

А. В. Черныш
Институционализация правил государственной поддержки инновационной деятельности в России 2000-х гг. На примере бизнес-инкубатора в Новосибирской области 25

Новые переводы

Ш. Зукин
Обнажённый город. Смерть и жизнь аутентичных городских пространств 62

Расширение границ

С. В. Вилло
Институционализированное невежество: невосприимчивость российской нефтяной компании к экологической безопасности 92

А. Н. Муфтахова, Л. Д. Козырева
Жилищная стратификация в странах Евросоюза 116

Дебютные работы

П. В. Демин
Московские центры сексуального благополучия: структура рынка и стратегии легитимации 143

Профессиональные обзоры

Р. И. Романова
Что политического в потреблении? 168

Новые книги

Д. М. Жихаревич
Двадцать пять лет после СССР: перспективы сравнительных исследований капитализма
Рецензия на: Comparative Sociology. 2017. 16 (1): *25 Years after the USSR: The Burden of the Past, the Bitterness of Reality, and Dreaming for the Future*.
Leiden, Netherlands: Brill Publishing, 181 p. 188

М. Е. Маркин
Малоизвестные работы знаменитого исследователя российского общества: экономико-социологические идеи Юрия Левады
Рецензия на книгу: Левада Ю. А. 2016. *Время перемен: Предмет и позиция исследователя*. М.: Новое литературное обозрение. 872 с..... 204

Тексты на английском языке

Conferences

A World of Flows—Labour Mobility, Capital and Knowledge
in an Age of Global Reversal and Regional Revival,
3 rd – 6 th June 2018, Università della Svizzera Italiana, Lugano, Switzerland. 214

Contents

Editor's Foreword (*Vadim Radaev*)..... 9

Texts in Russian

Interviews

Interview with Prof. Leon Kosals. The Police Acting in Russia Today are Consistent with Social, Economic and Political Conditions in the Country 14

New Texts

Anna Chernysh
Institutionalization of the Rules in Russian Innovation Policy in the 2000s. On the Example of a Business Incubator in the Novosibirsk Region 25

New Translations

Sharon Zukin
Naked City. The Death and Life of Authentic Urban Places (excerpts) 62

Beyond Borders

Sofia Villo
Institutionalized Ignorance: Unresponsiveness of a Russian Oil Company to Environmental Safety 92

Almira Muftakhova, Larisa Kozyreva
Housing Stratification in the European Union..... 116

Debut Studies

Pavel Demin
Moscow Centers for Sexual Well-Being: Market Structure and Legitimation Strategies..... 143

Professional Reviews

Regina Romanova
What is Political about Consumption?..... 168

New Books

Dmitrii Zhikharevich
25 Years after the USSR: Prospects of the Comparative Studies of Capitalism
Essay Review: Comparative Sociology. 2017, vol. 16, iss. 1: *25 Years after the USSR: The Burden of the Past, the Bitterness of Reality, and Dreaming for the Future*, Leiden, Netherlands: Brill Publishing. 181 p..... 188

Maxim Markin
Lesser-Known Papers by a Well-Known Researcher of Russian Society:
Yury Levada's Ideas on Economic Sociology
Book Review: Levada Y. A. 2016. *Vremya peremen: Predmet i pozitsiya issledovatelya*
[A Time of Changes: The Subject and Researcher's Attitude],
Moscow: New Literary Observer Publishing House. 872 p..... 204

Texts in English

Conferences

A World of Flows—Labour Mobility, Capital and Knowledge
in an Age of Global Reversal and Regional Revival, 3 rd – 6 th June 2018,
Università della Svizzera Italiana, Lugano, Switzerland..... 214

VR ВСТУПИТЕЛЬНОЕ СЛОВО ГЛАВНОГО РЕДАКТОРА

Уважаемые читатели!

Сообщаем важную новость: с 1 февраля 2018 г. НИУ ВШЭ переходит на новый порядок присуждения собственных учёных степеней НИУ ВШЭ, выходя из системы, регулируемой ВАК РФ. Новая система радикальным образом отличается от традиционной советской системы. Действующие диссертационные советы прекращают свою работу 31 января 2018 г. Это в полной мере относится к защитам по социологическим наукам. Подробнее о новом порядке см.: https://www.hse.ru/science/disscoun/ На этом сайте в ближайшее время будут появляться дополнительные материалы, касающиеся деятельности диссертационного совета по социологии и других диссоветов.

Теперь представим новый номер журнала.

Номер открывается **интервью** с д. э. н. *Л. Я. Косалсом* (ординарный профессор НИУ ВШЭ). Главной темой интервью стали исследования роли полиции в хозяйстве. Данным исследовательским направлением Леонид Косалс заинтересовался в 1990-х гг., когда происходило крушение существующей в советское время системы, трансформировались деятельность милиции и её отношения с обществом, и в условиях слабого государства сотрудники милиции, как и все остальные, столкнулись с необходимостью выживать. Также в интервью шла речь о междисциплинарности исследований полиции, в том числе о точках соприкосновения социологии и криминологии. Интервью записано *Е. С. Бердышевой*.

В рубрике «**Новые тексты**» публикуется статья *А. В. Черныш* (руководитель проектов консалтингового бюро «Aventica») «Институционализация правил государственной поддержки инновационной деятельности в России 2000-х гг. На примере бизнес-инкубатора в Новосибирской области». Проблема рассматривается сквозь призму идей нового институционализма в организационной теории и экономической социологии. Эмпирическую базу исследования составили 26 полуструктурированных интервью. В статье описываются контекст, в котором создавалась новая организационная форма, группы и акторы, вовлечённые в спор о правилах работы бизнес-инкубатора. Показывается, как велась их коммуникация, что было представлено как общее благо, какие смыслы были созданы, как работали статусные ожидания и укоренённость в межличностных сетях.

В рубрике «**Новые переводы**» мы публикуем предисловие к книге *Шэрон Зукин* (профессор социологии Бруклинского колледжа и центра аспирантуры Городского университета в Нью-Йорке) «Обнажённый город» («Naked City», 2009). В предисловии раскрывается общий замысел книги, в которой автор объясняет причины и суть возникшего в начале 1960-х гг. коллективного движения жителей в борьбе с властями и инвесторами за аутентичный городской опыт. Также прослеживается трансформация понятия «аутентичность», которая изначально была свойством человека, потом — свойством вещи и, наконец, в наше время становится свойством жизненного опыта и инструментом власти. Публикуется с разрешения Издательства Института им. Е. Т. Гайдара.

В рубрике «**Расширение границ**» мы публикуем статью *С. В. Вилло* (старший преподаватель департамента менеджмента НИУ ВШЭ, Санкт-Петербург) «Институционализированное невежество: невосприимчивость российской нефтяной компании к экологической безопасности». Статья посвящена опыту работы одной из крупнейших российских нефтяных компаний. Информационную базу исследования составляют задокументированные источники информации, а также 15 глубинных интервью,

проведённых с менеджерами компании, решения которых повлияли на экологическую безопасность проекта, а также с внешними экспертами, сотрудничающими с этой компанией в области экологической безопасности. Показывается, что низкая восприимчивость к экологической безопасности российских компаний связана не с эгоистическим поведением, как это предполагает существующая литература, основанная на кейсах компаний из развитых стран, а с непониманием проблем экологической безопасности.

Ещё одна статья, публикуемая в этой рубрике, — «Жилищная стратификация в странах Евросоюза» *А. Н. Муфтаховой* и д. филос. н. *Л. Д. Козыревой* (кафедра социальных технологий Северо-Западного института управления Российской Академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ). В статье представлены результаты компаративного анализа жилищных систем рыночных стран Западной Европы и стран с транзитивными экономиками Восточной Европы, входящими в Евросоюз. Эмпирической базой послужили данные дескриптивной статистики социально-демографических и межстрановых различий, публикуемые службой «Евростат» (Eurostat) и некоммерческой организацией (НКО) *Housing Europe*. В результате ранжирования данных по критерию зрелости и эффективности жилищных политик различных стран был предложен термин «румынизация», характеризующий наихудший способ организации отношений в жилищной сфере, когда в качестве единственного места проживания выступает жилище, находящееся в частной собственности (несдаваемой и необременённой); отсутствуют или слабо развиты институты ипотеки и жилищного кредитования; а аренда и наём жилья не учитываются статистикой и находятся вне зоны государственного контроля.

В рубрике «**Дебюты**» мы публикуем статью *П. В. Демина* (магистрант департамента политологии Университета им. Луис-Гуидо Карли в Риме) «Московские центры сексуального благополучия: структура рынка и стратегии легитимации». В работе делается обзор московского рынка центров сексуального благополучия, которые конструируют новую нишу рынка психологических услуг, предоставляя консультационные услуги в вопросах сексуального и психологического самочувствия людей. В ходе исследования был проведён качественный контент-анализ веб-сайтов восьми центров сексуального благополучия в Москве. В результате дано детальное описание правил и принципов функционирования участников данного рынка, проведена концептуализация их стратегий легитимации. Представляемая работа может быть полезна для исследователей, заинтересованных в изучении новых формирующихся рынков, где спрос конструируется производителями с помощью определённых стратегий легитимации себя и своего специфического блага. Помимо этого, данная работа полезна всем, кто заинтересован в изучении организации концепции сексуального благополучия на коммерческой основе и связанного с ней спектра экономических и психологических услуг.

В рубрике «**Профессиональные обзоры**» публикуется аналитический обзор «Что политического в потреблении?», подготовленный *Р. И. Романовой* (НИУ ВШЭ). В работе рассматриваются дискуссия вокруг теории политического консюмеризма и более широкая аналитическая рамка политики потребления. Утверждается, что политическое содержание потребления отражает характер отношений между государством и потребителем, а формирование потребителя как идеи не только связано с развитием рыночных отношений, но и зависит от усилий и интересов государства. На основе исторических примеров демонстрируется, что понимание потребителя и его интересов вариативно, а идентичность потребителя соответствует нормам гражданственности, сформированным в той или иной стране.

В рубрике «**Новые книги**» *Д. М. Жихаревич* (Лаборатория «ТАНДЕМ», Санкт-Петербургский государственный университет) предлагает рецензию на тематический номер журнала «Comparative Sociology» (2017. Т. 16. № 1), посвящённый 25-летию распада СССР. В рецензии показано, почему тематика постсоветских трансформаций может быть релевантной для экономсоциологов, фиксируется связь между

доминирующей исследовательской программой экономической социологии — социологией рынков — и дисциплинарной перестройкой в социальных науках, последовавшей за распадом СССР.

М. Е. Маркин (НИУ ВШЭ) рецензирует книгу, содержащую относительно малоизвестные работы *Юрия Левады* (Левада Ю. А. Время перемен: Предмет и позиция исследователя. М.: Новое литературное обозрение, 2016). В книге содержится ряд работ по экономической социологии. В их числе — «Социальные рамки экономического действия» (1980 г.), «Культурный контекст экономического действия» (1984 г.), «*Homo oeconomicus*, или Судьба одного призрака» (1977 г.), «Проблемы экономической антропологии у К. Маркса» (1983 г.). В этих работах можно проследить постепенный переход от структурно-функциональной парадигмы Т. Парсонса к микросоциологии, характерный для новой (американской) экономической социологии.

В заключение обратим внимание на грядущую конференцию «Мир потоков — трудовая мобильность, капитал и знание в эпоху глобальных переворотов и регионального возрождения», которая пройдёт в Лугано (Швейцария) 3–6 июня 2018 г. Эта ежегодная конференция организуется Ассоциацией региональных исследований. Подача заявок на участие — до 23 февраля 2018 г.

VR INTRODUCTORY REMARKS

Dear colleagues,

We have an important piece of information to share, which is relevant for doctoral students in particular. The Higher School of Economics (HSE) is moving to a new system of granting doctoral degrees beginning February 1, 2018. The new system is entirely different from the Soviet system in that the HSE will now award its own degrees rather than degrees being regulated by the Soviet-made Higher Attestation Committee. Acting dissertation councils will thus cease working after January 31, 2018. The change pertains to Sociology among other disciplines. You may find more information regarding the new system here: https://www.hse.ru/science/disscoun/. Please follow the news and formal documents on this website in near future.

Now let us turn to the new issue of the journal.

Prof. Leon Kosals (NRU HSE) was interviewed by Elena Berdysheva. The interview focused on his research regarding the role of the police in the economy. Kosals has been involved in police studies since the 1990s when the existing Soviet system collapsed, transforming police activity and its relationship with society. Under the conditions of a weak state, policemen had to develop their own coping strategies. Prof. Kosals also discusses interactions across different disciplines involved in police studies, including methodological bridges between sociology and criminology.

Anna Chernysh (Project Manager, Aventica consulting company) presents a paper titled "Institutionalization of the Rules in Russian Innovation Policy in the 2000s. On the Example of a Business Incubator in the Novosibirsk Region." The author considers Russian business incubators as a new organizational form that emerged as a result of the institutionalization of new rules. She analyzes this process through the prism of new institutionalism in organizational theory and economic sociology. Data were collected from 26 semi-structured interviews. The paper describes the mai On the Example of a Business Incubator in the Novosibirsk Region n groups and actors involved in disputes about rules regulating the activities of business incubators, the outcomes of communication, and the critical importance of social skills.

We publish a translation of the Introduction to *Sharon Zukin*'s (Professor of Sociology at Brooklyn College and at the CUNY Graduate Center, City University of New York) book, *Naked City. The Death and Life of Authentic Urban Places*. In this Introduction, the author explains the general idea of the book. She discusses the reasons for the emergence and the history of the social movement for authenticity, having combated the government and private investors since the 1960s. Prof. Zukin also traces the transformation of the concept of authenticity from a property of a person, to a property of a thing, to a property of a life experience and power.

In the section "*Beyond the Borders*," we publish *Sofia Villo*'s (Senior Lecturer, Department of Management, HSE, St. Petersburg) paper, "Institutionalized Ignorance: Unresponsiveness of a Russian Oil Company to Environmental Safety," which explores the case of a large Russian oil extracting company. Data were collected from the documented sources of information and 15 in-depth interviews with managers who make decisions on the environmental safety of projects as well as with external experts who cooperate with this company in the field of environmental safety. The results of the study showed that the low responsiveness to environmental safety of Russian companies is not due to their selfish behavior, as the existing literature suggests, but due to the lack of understanding of environmental safety issues. Following R. Whitley's approach, the author explains this kind of illiteracy as a cognitive derivative of the national business system.

Almira Muftakhova and Dr. *Larisa Kozyreva* (both from the Department of Social Technologies of the North-West Institute of Management of the Russian Academy of National Economy and Public Administration under the President of the Russian Federation) present a paper "Housing Stratification in the European Union," with the results of a comparative analysis of the housing systems of market countries in Western Europe and countries with transitional economies in Eastern Europe. Data were collected from the descriptive statistics of socio-demographic and intercountry differences presented by Eurostat and NGO Housing Europe. Based on the ranking of maturity and effectiveness of housing policies in different countries, the term "rumanianization" is suggested. It describes the worst case of organizing relationships in the housing sphere. This case presumes that most dwellings remain in unserved and unencumbered private property, that mortgage and housing loans are absent or underdeveloped, and that any types of rentals are unaccounted for by the statistics and thus stay outside of state control.

Pavel Demin (Department of Political Science, LUISS Guido Carli University, Rome, Italy) presents an overview of the Moscow market of centers for sexual well-being (CSWB), which is a new niche in the market of psychological services, providing counseling services in matters of sexual and psychological well-being. Data were collected from a qualitative content analysis of the websites of eight centers for sexual well-being in Moscow. The author provides a detailed description of the CSWB market, the rules and principles for the functioning of market participants, and a description of their legitimation strategies.

Regina Romanova (NRU HSE) provides an analytical review, "What is Political about Consumption?" The author explores the discussion about political consumerism in modern society and offers a broader approach to the politics of consumption from a historical perspective. She argues that the theory of political consumerism is too linear and narrow a framework for analyzing the variety involved in the politics of consumption . The politics of consumption reflect the dynamics of the relationship between the state and its citizens. The notion of the consumer is shaped not only by the market economy, but also by the directive power and interests of the state. Based on historical evidence from different countries, this paper shows the proliferation of genealogies of consumerist policy and the understandings of the citizenship norms represented by consumers.

Dmitrii Zhikharevich (International Laboratory "Transnationalism and Migration Processes," St. Petersburg State University) presents a review dedicated to the special issue of *Comparative Sociology* "25 Years after the USSR" (2017, vol. 16, issue 1). The paper shows how the topic of post-Soviet transformations still remains relevant for economic sociologists. The author also demonstrates how the dissolution of the USSR and restructuring of social sciences, and economic sociology in particular, are related to the dominance of the sociology of markets as a research program.

Yury Levada's book comprised of his lesser-known papers, *A Time of Changes: The Subject and Researcher's Attitude* (2016), is reviewed by Maxim Markin (NRU HSE). The book contains a series of papers in economic sociology, including "Social Frames of Economic Action" (1980), "Cultural Context of Economic Action" (1984), "Homo Oeconomicus , or The Fate of a Phantom" (1977), and "The Problems of Economic Anthropology of Karl Marx" (1983). These papers demonstrate a gradual transition of ideas from the macrosociology of Marxism and structural functionalism to the micro-level studies of the new economic sociology.

We also draw your attention to the conference "A World of Flows—Labour Mobility, Capital and Knowledge in an Age of Global Reversal and Regional Revival" that will take place June 3–6, 2018 at the Università della Svizzera italiana , Lugano, Switzerland. This annual conference is arranged by the Regional Studies Association. The abstract submission deadline is February 23, 2018.

INTERVIEWS

Интервью с Леонидом Косалсом

Полиция, которая действует в России, вполне соответствует социально-экономической и политической системе, существующей сейчас в стране

Беседовала Елена Бердышева

КОСАЛС Леонид Янович — доктор экономических наук, ординарный профессор факультета социальных наук, старший научный сотрудник Лаборатории экономико-социологических исследований Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики». Адрес: Россия, 101000, г. Москва, ул. Мясницкая, д. 20.

Email: lkosals@hse.ru

Интервью с Леонидом Косалсом, ординарным профессором Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» (НИУ ВШЭ), провела Елена Бердышева, старший научный сотрудник Лаборатории экономико-социологических исследований НИУ ВШЭ, в январе 2018 г. Центральной темой интервью стали исследования роли полиции в хозяйстве, которые являются одной из ключевых сфер интересов проф. Косалса. Данным исследовательским направлением Леонид Косалс заинтересовался в 1990-х гг., когда происходило крушение существовавшей в советское время системы и, соответственно, трансформировались деятельность милиции и её отношения с обществом. В условиях слабого государства сотрудники милиции, как и все остальные, столкнулись с необходимостью выживать.

По оценке проф. Косалса, неформальная экономическая деятельность полиции является важной темой для исследователей из стран бывшего Советского Союза и Восточной Европы, но на мировом ландшафте она занимает, скорее, маргинальное место. Наиболее популярные вопросы для изучения сегодня — взаимодействие правоохранительных органов и национальных меньшинств, проблема полицейского насилия, выстраивание отношений полиции с локальными сообществами, а также влияние цифровых технологий и коммуникации на культуру деятельности полиции.

Также отдельной темой беседы стала необходимость междисциплинарности в исследованиях полиции, в том числе обеспечение взаимодействия социологии и криминологии. Важным достижением такого положения дел, по мнению проф. Косалса, могло бы стать формирование плодотворного партнёрства между социальными исследователями, изучающими право научными методами, и сообществом правоохранителей.

Ключевые слова: исследования полиции; милиция; государство; бизнес; рыночные реформы; неформальная экономическая деятельность.

— Леонид Янович, очень много вопросов мне хотелось бы Вам задать. Но сегодняшняя наша беседа посвящена исследованиям полиции, которые Вы активно проводите. Я знаю, что Вы плотно изучаете функционирование полиции с начала 2000-х гг. [Коленникова et al. 2002; Изюмов, Косалс 2010; Kosals, Pavlenko 2018]. Как вышло, что эта тема стала одной из ключевых среди Ваших профессиональных интересов?

— Произошло это следующим образом. Я ещё работал в старом ВЦИОМе, и тогда все занимались проблемами уровня жизни и тому подобными вещами. Эти темы были очень актуальными. В 1990-х гг. советская система ломалась, и острые экономические проблемы, связанные с перестройкой и становлением новой системы, казались самыми важными — ясно, что без частной собственности или без обеспечения минимального уровня жизни ни общество, ни мы не можем выжить в условиях рыночной экономики вообще. Преступность, конечно, была большая, да, но это казалось естественным следствием слома старой системы и перехода к новой. Думалось, что, когда экономическая ситуация нормализуется, всё прочее в автоматическом режиме само постепенно отрегулируется. Проблема преступности представлялась проблемой второго порядка, да и, в общем, её с работой правоохранительных органов напрямую не связывали. Говорилось о том, что россиянам просто непривычно заниматься бизнесом, они не знают, что это такое, у них возникают конфликты, которые они разрешают, как умеют. А то, что происходило в самих правоохранительных органах, академическое сообщество особенно не интересовало, особенно то, что делалось в милиции. Я в тот период занимался оборонными предприятиями. Мы проводили первое исследование в России о ситуации на оборонных предприятиях, через электронные коммуникации. Интернета тогда ещё не было, но у них была своя внутренняя система электронных коммуникаций. Однако в интервью, проводимых в рамках этого исследования, проблема преступности всё время выходила на передний план. Респонденты рассказывали очень много историй, связанных с бизнесом. Многие из этих историй были совершенно шокирующими; происходившее в деловых отношениях, то, как они тогда менялись, выглядело брутально и опасно. Соответственно, на этом фоне у меня возник интерес к тому, чем милиция-то занимается в настоящее время. Как там воспринимают резкий рост уровня преступности и конфликтности? И, пользуясь служебным положением (*улыбается*), я решил провести интервью с кем-нибудь из сотрудников милиции. Понять, как эти люди для себя интерпретируют происходящие перемены, что они собираются делать, что вообще думают и ожидают от будущего и — соответственно — какой видят свою роль в новой системе. Весьма интересный вопрос, если подумать…

Я договорился провести интервью с начальником Отдела внутренних дел, находящегося недалеко от Белорусского вокзала. Впоследствии я много раз это интервью цитировал, потому что оно действительно произвело на меня большое впечатление. Мне стало совершенно ясно, что сотрудники правоохранительных органов о проблеме преступности если и думают, то во вторую очередь. Они ведут себя, как все остальные — скажем так — социальные акторы, то есть пытаются использовать ситуацию, чтобы заработать, добиться лучшего положения, решить свои проблемы, тем более что государство, по их ощущениям, о них забыло. И это стечение обстоятельств было для них мощным моральным оправданием: раз государство о них больше не заботится, то они сами о себе побеспокоятся. Негласный социальный договор выглядел так: государство о нас не думает, никто нашими проблемами не занимается, поэтому мы будем решать их сами, как умеем. Интересно при этом, что политически они вполне спокойно и рационально относились к происходящим переменам (по крайней мере, по данным первых интервью). Никакого коммунистического ража, никаких ностальгических нот, как и у большинства людей в то время, не было. Никакой идеологической ангажированности. Вполне себе рациональное поведение, в том числе и экономическое. Старая экономическая система сломалась, а новая не обеспечивала правоохранительным органам никакой стандартизованной профессиональной роли. Эту роль они начали создавать сами. В отличие от экономики, где были направленные действия государства по формированию новых экономических субъектов, процесс формирования новой роли правоохранителя в постсоветской России происходил спонтанно. В милиции ещё некоторое время действовали старые законы, которые де-факто не работали, и все это понимали, а новых правил не было. Иначе говоря, налицо ситуация, которую социологи называют аномией. Уже позже был принят закон о милиции, но и он фактически игнорировал экономическую сторону дела, хотя и формулировал основные служебные обязанности. Новые обязанности отличались от советских. В частности, возник дискурс о правах человека, что стало принципиальным моментом, поскольку в советские времена никакие права чело-

века даже на словах приоритетом для милиции не были. Это было серьёзное изменение в законе, но напрямую с экономической ролью правоохранителей оно никак не было связано. Роль милиции в экономике поэтому стала формироваться спонтанным образом, как часть их профессиональной роли. Сотрудникам правоохранительных органов нужно было выживать, как и всем остальным. В этом смысле все вели себя похожим образом — используя ресурсы, которые были в их распоряжении, де-факто их приватизируя. Политика государства тогда в том и состояла: приватизировать всё, что только есть, и использовать это для того, чтобы выживать.

— Леонид Янович, Вы ведь хорошо знаете мировой ландшафт функционирования полиции в разных странах. Насколько уникальными были ситуация с постсоветской милицией и та роль, которая в итоге была российской милицией выработана после перестройки? Было ли постсоветской милиции из чего выбрать? Какой модели она стала соответствовать?

— Всё могло бы пойти иначе, если бы существовал выработанный план реформ, в которых предусматривалось место и правоохранительной системе, и системам здравоохранения, образования, науке и прочему. Но ничего этого не было. И, если смотреть на вещи реалистично, в тогдашних политических и социальных условиях не могло быть. Изменения происходили спонтанно. Имелись лишь общие рамки, фактически взятые из опыта некоторых восточноевропейских и латиноамериканских стран. Так называемый Вашингтонский консенсус был на самом деле вполне себе рационален и необходим. Он стал тем минимумом, который нужно было реализовать. В нём, к слову, были сформулированы и экономические принципы, но никакой спецификации по сферам и по их роли и близко не было. Собственно, прямой опыт таких трансформаций отсутствовал. Сформулировать что-то заранее, абстрактно, было невозможно, тем более что речь шла о таких масштабах, как страны бывшего советского блока. Схожая история происходила во всех странах бывшего СССР, включая те, которые потом вступили в Европейский союз. Хотя, безусловно, многое зависело от предшествующей модели социализма, определялось культурными особенностями, политической ситуацией. Но — по-крупному — на постсоветском пространстве всё выглядело очень похоже. В дальнейшем наши данные (например, по Болгарии) показали, что отличия есть, но они не носят принципиального качественного характера. Это была довольно общая ситуация, связанная с разломом старой системы и поиском своего места в новой системе и конструированием своей роли (я бы это так назвал). Фактически происходило конструирование роли в процессе деятельности, методом проб и ошибок. И это нормальный социальный процесс; в целом поведение всех было рационально и разумно.

— Вы ведь много работаете именно с анализом трансформационных процессов, переходных периодов. Скажите, насколько состояние правоохранительных органов в данном случае может являться социальным барометром? Всё-таки полицейская организация лицом к лицу сталкивается с проблемами социального порядка.

— Ситуация с милицией и полицией — это один из возможных индикаторов, и довольно неплохой. Если посмотреть по показателям экономического реформирования Европейского банка реконструкции и развития, то эти показатели — приватизации и многого другого — довольно быстро были достигнуты многими странами. В этом смысле Россия не так уж сильно отличалась от Польши или Венгрии и от прочих посткоммунистических стран. А вот в области правоохранительных органов преобразованиям требуется гораздо большее время. Это долговременная системная задача с временным горизонтом в 10–15 лет и более. И с этой точки зрения глубина изменений в деятельности полиции отражает ситуацию на настоящий момент, когда уже все экономические и политические реформы проведены. Первое время, в начале 1990-х, казалось, что если приватизация и прочие вопросы будут успешно разрешены, то всё будет дальше хорошо. Однако выяснилось, что это не совсем так, и в экономике может быть непорядок, если пустить на самотёк ситуацию с правоохранительной системой и правоохранительные

органы, которые позволяют всем другим сферам нормально развиваться, не будут должным образом переформатированы.

— С точки зрения ситуации в постсоветской России понятно, почему Ваш основной интерес к полиции оказался сфокусированным на широкой теме неформальной экономической деятельности полиции. А если говорить о мировых исследованиях полиции, насколько именно эта тема сегодня является центральной? Интересует ли неформальная экономическая деятельность полиции исследователей из Западной Европы? Является ли этот исследовательский ракурс для них актуальным?

— В мире, как правило, большая часть работ, которые есть вообще на эту тему, касаются полицейской коррупции. Впрочем, данная тема для исследований полиции довольно маргинальная. В большинстве развитых стран полиция функционирует более-менее неплохо; там проблема полицейской коррупции как системная проблема уже давно разрешена. Для западных и североамериканских исследователей она, скорее, осталась в прошлом. Так, лет 100 назад в США можно было купить пост шерифа, но это уже достаточно далёкое прошлое. Для большинства развитых стран полицейская коррупция становится актуальным вопросом только в том случае, когда возникает какой-то публичный скандал большего или меньшего масштаба. Тогда к проблеме привлекается внимание, происходят преобразования. Данная закономерность даже описана в литературе начала 1970-х гг.: существует цикл «скандал — реформа». В обычной же ситуации этот сюжет далеко не центральный, что в общем-то является показателем качества работы правоохранительной системы в развитых странах.

— Если говорить о Западной Европе, Северной Америке, Канаде, какие исследовательские вопросы, связанные с полицией, являются там актуальными?

— Острые проблемы в Северной Америке — это в первую очередь расовые проблемы. Исследователей беспокоит, что специальное внимание правоохранительных органов нередко приковано к определённым расовым группам, прежде всего к темнокожему населению. Статистика фиксирует, что молодые чёрные мужчины оказываются обычным подозреваемым — *usual suspect*. Одна из тем курса, посвящённого полиции, который я преподаю в Университете Торонто, это как раз специальное внимание к группам определённой расы — *racial profiling*. В том числе рассматриваются остановки, обыски полиции в отношении видимых национальных меньшинств. Второй по актуальности исследовательский вопрос — это, конечно, проблема полицейского насилия. Когда полицейские кого-то убивают, это вызывает вопросы. Если это оправданно, то разговора нет (в основном, конечно, это происходит оправданно). Но когда вдруг возникает случай неоправданного применения силы, происходит скандал. В Соединённых Штатах есть движение «Black Lives Matter»[1], которое как раз привлекает внимание к этой проблеме, и это, вне сомнения, для Северной Америки очень острый вопрос.

Третий исследовательский вопрос, стоящий на повестке (хотя вопросы эти трудно упорядочить по значимости), — отношения полиции с сообществами, в том числе с сообществами, где есть разный этнический, расовый или религиозный компонент. Это тоже чрезвычайно острый вопрос, причём для полиции и Европы, и Северной Америки. В своё время я был на праздновании 50-летия Центра криминологии в Торонто, где перед сотрудниками выступал шеф полиции Торонто как приглашённый спикер. И меня поразило, что три четверти своего времени он посвятил не собственно полицейской работе, не тому, как полицейские преступность предотвращают и прочему, а отношениям с разными сообществами — как их строят, на каких принципах, что считают своими достижениями, какие остаются проблемы и т. д. Как основную стратегическую проблему для полиции он обозначил именно

[1] Интернациональное движение активистов, выступающих против насилия в отношении темнокожего населения. — *Примеч. ред*.

выстраивание отношений с разными локальными сообществами, чтобы соответствовать принципу, являющемуся лозунгом полиции Торонто: «To Serve and Protect» («Служить и защищать»). Сама идея *community policing* — часть вот этой самой стратегии выстраивания отношений с сообществом. И ещё одной, отчасти инструментальной, но чрезвычайно важной компонентой исследований является проблема полицейской культуры. Считается, что традиционная полицейская («силовая») культура, для которой характерно отношение «мы — полицейские, они — всё остальное общество», «мы — борцы с преступностью, делающие опасную работу, а общество нас недостаточно ценит», отделяет полицию от граждан и общества, препятствует формированию партнёрских отношений, эффективной полицейской деятельности и тому подобное. Ищутся способы перестраивать традиционную полицейскую культуру в соответствии с принципами XXI века, с его этническим разнообразием, миграцией, глобализацией. Особое значение имеет и то, что нынешний век — это век социальных сетей и YouTube, когда любой гражданин может снять любой инцидент, а тысячи и миллионы людей смогут его увидеть. И это новая ситуация, в том числе для полицейской культуры, которая должна к этому подстроиться. Соответственно, это тоже весьма активно изучается сейчас, является одним из направлений в исследованиях деятельности полиции.

— Леонид Янович, в связи с этим у меня возникло два вопроса. Во-первых, скажите, пожалуйста, правильно ли я понимаю, что, когда в 2009–2011 гг. в России проводилась реформа полиции, много говорилось о том, что нужно выстроить механизм получения обратной связи от населения? Ведётся ли разговор о community policing и в российских реалиях?

— В этом, бесспорно, был элемент заимствования опыта у полиции других стран. Но, мне кажется, и собственная российская динамика тоже к этому подводит. Когда беседуешь с полицейскими, то видно, что чем ближе они к работе «на земле», тем больше сами отлично понимают: без взаимодействия с населением вообще невозможно никакую эффективную полицейскую работу построить. Так что сказать, что это совершенно заимствованная вещь, не имеющая никаких корней и основы в работе российской полиции, конечно, нельзя. Можно вспоминать советские времена, тот же самый фильм 1960-х гг. «Деревенский детектив»… По данным интервью, необходимость быть оценёнными населением не вызывает большого внутреннего сопротивления у полицейских чинов. Другое дело — организационные формы, в которых это может реализовываться. Здесь есть системные ограничения, которые начинают действовать. Как только потребность получать обратную связь от населения была вербализована на законодательном уровне, стало понятно, что это вопрос не только законодательства. Для развития этого механизма в российской системе есть определённые предпосылки, однако пока что в более или менее развитом виде система это дело отторгает.

— Второй мой вопрос связан с полицейской культурой. Правильно я понимаю, что североамериканская полиция оказывается сегодня перед лицом серьёзного вызова, связанного с тем, что вектор социального развития требует от полицейских пересмотра профессиональных границ и идентичности. Всё же механизм «мы — они» — весьма типичный способ поддержания внутренней интеграции профессиональных групп. В этих границах обычно живёт этика, реализуется нормативная регуляция.

— Согласен, что замыкание типично для всех профессиональных сообществ, но здесь есть два момента. Во-первых, полиция всё-таки имеет монополию на насилие, носит оружие, и в этом смысле её действия потенциально могут причинить гораздо больший вред, чем действия других профессиональных сообществ. Разрыв между полицейскими и обществом является поэтому более опасным. Если есть какое-то недопонимание, отсутствие контакта или враждебность между полицейскими и определёнными социальными группами, ситуация обещает больше трудностей, чем те же проблемы, применённые к академическому сообществу, например. И, во-вторых, не совсем верно, что существует угроза для профессиональной роли полицейских. Скорее, требуется трансформация этой профессиональной

роли. И это то, что происходит всё время и со всеми сообществами, включая академическое. Просто в полиции, может быть, данный процесс протекает более болезненно, потому что сама по себе полицейская деятельность связана с большим риском, в том числе и для жизни. Ошибки здесь тоже могут стоить больше самому этому сообществу, чем членам других сообществ. Реакция на новые требования общества по отношению к полицейским потому и более болезненная. Есть канадские работы, которые показывают, что полицейские начинают опасаться применения силы, склонны к тому, чтобы просто игнорировать соответствующие обращения населения, боятся быть заснятыми на камеру и обвинёнными в нарушениях. Так что полиция действительно находится в сложном положении в наше время. В том числе и российская. Если резонансные дела возникают, то с российскими полицейскими, как мы знаем, начальство обходится очень круто. И хотя у нас нет научных работ, которые показывали бы, в какой мере новая ситуация открытости влияет на повседневную профессиональную деятельность полицейских, думаю, влияние точно есть.

— Правильно я понимаю, исходя из перечисленных Вами ключевых исследовательских проблем, что для академического сообщества, изучающего полиции мира сегодня, идея о том, что уровень преступности и происходящее внутри полиции — это разные вещи, становится аксиомой?

— Связи тут действительно достаточно сложны. Например, в развитых странах в последние 10–15 лет сложилась ситуация, когда уровень преступности падает, и на этом фоне возникает вопрос о том, зачем тратить столько денег на полицию. В развитых странах работа в полиции — это высокооплачиваемая и престижная работа, а бюджетные расходы на неё очень велики. Это нужно учитывать. В бюджете Торонто (а полиция Торонто как раз сейчас проходит процесс реформирования) это самая большая статья расходов — 1 млрд дол. в год более чем на 5000 сотрудников (их численность, кстати, сократилась за последний год на 2%). Соответственно, как только уровень преступности начал падать, общество стало задавать вопросы: «Почему мы должны платить столько денег, когда очевидным образом объём деятельности у полиции снижается?». Да, бюджеты полицейских ведомств сокращаются, и полиция вынуждена перестраивать свою работу. Влияет и то, что с развитием мобильных технологий преступность уходит в онлайн-формат. Существует мнение, что преступность вовсе не сокращается, а меняет свой облик. Насилие действительно сокращается, но возникают другие виды преступности, которые полицейские пока ещё не научились хорошо регистрировать, на которые они не умеют эффективно реагировать. Если вы поговорите с полицейским даже где-нибудь в российском провинциальном городе, он вам расскажет, что сейчас наблюдается резкий всплеск мошенничества (например, против пожилых людей с использованием мобильного телефона). Однако эти преступления плохо регистрируются и против них пока нет никакой стратегии борьбы, хотя давно уже созданы соответствующие полицейские подразделения, которые работают со всякими интернет-преступлениями. Де-факто на этот вызов полиция пока не имеет хорошего, серьёзного ответа.

— Вы сейчас работаете в Центре криминологии и социально-правовых исследований Университета Торонто. Если говорить о дисциплинарных границах тех исследований, которые проводятся, расскажите, пожалуйста, где возникает мост между криминологией и социологией?

— Это очень интересный сюжет, на мой взгляд, и он во многом объясняет в том числе и немалую часть инноваций в полиции и правоохранительной системе, которые возникли в развитых странах в последние десятилетия. Вся история состоит в том, что в послевоенное время началось то, что можно назвать империализм социальных и экономических наук в сферу наук о праве. Возникли исследовательские сообщества «Low and Society», «Law and Economics» и др., где разные методы социальных наук применялись для изучения закона и права, ну, и преступности в том числе. Экономисты изучали и изучают своими методами эту область: как закон и право влияют на экономику; как экономика влияет на право. И это очень большие исследовательские усилия. Причём проводится огромное количество именно эм-

пирических исследований, которые ведут социологи, психологи, представители политической науки, антропологии и субдисциплин типа социологии права. В результате запускается большое количество субдисциплинарных исследований в этой области, в том числе и в криминологии, которая сегодня является междисциплинарной наукой. Здесь применяется весь набор методов социальных наук: интервью, анкетные обследования, экспериментальные методы и методы наблюдения, исследования и обычных людей, и заключённых, полицейских, судей и др. Следовательно, вся правоохранительная система изучается социальными исследователями такими же методами, как, скажем, экономика. Интересно, что результатом этого (прежде всего в Северной Америке, в меньшей степени — в Европе, но и там тоже) стало формирование некоего партнёрства между социальными исследователями, изучающими право своими методами, и полицейским сообществом, сообществом правоохранителей. Большинство инноваций в сфере полиции за последние три-четыре десятилетия предлагались как раз научным сообществом как результат исследований. Например, та же самая практика *community policing*, началась после одного из семинаров в Harvard Kennedy School, посвящённого этой самой тематике. И не только это. Пресловутая теория «разбитых окон» и прочее — всё то, что воплощалось в практику, было, по сути, результатами исследований, которые дальше реализовывались после решений, принимаемых руководителями полиции. Не то чтобы к каждому участковому приставлен свой научник, конечно, но происходит взаимодействие с академическим сообществом через и с санкции руководителей (*chiefs of police)*. При этом предлагаемые по итогам исследований инновации не просто реализуются, но ещё и отслеживаются, оцениваются в том числе с помощью экспериментальных исследований. Например, патрулирование горячих точек (*hots pot policing)* — это практика, возникшая после эксперимента (кажется, в 1974 г.), который делали совместно учёные в кооперации с полицейскими. И она эффективно работает, даёт результат. Вот такие прикладные исследования… Но они явились результатом весьма длительных академических усилий.

— Леонид Янович, а обратное влияние есть? Получаемая в прикладных исследованиях полиции эмпирика осмысляется в академическом ключе?

— Несомненно! Именно она позволяет ставить новые исследовательские проблемы. Например, пока ещё у нас нет данных, подтверждающих, что модель *community policing* ведёт к сокращению преступности. И это позволяет сформулировать задачу о том, на что эта модель реально влияет. Может ли, в принципе, стимулировать механизм саморегуляции общин, сообществ и в итоге привести к сокращению преступности? Да, сотрудничество между учёными и полицейскими организациями, конечно, очень плодотворно для науки, позволяет проводить эмпирические исследования гораздо более прицельно.

— Это может быть хорошим уроком для исследователей, которые работают с другими профессиональными группами.

— Какой здесь можно извлечь результат для России? Можно сделать вывод, что первым шагом на Западе стал именно слом дисциплинарных границ, произошла кооперация исследователей разных дисциплин. Нам же до сих пор достаточно сложно устанавливать партнёрские исследовательские отношения с представителями права. Трудно сделать первый шаг; это проблема, которая останавливает наше движение к большому практическому результату. Мировой опыт показывает, какая логика здесь работает. Это не значит, конечно, что мы должны её повторять, тем более уже есть много собственных наработок и результатов, которые можно использовать. Нам необязательно начинать с чистого листа, хотя многие эмпирические результаты, которые были получены в мире, напрямую к российским реалиям неприложимы.

— Леонид Янович, в завершение нашей беседы расскажите, пожалуйста, что в настоящее время

происходит с исследованием неформальной экономической деятельности полиции в трансформирующихся странах — с проектом, который реализуется под Вашим руководством в рамках Программы фундаментальных исследований НИУ ВШЭ? Много стран попадали в эмпирический фокус этого проекта — и Россия, и Болгария, и Казахстан, и Латвия. Продолжается ли он, планируете ли Вы развитие проекта в 2018 г.?

— Да, этот проект продолжается в соответствии с внутренней логикой движения от чисто академического интереса к попыткам выработать практические предложения и рекомендации. Если говорить об общих выводах, то они состоят в том, что вот эта самая неформальная экономическая деятельность (которая имеет некую коррупционную составляющую, но в общем это лишь один из её аспектов, далеко не самый главный) социально укоренена, имеет разные формы и особенности в различных обществах, в различных странах. При этом совершенно очевидно, что решение проблемы неформальной деятельности полицейских не сводимо к сугубо карательным мерам, которые применяются к «обычной» преступности. Рассматривать эту проблему в терминах преступления и наказания не продуктивно. Здесь существует, условно говоря, «неформальный социальный договор» полиции с властью, бизнесом и населением. Сложился баланс сил, который невозможно изменить карательными мерами и усилиями одной только правоохранительной системы. Требуются достаточно глубокие долговременные реформы, к которым должны быть готовы и деловые круги, и власть, и население, и, естественно, само полицейское сообщество. Очевидно, что часть этих реформ сводится к организационной перестройке, к децентрализации полиции и тому подобным мерам. Не менее востребованы и меры, которые позволили бы постепенно эту, так сказать, социальную укоренённость сломать и перестроить культуру. При условии реализации организационных реформ и прочих мер стоит начать производить изменения как раз там, где есть контакт полиции с населением, нужно развивать соответствующие партнёрские отношения, вырабатывать новую культуру взаимодействия. Для этого нужна достаточно развитая система местного самоуправления, а если в целом её нет, то эти механизмы не будут работать.

— В чём будет основная задача проекта в 2018 г.?

— Проект сосредоточится как раз на попытках выработать предложения по поводу развития форм социального партнёрства. Реформирование правоохранительной системы, я думаю, рано или поздно начнётся в России. Нам вряд ли удастся этого избежать. Соответственно, проект призван предложить формы взаимодействия, которые можно было бы начать развивать.

— Со стороны МВД есть подобный запрос? Там видят необходимость этого социального партнёрства, по Вашей оценке?

— Формально да, потому что это даже в законе прописано. Что касается развития реальных механизмов, то нет. Причина, которая называется, — это отсутствие денег. С деньгами, конечно, не очень сейчас обстоит дело. Время уже упущено в каком-то смысле. Был период, когда денег было много, но тогда занимались другим. Так что нельзя сказать, что российские полицейские ощущают партнёрство с населением как насущную потребность. Продуктивное взаимодействие сторон может возникнуть тогда, когда на полицейских будет оказано некоторое демократическое давление. И тогда правовые рамки, которые в общем-то уже сформированы, будут наполняться реальным содержанием. Сейчас, конечно, они таковым не наполнены, хотя формально всё хорошо.

— Хотя в развитых странах дела с функционированием полиции обстоят весьма успешно, кейс всё ещё трансформирующейся российской полиции может оказаться полезным и для мировых исследований правоохранительной системы, не так ли?

— Да, вне сомнения. В сравнительном разрезе он, конечно, полезен. В общем, каждая страна имеет

свою динамику, я спокойно к этому отношусь. В этом смысле у России есть своя траектория, как у любой другой страны. И та полиция, которая действует в России, вполне соответствует социально-экономической и политической системе, существующей сейчас в стране.

— *Спасибо большое, Леонид Янович, за столь содержательное интервью.*

12 января 2018 г., Москва

Литература

Изюмов А. И., Косалс Л. Я. 2010. Исследования полицейской коррупции в развитых, развивающихся и трансформирующихся странах как часть проблемы изучения неформальной экономической деятельности полиции. *Экономическая социология*. 11 (2): 115–125. URL: https://ecsoc.hse.ru/2010-11-2.html

Коленникова О. et al. 2002. *Экономическая активность работников правоохранительных органов постсоветской России: виды, масштабы и влияние на общество (на примере милиции*). М.: ИСЭПН РАН.

Kosals L. Y., Pavlenko S. 2018. Criminal Justice. In: Studin I. (ed.) *Russia: Strategy, Policy, Administration*. Basingstoke, UK: Palgrave Macmillan; Ch. 29.

INTERVIEWS

Interview with Prof. Leon Kosals

The Police Acting in Russia Today are Consistent with Social, Economic and Political Conditions in the Country

Interviewed by Elena Berdysheva

KOSALS, Leon — Doctor of Sciences in Economics, Tenured Professor, Senior Research Fellow, Laboratory for Studies in Economic Sociology, National Research University Higher School of Economics. Address: 20 Myasnitskaya str., 101000, Moscow, Russian Federation.

Email: lkosals@hse.ru

Abstract

Leon Kosals, tenured professor at the National Research University Higher School of Economics (NRU HSE), was interviewed by Elena Berdysheva (NRU HSE). The interview focused on his research regarding the role of the police in the economy. Kosals has been involved in police studies since the 1990s when the existing Soviet system collapsed, transforming police activity and its relationship with society. Under the conditions of a weak state, policemen had to develop their own new coping strategies.

According to Prof. Kosals, the police's informal economic activities are attributed to the core research areas for scholars from the CIS countries and Eastern Europe. The most critical issues include relationships between the police and ethnic minorities, police violence, the role of police in local communities, and the digitalization of police activity.

Prof. Kosals also discusses interactions across different disciplines involved in police studies, including methodological bridges between sociology and criminology. He highlights the necessity of a fruitful partnership between social researchers and representatives of the security agencies as an important goal for multidisciplinary studies.

Keywords: police studies; militia; state; business; market reforms; informal economic activity.

References

Izyumov A., Kosals L. Y. (2010) Issledovaniya politseyskoy korruptsii v razvitykh, razvivayushchihsya i transformiruyushchihsya stranakh kak chast' problemy izucheniya neformal'noy ekonomicheskoy deyatel'nosti politsii [Issues of Police's Informal Economic Activity: Studies of Police Corruption in Developed, Developing Countries and Countries in Transition]. *Journal of Economic Sociology = Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 11, no 2, pp. 115–125. Available at: https://ecsoc.hse.ru/2010-11-2.html (accessed 20 Januray 2017).

Kolennikova O., Kosals L., Ryvkina R., Simagin Y. (2002) *Ekonomicheskaya aktivnost' rabotnikov pravookhranitel'nykh organov postsovetskoy Rossii: vidy, masshtaby i vliyanie na obshchestvo (na primere militsii)* [Economic Activities in Post-Soviet Russian Defence Industry: Types, Scales, and Social Impact (An Example of Militia)], Moscow: ISEPNRAN.

Kosals L. Y., Pavlenko S. (2018) Criminal Justice. *Russia: Strategy, Policy, Administration*. Basingstoke, UK: Palgrave Macmillan. Ch. 29.

Received: January 16, 2018
Citation: Interv'yu s Leonidom Kosalsom. Politsiya, kotoraya deystvuet v Rossii, vpolne sootvetstvuet sotsial'no-ekonomicheskoy i politicheskoy sisteme, sushchestvuyushhey seychas v strane [Interview with Prof. Leon Kosals. The Police Acting in Russia Today are Consistent with Social, Economic and Political Conditions in the Country] (2018) *Journal of Economic Sociology = Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 19, no 1, pp. 14–24. doi: 10.17323/1726-3247-2018-1-14-24 (in Russian).

НОВЫЕ ТЕКСТЫ

А. В. Черныш

Институционализация правил государственной поддержки инновационной деятельности в России 2000-х гг.[1]

На примере бизнес-инкубатора в Новосибирской области

ЧЕРНЫШ Анна Всеволодовна — магистр социологических наук, исследователь, руководитель проектов консалтингового бюро «Aventica». Адрес: 115035, Россия, г. Москва, Садовническая наб., д. 69.

Email: annchernysh@gmail.com

Статья рассматривает на примере процесса институционализации организационной формы «бизнес-инкубатор», как возникали и закреплялись правила государственной поддержки инновационной деятельности в России 2000-х гг. Проблема анализируется сквозь призму идей нового институционализма в организационной теории и экономической социологии. Разбирается создание одного государственного технопарка в Новосибирской области, в составе которого работает бизнес-инкубатор. Эмпирическая база исследования — 26 послуструктурированных интервью со стейкхолдерами создания технопарка и бизнес-инкубатора. Анализ фокусируется на роли и ресурсах институционального предпринимателя в процессе институционализации новой организационной формы. В тексте описывается, в каком контексте создавалась новая организационная форма, какие группы и акторы были вовлечены в спор о правилах работы бизнес-инкубатора, как между ними велась коммуникация, что было представлено как общее благо, какие смыслы были созданы и на основе какой ключевой информации, а также как работали статусные ожидания и укоренённость в межличностных сетях.

История развития бизнес-инкубатора демонстрирует следующие особенности институционализации правил государственной поддержки инноваций: институциональное строительство имеет больше шансов на успех там, где не только уже существуют близкие по смыслу неформальные правила и профильные практики, но и ведётся переговорный процесс между основными стейкхолдерами в поисках подходящих мотиваций для работы на благо общих целей. Это переводит профессиональную задачу в политическую плоскость. Спрос на инновации со стороны федеральных властей обеспечивает социополитическую легитимацию, необходимую для результативного ведения переговоров.

Ключевые слова: новая организационная форма; бизнес-инкубатор; инновации; институциональное предпринимательство; социальные навыки; производство смыслов.

[1] Автор благодарен Научно-образовательному центру «Социально-политические исследования технологий» Национального исследовательского Томского государственного университета за возможность стажировки, которая внесла вклад в подготовку данной статьи.

Введение

Для многих стран поддержка инноваций является важной частью национальной политики, так как в постиндустриальном обществе инновации, основанные на научных открытиях и новых технологиях, активно создают новые отрасли и рынки сбыта, а связанный с ними бизнес[2] остаётся одним из наиболее прибыльных видов экономической деятельности. Производство научно-технического знания — сходный процесс, однако существует широкий спектр различий в том, как именно на национальном уровне открытия и изобретения превращаются в инновацию, то есть в товар с высокой экономической добавленной стоимостью. Это зависит от той институциональной среды, которая складывается для работы технологических компаний благодаря как исторически сложившимся предпосылкам и естественно народившимся практикам, так и целенаправленным попыткам сформировать новые правила социального взаимодействия[3].

В начале 2000-х гг., впервые в истории современной России, на политическом уровне созрело решение о необходимости формирования целостной политики поддержки инноваций. Центральной темой «курса на инновации» стало содействие в переходе от научной и исследовательской деятельности к ведению бизнеса на основе этой работы, то есть актуализировался вопрос поддержки коммерциализации инноваций и технологического предпринимательства. Это содействие могло носить разный характер — финансовых субсидий и налоговых льгот, изменения образовательных стандартов и имиджа предпринимательской деятельности, а также организации передачи знаний и навыков.

В целом государственная поддержка коммерциализации инноваций была стимулирована извне, по принципу «сверху — вниз». Чтобы поддержка начала работать, потребовалось сформировать новые правила взаимодействия, которыми могли бы руководствоваться разные группы, вовлекаемые в процессы, — вузы, НИИ, государственные корпорации, региональные и городские администрации. Эти правила складывались на двух уровнях: на формальном — через целенаправленные, но достаточно хаотичные действия государства по разработке законодательной рамки в сфере стимулирования коммерциализации инноваций, и на неформальном — через стихийное возникновение рабочих практик внутри профессиональных сообществ и органов государственной власти, причастных к созданию инноваций и вовлечённых в их поддержку[4]. Дополнительную неопределённость вносило то, что ключевым понятием новой повестки оказалось чрезвычайно общее понятие «инновация», которое можно было трактовать по-разному.

Следовательно, российский случай создания государственной поддержки инноваций можно рассматривать как пример институционального строительства. Каким образом оно происходило? Как возникали и закреплялись правила государственной поддержки коммерциализации инноваций и технологического предпринимательства? Чтобы ответить на эти вопросы, мы сфокусируемся на анализе институционализации — процесса, обеспечивающего создание института. Мы будем рассматривать институционализацию на микроуровне через взаимодействие отдельных акторов, вовлечённых в процесс государственной поддержки инноваций, и проанализируем, как в ходе их взаимодействия возникают воспроизводящиеся правила работы этой сферы. Завершением институционализации чаще всего является создание формальной организации [Jepperson 1991], поэтому мы реконструируем процесс институционализации правил не в общем, а через анализ конкретного случая — возникновения орга-

[2] Далее — технологический бизнес или технологическое предпринимательство; компании, ведущие деятельность в рамках такого бизнеса, — технологические компании.

[3] Далее мы будем обозначать такие попытки термином «институциональное строительство».

[4] Также о результатах политики стимулирования и о процессе институционализации правил поддержки инновационной деятельности см., например: [Bychkova, Chernysh, Popova 2015; Bychkova 2016].

низационной формы «бизнес-инкубатор»[5], получившей массовое распространение после начала нового этапа инновационной политики. Внутри этой темы нас будут интересовать три вопроса:

— откуда появились новые практики работы?

— как новые практики закрепились и превратились в правила работы такой организации, как бизнес-инкубатор?

— как сама организационная форма получила легитимность в глазах потенциальных пользователей и партнёров?

Цель данной статьи — проанализировать процесс институционализации организационной формы «бизнес-инкубатор», изучить участников этого процесса и используемые ими ресурсы на примере государственного бизнес-инкубатора, созданного в Новосибирской области. Специфическим объектом исследования являются российские государственные бизнес-инкубаторы, работающие в сфере поддержки коммерциализации инноваций и технологического предпринимательства, а особым фокусом — процесс институционализации организационной формы «бизнес-инкубатор».

Данная статья имеет следующую структуру. В первой части обсуждаются теоретические подходы, с помощью которых можно анализировать институциональное строительство. Основное внимание уделяется тем из них, которые дают возможность ответить на вопрос, откуда возникают институты, и позволяют рассматривать институционализацию на микроуровне. Во второй части описываются методология исследования и способы сбора данных. В третьей и четвертой частях рассматриваются основные особенности новой инновационной политики, возникшей в России в начале 2000-х гг., а также роль бизнес-инкубаторов в процессе поддержки инновационной деятельности. Затем на примере организационной формы «бизнес-инкубатор» анализируется, как складывались правила поддержки коммерциализации инноваций и технологического предпринимательства в России.

Процесс институционализации сквозь призму конструктивистского подхода

Большинство работ, посвящённых развитию инноваций в России, анализируют последствия институционального строительства (см., например: [Иванов, Кузык, Симачёв 2012; Гершман 2013; Гохберг, Китова, Рудь 2014]). В данной работе сделана попытка рассмотреть не столько то, как возникающий институциональный контекст влияет на развитие инноваций, сколько то, как и — что особенно важно — почему он формируется в существующем виде. Такой подход фокусируется на процессе, а не на результате и, на наш взгляд, даёт больше возможностей понять причины успеха или провала институциональных реформ. Для его реализации необходимо обратиться к теоретическому вопросу возникновения институтов.

Ключевые особенности институционализации как процесса

Институтами называют разделяемые всеми и рутинно воспроизводимые правила, которые понижают неопределённость среды и обеспечивают предсказуемость внешнего мира и социальных взаимодействий [Норт 1997]. Интегрируя различные подходы, осмысляющие суть и механизмы работы институтов, мы будем считать, что институты имеют три составляющие — регулятивную, нормативную и

[5] Бизнес-инкубатор — это организация, ставящая своей целью поддержку бизнеса, находящегося на ранних стадиях развития. Такие организации возникают как для поддержки малого бизнеса вообще, так и для стимулирования технологического предпринимательства.

культурно-когнитивную. Нормативная и культурно-когнитивная основы обеспечивают возможность функционирования института, а с помощью регулятивной происходит контроль над отношениями между людьми [Scott 2008].

Говоря о возникновении и закреплении новых правил, необходимо отметить, что институциональная структура не подавляет агентов полностью, а является «средой и результатом социальных практик: вместо того, чтобы быть в оппозиции, структура и агенты включают и взаимно конструируют друг друга» [Garud, Hardy, Maguire 2007: 961]. Ключевыми в понимании процесса институционализации для нас являются два аргумента:

— создание институтов может быть результатом целенаправленных (стратегических) действий, однако их исход и успешность нельзя предсказать заранее;

— институционализация — это продукт политических усилий. Иначе говоря, результат институционализации будет зависеть от интересов сторон, включённых в спор о правилах, и от их возможностей мобилизовать окружающих и навязать им своё мнение.

Акторов, предпринимающих попытки институционального строительства, называют «институциональные предприниматели». Именно они запускают процесс институционализации и создают новые организационные формы. Институциональные предприниматели начинают действовать, если у них есть достаточные ресурсы, и они видят в них возможность реализации важных им интересов, или если текущие правила не отвечают их интересам, а сами они находятся в менее выгодной позиции по сравнению с другими участниками социального взаимодействия, что побуждает их начать борьбу за новые ресурсы [DiMaggio 1988; Норт 1997]. Важно отметить, что в современном мире многие институциональные договорённости (*institutional understandings*) трактуются настолько широко и общо, что дают свободные ресурсы для институционального предпринимательства [DiMaggio 1988].

При анализе эмпирических данных нашей первой задачей станет поиск того, откуда возникла возможность для институционального предпринимательства и кто занял роль институционального предпринимателя в сфере поддержки инноваций.

Кризис легитимности как барьер на пути институционализации

Институциональные предприниматели «создают совершенно новую систему значений, которая связывает функционирование разрозненных наборов институтов вместе» [DiMaggio 1988: 14]. Как и всякая предпринимательская деятельность, институциональное предпринимательство в какой-то степени является отклонением от нормы и рискованным начинанием, так как возникает новая, до этого не существующая и непривычная для окружающих, конфигурация идей и смыслов. Из-за этого новые правила сталкиваются с кризисом легитимности среди акторов и групп, которые узнают о них [Garud, Hardy, Maguire 2007].

Если говорить о новых организационных формах, кризис легитимности преломляется следующим образом: новым организационным формам нужно приспособиться к существующим институтам и создать вокруг себя атмосферу доверия. Чтобы сделать это, они проходят период легитимации, который состоит из двух составляющих — когнитивной и социополитической. Через когнитивную легитимацию новые организационные формы становятся понятны и приобретают статус чего-то само собой разумеющегося — окружающие могут с лёгкостью скопировать эту форму. Через социополитическую легитимацию новые формы становятся приемлемыми с точки зрения норм и законов той среды, в которой существуют [Олдрич 2005].

Отсутствие когнитивной легитимации на первых этапах существования новой организации тесно связано с принципом «уязвимости нового» [Stinchcombe 1965]. Любая новая организация сталкивается с большими трудностями, чем старая, так как вокруг неё не сложилась организационная рутина и каждое действие акторов требует изобретения новых ролей и правил. В существующей организации роли и правила не проблематизируются, а передаются через наблюдение, ежедневное общение опытных членов и новичков. В результате эти последние учатся не только конкретным профессиональным навыкам, но и критериям принятия решений, способам сглаживания напряжения и конфликтных ситуаций, границам ответственности внутри ролей и лояльности к организации в целом. Новым организациям, наоборот, приходится иметь дело с навыками, сформированными вне этой организации, и прикладывать дополнительные усилия, чтобы подтолкнуть людей принять новые роли и правила, когда нужные ролевые модели и опыт взаимодействия отсутствуют. Дополнительно ситуацию осложняет то, что ещё не сформировано доверие как среди незнакомцев внутри новых организаций, так и между новой организацией и потенциальными партнёрами, которые используют её услуги. Главного ресурса давно существующих организаций — стабильных связей с заказчиками и партнёрами — у новых организаций просто не существует. Всё это приводит к тому, что деятельность организации оказывается малопонятной, а также практически не воспроизводимой как внутри организации, так вне её.

Мы можем предположить, что отмеченные выше особенности будут справедливы и в отношении новой организационной формы «бизнес-инкубатор», что затруднит её укоренение в российских реалиях. Нашей второй задачей станет выделение тех препятствий, которые будут затруднять принятие и понимание новой организации.

Социальные навыки как драйвер институционализации

Для того чтобы преодолеть кризис легитимности, институциональный предприниматель должен привлечь на свою сторону как можно больше социальных групп, организовать коалицию и сформировать коллективное действие. Он может достигнуть этого, если действует стратегически, то есть хорошо знает существующую систему формальных и неформальных правил и через неё может показать изменения таким образом, чтобы побудить другие группы к сотрудничеству [DiMaggio 1988; Флигстин 2001; Garud, Hardy, Maguire 2007; Fligstein, McAdam 2011; 2012]. Институциональные структуры в этом процессе играют роль «ткани, которая будет использоваться для разворачивания предпринимательской деятельности» [Garud, Hardy, Maguire 2007: 961–962], поэтому институционального предпринимателя можно назвать укоренённым в них.

В этой перспективе процесс институционализации становится похожим на торг, где институциональный предприниматель старается найти и предложить внешним группам определённый выигрыш от принятия новых правил. Чтобы этот процесс был успешным, институциональный предприниматель должен обладать социальными навыками — когнитивной способностью к «считыванию» интересов и идентичностей различных групп, формированию мотиваций и направлений действий, а также к мобилизации и координации отдельных акторов и групп на службе у вновь созданных смыслов. Социальные навыки помогут сгладить уязвимость новой организационной формы, создав новые идентичности для всех групп, связанных с ней. По силе своих возможностей навыки будут превосходить власть, построенную на материальных ресурсах, и чистый легитимирующий эффект власти из-за того, что ориентированы на интересы других и позволяют генерировать близкие смыслы и идентичности. Люди по своей природе нуждаются в этом, они стремятся к объединению и нахождению смыслов. Если войти в резонанс с их представлениями и дать им то, что они ищут, они будут настроены на сотрудничество гораздо охотнее, чем если действовать лишь благодаря имеющимся властным или материальным ресурсам [Fligstein, McAdam 2011; 2012].

Институциональный предприниматель может использовать следующие приёмы и инструменты, чтобы реализовать социальные навыки на практике:

— *настрой на взаимодействие с любыми группами*, которые могут быть заинтересованы или не заинтересованы в новых правилах. Чтобы найти союзников, действия институционального предпринимателя должны выходить за рамки интересов своей группы, поэтому он должен быть готовым к коммуникации и изучению чужих интересов [Fligstein, McAdam 2011; 2012];

— *нахождение общего блага* поможет в мобилизации групп, так как продемонстрирует нейтральность институционального предпринимателя и его заинтересованность в действиях не ради собственного интереса, а ради интереса других групп. У этих последних появляется стимул к сотрудничеству, так как благодаря закреплению новых правил будут реализованы и их интересы тоже [Fligstein, McAdam 2011; 2012];

— *работа с языком описания* через наименование общественных явлений, типизацию действий и определение ролей. Таким образом, этот язык будет формировать почву для производства смыслов (*sense making*) в новых, незнакомых ситуациях и для когнитивной легитимации. Некоторые аспекты созданного языка описания в процессе институционализации могут трансформироваться в показатели эффективности, по которым будет оцениваться деятельность различных акторов и организаций. Из локальных они станут публичными, а затем эволюционируют в модели, к которым стремятся другие, и которые признаются в качестве ориентиров для достижения [Powell, Colyvas 2008];

— *лидерство в процессе производства смыслов.* Ретроспективный потоковый процесс, который базируется на идентичности актора, зависит от его социализации и инициирует смыслообладающую среду, в которой актор начинает существовать, и есть производство смыслов. Несмотря на то что производство смыслов нематериально, оно создаёт почву для действий и влечёт вполне реальные последствия [Вейк 20015]. Институциональный предприниматель должен захватить власть над процессом производства смыслов, чтобы направить процесс осмысления новых правил и побудить группы к выгодным ему действиям.

  Важное значение в производстве смыслов играет та ключевая информация, на которой сфокусирован актор, так как она, несмотря на свою неполноту, характеризует целые явления и объекты. «Контроль за тем, какая ключевая информация послужит точкой референции, — важный источник власти. Установить точку референции — например, направить внимание людей на краситель ткани, а не на плотность её переплетений, чтобы вывести её ценность — это важное действие» [Вейк 2015: 87]. Таким образом, извлечение и донесение ключевой для производства смыслов информации будет важной задачей институционального предпринимателя. При этом необходимо отметить, что эта информация необязательно должна быть точной, скорее, правдоподобной, то есть связанной с более общими и знакомыми идеями [Вейк2015];

— *работа со статусными ожиданиями* (status expectation), чтобы получить дополнительную легитимацию собственных действий. Эти статусные ожидания будут основаны на более широких культурных представлениях о том, кто, по каким поводам и в каких обстоятельствах может предлагать решения и определять ситуацию. Кроме этого, они будут определяться социальными стереотипами, такими как гендер, раса, возраст, образование и занятость [Powell, Colyvas 2008];

— *эксплуатация укоренённости,* то есть использование уже имеющихся межличностных отношений и сетей для получения большего доверия среди групп, заинтересованных в обсуждении правил. «Слова знакомого, которому мы доверяем, о том, что он имел дело с таким-то индивидом и тот действительно не подвёл, гораздо надёжнее простого утверждения о том, что на такого-то, говорят, можно положиться. Ещё лучше, если информация основана на собственном опыте взаимодействия с этим человеком в прошлом» [Грановеттер 2002: 52]. Соответственно, задачей институционального предпринимателя станет поиск внутри своих сетей тех, кто имеет с ним разделённый опыт и одновременно является представителем группы, с которой нужно выстроить сотрудничество.

Нашей третьей и ключевой задачей станет демонстрация роли институционального предпринимателя в процессе институционализации организационной формы «бизнес-инкубатор». Анализируя его деятельность, мы будем рассматривать, какие группы и акторы были вовлечены в спор о правилах работы бизнес-инкубатора, как между ними велась коммуникация, что было представлено как общее благо, как и для чего использовался язык, какие смыслы были созданы и на основе какой ключевой информации, а также как работали статусные ожидания и укоренённость в межличностных сетях.

Методология исследования

Проблема создания и закрепления правил поддержки инноваций изучалась на двух уровнях — на федеральном, чтобы ответить на вопросы, в каком контексте формировались правила и как появилась возможность для институционального предпринимательства, и на региональном, чтобы понять, как и почему в ходе реального социального взаимодействия закрепились именно те правила работы бизнес-инкубатора, которые существуют.

Формирование правил государственной поддержки инноваций на макроуровне анализировалось через следующие материалы:

— федеральные стратегические программы («Основные направления политики РФ в области развития инновационной системы на период до 2010 года», «Стратегия развития науки и инноваций до 2015 года», «Стратегия инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года»);

— законодательные акты, регламентирующие инновационную деятельность и выделение ресурсов под неё на федеральном, региональном или городском уровне (217-ФЗ, 335-ФЗ, Постановление № 218, Руководство № 2473п-П7, Распоряжение Правительства РФ № 328-р);

— данные официальных сайтов представителей власти, отвечающих за развитие инноваций (например, Минкомсвязи России);

— экспертные отчёты, анализирующие состояние развития инновационного сектора в России («Россия: курс на инновации», вып. I, II, III; «Национальный доклад об инновациях в России»);

— данные профильных и деловых СМИ («Ведомости», «Коммерсант», «Forbes»; порталы Unova, STRF, Slon.ru и др.).

Формирование правил государственной поддержки инноваций на региональном уровне анализировалось через стратегию кейс-стади — детальное и многоаспектное изучение одного эмпирического

случая [Штейнберг и др. 2009] государственного бизнес-инкубатора, возникшего в Новосибирской области. Выше мы отмечали, что фокусируемся на процесс возникновения и закрепления правил и анализируем его на микроуровне, поэтому считаем особенно важным разобрать историю возникновения инкубатора как можно более подробно. Формат научной статьи не позволяет с нужной степенью детализации описать несколько случаев, поэтому выбранный подход несёт ряд ограничений. Главное из них — отсутствие возможности на отдельном примере показать распространённость и характерность выводов. Отчасти мы попытаемся устранить это ограничение, проанализировав, насколько изученный кейс является типичным для России.

В рамках изучаемого кейса эмпирические данные были собраны следующими методами: интервьюирование по примерному тематическому гайду; включённое наблюдение; анализ СМИ и документов, в том числе внутреннего положения, регламентирующего деятельность бизнес-инкубатора. Включённое наблюдение длилось один месяц (март 2012 г.) в рамках работы по сбору биографических интервью с технологическими предпринимателями для проекта Европейского университета в Санкт-Петербурге «Влияние моделей индивидуального поведения (механизмов самореализации, стратегий достижения успеха) на эффективность деятельности инновационных высокотехнологичных компаний на примере четырёх стран: России, Финляндии, Южной Кореи, Тайвани»[6].

Данные, полученные в ходе включённого наблюдения, дополнялись 26 полуструктурированными интервью, которые проводились со следующими группами информантов (выборочные данные см. в таблице в приложении):

— сотрудники технопарка и бизнес-инкубатора (одно интервью);

— представители властных структур (одно интервью);

— эксперты, вовлечённые в региональную поддержку и развитие инноваций (шесть интервью);

— представители местного технологического бизнеса, в том числе аффилированные с технопарком, бизнес-инкубатором и ассоциациями технологического бизнеса (18 интервью).

В ходе сбора данных информанты чаще всего подбирались по методике «снежного кома». Акцент на представителях бизнес-сообщества можно объяснить тем, что в большинстве случаев технологические предприниматели и их компании выступали сразу в нескольких ролях, например: резидента технопарка, соинвестора технопарка, члена наблюдательного совета технопарка, члена экспертного совета инкубатора, ментора компаний–резидентов бизнес-инкубатора. Кроме того, они имели возможность более свободно делиться фактами и историями создания бизнес-инкубатора. Чтобы сбалансировать данные, они были дополнены материалами СМИ и официальными документами, которые являлись отражением точки зрения властей или администрации инкубатора. Также в анализ было включено интервью с представителем международной технологической компании, которая активно участвует в развитии инноваций через образовательные программы (это интервью было проведено в Москве в 2012 г.).

Интервью были проанализированы с помощью метода категоризации взаимодействий [Здравомыслова, Тёмкина 2007]. Этот метод использовался в силу того, что информанты чаще всего рассказывали о своём опыте участия в работе технопарка или бизнес-инкубатора, описывая взаимодействие с различ-

[6] Проект был реализован при поддержке Фонда инфраструктурных и образовательных программ ОАО «Роснано». Автор статьи участвовала в проекте как исследователь, изучающий два региональных кейса.

ными группами и организациями. При этом они наделяли такие взаимодействия определённым смыслом. Обобщая различные точки зрения и интерпретируя смыслы, мы попытались реконструировать картину институционализации новой организационной формы.

Временные рамки исследования: 2005–2012 гг., когда шло формирование организационной структуры рассматриваемого бизнес-инкубатора, а также наблюдалась наиболее активная фаза государственной поддержки инноваций и технологического бизнеса. Основные полевые данные были собраны в 2012 г.

Формирование правил государственной поддержки инноваций на федеральном уровне

Особенности государственной поддержки инновационной деятельности в России 2000-х гг.

До начала 2000-х гг. для российских политиков инновации не входили в число приоритетных направлений развития страны. В понимании политической элиты экономический рост и устойчивое развитие не были связаны с развитием науки и технологий, и по сравнению с советским периодом эта сфера в целом была сильно маргинализирована на протяжении всех 1990-х гг. В 2001 г. президент в докладе заявил о необходимости создания «целостной, национальной инновационной системы» [Путин 2001]. С этого момента инновации постепенно стали объектом всё большей и большей заботы со стороны государственных управленцев разного уровня, которые начали стимулировать создание новых правил взаимодействия в этой сфере.

В российском случае государство оказалось игроком, наиболее заинтересованным в поддержке инноваций. Коммерческие компании и государственные корпорации оставались и остаются до сих пор менее мотивированными, хотя в мировой практике именно они генерируют основной спрос на исследования, разработки и инновации, чтобы оставаться конкурентоспособными. «В среднем по странам ОЭСР (Организация экономического содружества и развития. — *А. Ч.*) доля корпораций в общенациональных затратах на НИР составляет 65–70%. Между тем в России в 2010 г. <…> финансирование исследований и разработок корпоративным сектором находилось на отметке чуть выше 20% от общего объёма капиталовложений в научные исследования и разработки; при этом крупнейшие российские компании в среднем тратили на НИОКР 0,2% своей годовой выручки (зарубежные — 2–3%, а у технологических лидеров этот показатель достигал 3,5%)» [Россия: курс на инновации 2013: 34].

В первую очередь поддержка и стимулирование инноваций со стороны государства шли через создание формальных правил взаимодействия и активное финансирование сфер, связанных с инновациями, то есть высшего образования, науки, предпринимательской деятельности. В результате с начала 2000-х гг. законодательный ландшафт значительно изменился в пользу инновационной деятельности, она стала возможна в российском правовом поле согласно практикам, сходным с мировыми. Появились как «большие» программные документы, касающиеся регулирования и поддержки инноваций (см.: [Основные направления… 2005; Стратегия развития… 2006; Стратегия инновационного развития… 2011])[7], так и отраслевые и узкоспециализированные стратегии развития инновационного сектора. Изменения затронули четвёртую часть Гражданского кодекса (о правах интеллектуальной собственности), Налоговый кодекс, появилась возможность создавать малые инновационные предприятия при

[7] В 2005 г. правительство приняло руководство «Основные направления политики РФ в области развития инновационной системы на период до 2010 года»; в 2006 г. — «Стратегию развития науки и инноваций до 2015 года»; в 2011 г. — «Стратегию инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года» («Стратегия инновационного развития–2020»).

вузах [О внесении изменений… 2009], инвестировать в технологический бизнес [Об инвестиционном товариществе… 2011], развивать кооперацию в сфере инноваций между вузами и промышленными предприятиями [О мерах государственной поддержки… 2010]. Были созданы специальные ведомства и организации, курирующие и развивающие инновации[8]. Благодаря масштабным реформам вузы перестали считаться только образовательными учреждениями, а стали местом, где генерируются инновации. Их подтолкнули к созданию инфраструктуры, способствующей предпринимательской деятельности и трансферту технологий, в них появились бизнес-инкубаторы и технопарки, стала поощряться кооперация с промышленностью и создание собственных технологических компаний. Помимо этого, на основе «Стратегии инновационного развития–2020» стартовали перемены в высшем образовании, направленные на развитие компетенций инновационного человека — предпринимательских навыков, навыков практической деятельности, управления проектами. В целом возросло внимание к ценности человеческого капитала как основы инновационной экономики. Появилась грантовая поддержка молодых исследователей, открылись новые образовательные программы, в том числе по финансированию обучения граждан РФ за рубежом (госпрограмма «Глобальное образование»[9]).

Создание новых правил взаимодействия, направленных на поддержку инновационной деятельности, сопровождалось широкомасштабным государственным финансированием. По подсчётам независимых источников, траты на инновации в 2007–2010 гг. составили 233,59 млрд руб. (с учётом снижения субсидий во время кризиса) [Стерлигов 2010][10]. При этом государство как поддерживает развитие среды для зарождения инноваций, так и непосредственно финансирует науку и сектор исследований и разработок. Для оценки финансового вклада государства в создание благоприятной среды можно привести следующие примеры: в 2010–2015 гг. для создания в регионах инфраструктуры для инновационного предпринимательства было выделено 8,4 млрд руб. [Национальный доклад об инновациях в России 2015: 35]. По данным 2013 г., на софинансирование частно-государственной программы переподготовки инженерных кадров ежегодно планируется выделять 6–11 млн дол. [Россия: курс на инновации 2013]. По данным 2015 г., субсидии для 26 инновационных территориальных кластеров составляют 1,25 млрд руб. [Национальный доклад об инновациях в России 2015: 35]. В целом на реализацию «Стратегии развития науки и инноваций в Российской Федерации на период до 2015 года» планировалось потратить 2,9 трлн руб. [Стратегия развития науки и инноваций… 2006], «Стратегии инновационного развития–2020» — 15,7 трлн руб. [РИА Новости 2011]. Активную поддержку фундаментальных и прикладных исследований подтверждают следующие факты: объем бюджетного финансирования фундаментальной науки и прикладных разработок только за 2006–2008 гг. вырос в 1,6 раза и продолжал расти в последующие годы [Россия: курс на инновации: 2013]. По данным Правительства (2013 г.), объём ежегодной государственной поддержки гражданских исследований и разработок составляет более 370 млрд руб. [О ходе развития… 2014].

Таким образом, в российском случае государственная поддержка инноваций опиралась в первую очередь на регулятивную основу институтов. Создание формальных правил и финансирование должны были стимулировать интерес к производству инноваций, а также давали возможности для контроля этой сферы. Поддержка инноваций достаточно быстро получила социополитическую легитимацию, однако практическое использование вновь созданных правил было затруднено. Во многом это было

[8] Комиссия при Президенте Российской Федерации по модернизации и технологическому развитию; Российская венчурная компания (РВК); «Роснано»; Федеральное агентство по науке и инновациям; Фонд «Сколково», Агентство стратегических инициатив (АСИ), Банк развития и внешнеэкономической деятельности (Внешэкономбанк) и др.

[9] См. официальный сайт программы. URL: http://educationglobal.ru/.

[10] И. Стерлигов не учитывает научно-образовательные программы, а также специальные программы, поддерживающие сильные ещё с советских времён отрасли (авиастроение, ядерные программы и проч.). При этом автор статьи включает в анализ финансирование деятельности таких ключевых институтов, как РВК, «Роснано», Фонд содействия развитию малых форм предпринимательства в научно-технической сфере.

связано с нехваткой экспертизы в данной области и отсутствием когнитивной легитимации на всех уровнях создания и использования новых правил. Мало кто из потенциальных создателей, участников и пользователей системы государственной поддержки инноваций на начальных этапах понимал, что именно имеется в виду под такими понятиями, как «инновация», «инновационная экономика», «технологическое предпринимательство», какова роль технологического предпринимательства в экономическом развитии стран, что такое стартапы, и почему для них нужны специальные условия работы. При этом эксперты, которые могли объяснить это, включались в дискуссию об инновациях и практическую деятельность с запозданием. Так характеризует ситуацию один из экспертов:

> *В принципе, к тому времени — 2006-й — уже были определённые ростки людей, которые хотели этим заниматься. Хотя термин «технологическое предпринимательство» тогда ещё не был таким широко принятым в повседневном обиходе. Не всегда людям было понятно, о чём идёт речь* (директор академических программ международной технологической компании, интервью 1).

До 2010 г. термин «инновация» не был до конца определён в российском законодательстве, что было отмечено на уровне федеральных министров. «В 2010 г. на науку, инновационные проекты и федеральные целевые программы выделяется 1,1 трлн руб., заявил премьер, признав, что длинных денег недостаточно. Но в законодательстве пока не прописано, что такое инновации», — посетовали после заседания комиссии министр экономразвития Эльвира Набиуллина и министр образования Андрей Фурсенко» [1 трлн руб. в неизвестность 2010]. Отчасти это можно объяснить тем, что термин «инновация» всегда охватывал широкий круг явлений и оставался недостаточно точным [Oslo Manual… 2005: 46–49; Godin 2008]. Таким образом, объект, вокруг которого встраивались новые правила, долгое время был достаточно размыт и мог интерпретироваться предельно свободно[11].

Отсутствие когнитивной легитимации на начальных этапах новой инновационной политики и постепенное накопление смыслов и экспертизы нашли отражение и в стратегических документах, посвящённых инновациям. На первых этапах новой инновационной политики они трактовали понятия «инновация», «инновационная деятельность» предельно общо. Например, руководство «Основные направления политики России в области развития инновационной системы на период до 2010 года», принятое в 2005 г., определяет инновационную деятельность так: «Выполнение работ и (или) оказание услуг, направленных на: создание и организацию производства принципиально новой или с новыми потребительскими свойствами продукции (товаров, работ, услуг); создание и применение новых или модернизацию существующих способов (технологий) её производства, распространения и использования; применение структурных, финансово-экономических, кадровых, информационных и иных инноваций (нововведений) при выпуске и сбыте продукции (товаров, работ, услуг), обеспечивающих экономию затрат или создающих условия для такой экономии» [Основные направления политики… 2005]. «Стратегия развития науки и инноваций в Российской Федерации на период до 2015 года», принятая в 2006 г., уже более сфокусирована на науке и технологиях. Её цель — создание сбалансированного сектора исследований и разработок, а также формирование эффективной инновационной системы. При этом в рекомендуемом сценарии общие задачи выделяются все ещё размыто: «1. Создание конкурентоспособного сектора исследований и разработок и условий для его расширенного воспроизводства. 2. Создание эффективной национальной инновационной системы. 3. Развитие институтов использования и правовой охраны результатов исследований и разработок. 4. Модернизация экономики на основе технологических инноваций» [Стратегия развития… 2006]. Описанные меры, способствующие реализации задач, дают лишь примерные направления движения или носят

[11] Подробнее об интерпретации термина «инновация» участниками инновационной деятельности см., например: [Моисеев 2010].

контролирующе-координирующий характер. Поиск специализированных инструментов в рамках задач, предложенных стратегией, спускается на уровень профильных министерств, а затем и на уровень территориальных субъектов и отдельных организаций (например, Российской академии наук или университетов). Возникает острая потребность в квалифицированных кадрах и экспертах, разбирающихся в данной области и способных предложить конкретные решения.

В дальнейшем, по мере накопления экспертизы и знаний, ситуация меняется как на уровне стратегических документов, так и на уровне практической работы. Стратегические документы становятся более проработанными. В них объясняется, на каких принципах должна строиться инновационная политика (что важно для дальнейшей трансляции в регионы), какие шаги необходимо сделать, чтобы произошёл переход на инновационные рельсы. Описывается место инновационной политики в общей социально-экономической политике, она делится на локальные сегменты: инфраструктура инноваций; кластерная политика; наука; внедрение инноваций в госкорпорациях и проч.

«Стратегия инновационного развития–2020», принятая в 2011 г., — это новый, значительно более глубокий и системный взгляд на проблему государственной поддержки инноваций. Стратегия включает ряд направлений: формирование у населения компетенций «инновационного человека»; повышение инновационной активности бизнеса; создание эффективной науки; развитие инфраструктуры инноваций и новейших государственных сервисов (электронные госуслуги); место России в глобальной инновационной системе. Целью «Стратегии» является создание воронки инноваций, то есть построение цикла — от непосредственного производства инноваций в фундаментальной науке к разработкам и созданию малых инновационных компаний, а затем к выходу этих малых компаний на фондовый рынок или их поглощению крупными корпорациями. Таким образом, документ фокусируется как на создании специальной среды (причём в самом широком понимании, включая формирование благоприятного бизнес-климата), так и на развитии человеческого капитала, а также на прямой поддержке инновационных компаний. По сравнению с 2006 г. в документе гораздо больше внимания уделяется детализации принципов и инструментов, с помощью которых будут реализованы те или иные задачи.

Внимание государства к инновационной деятельности и её поддержке, а также разрыв между социополитической и когнитивной легитимацией создали возможности для институционального предпринимательства. Термин «инновация» стал новым дюркгеймианским «сформированным вчерне» [Ленуар et al. 2001: 138] понятием, создание которого является, скорее, политическим актом и ставит своей целью интеграцию различных социальных групп. «Такие (Сформированные вчерне. — *А. Ч.*) понятия <…> настолько неопределенны и расплывчаты, что они поощряют всевозможные перегруппировки, устраняя различия смыслов, которые им придавались» [Ленуар et al. 2001: 138]. Введение размытых понятий «инновация», «инновационный» позволило проявить инициативу любым группам, имеющим экономический потенциал и (или) опыт, который можно было интерпретировать как инновационный. Через уточнение базового понятия у этих групп появилась возможность отстоять своё право на причастность к инновационной области и свои представления о правильных инструментах государственной поддержки инноваций. Результатом диалога с властями стали более систематизированная и детализированная политика в сфере инновационного развития, а также конкретные решения, поддерживающие инновации. Далее мы покажем, как был реализован потенциал институционального предпринимательства на примере создания одного регионального бизнес-инкубатора.

Инкубирование технологических компаний как способ поддержки инновационной деятельности

В рамках новой политики содействия инновационному развитию особое внимание уделялось разноплановой поддержке коммерциализации инноваций и технологического предпринимательства, которая

включала как материальную составляющую, так и нематериальную — связанную с передачей знаний. Одной из форм поддержки стали технопарки. По определению Международной ассоциации научных парков и зон инноваций (International Association of Science Parks and Areas of Innovation), технопарк (или научный парк) — это «организация, управляемая профильными специалистами, основная цель которой — увеличить богатство своего сообщества, продвигая культуру инноваций и развивая конкурентоспособность предприятий и учреждений, основанных на знаниях и связанных с ним (научным парком, или технопарком. — *А. Ч.*). Чтобы эти цели были выполнены, научный парк стимулирует и управляет потоком знаний и технологий среди университетов, научно-исследовательских учреждений, компаний и рынков, что способствует созданию и росту инновационных компаний посредством процессов инкубации и отделения (*spin-off)*. Кроме того, он предоставляет другие услуги, включая обеспечение высококачественными помещениями и оборудованием»[12].

В 2006 г. в России была принята государственная программа «Создание в Российской Федерации технопарков в сфере высоких технологий»[13]. Целью программы стало «обеспечение ускоренного развития высокотехнологичных отраслей экономики и превращение их в одну из основных движущих сил экономического роста страны» [Создание… технопарков… 2014]. Программа должна была обеспечить софинансирование строительства технопарков из федерального бюджета в течение 2007–2014 гг. Согласно программе технопарки представляли собой форму интеграции коммерческих и некоммерческих организаций, в том числе научных и образовательных, а также органов местной власти, созданную, чтобы способствовать развитию технологического предпринимательства и венчурной индустрии. Они должны были предоставлять материально-техническую базу, услуги и финансовую поддержку, чтобы компании могли «получить значительную экономию средств и сконцентрироваться на своей основной деятельности» [Создание… технопарков… 2014].

Хотя это не было прописано в государственной программе напрямую, важной составляющей работы некоторых технопарков стало инкубирование инновационных проектов — инфраструктурная и консалтинговая помощь в их развитии, начиная с самых ранних этапов. Процесс инкубирования создавал целевую аудиторию для технопарков и осуществлялся в рамках работы бизнес-инкубаторов.

Бизнес-инкубаторы стали выделенными структурами внутри технопарков. Они предоставляли своим резидентам помещения на льготных условиях, доступ к оборудованию общего пользования и — самое главное — помощь в изучении рынка, подготовке бизнес-планов и презентаций перед инвесторами, консультации по развитию продукта и бизнеса, обеспечивали нужными контактами. Важным отличием стала ориентация на начальный уровень развития бизнеса, готовность помогать в трансформации сырых идей или научных проектов в работающий бизнес.

Работа бизнес-инкубатора предполагала объединение усилий штатных сотрудников технопарка и внешних специалистов, которые могли оказать экспертную поддержку в процессе инкубирования начинающих компаний. В эту деятельность были включены руководители технопарка; технические специалисты, обслуживающие его формальную деятельность; сотрудники инкубатора, которые непосредственно взаимодействовали с резидентами (далее — команда инкубатора); местное экспертное сообщество в сфере коммерциализации инноваций и создания технологического бизнеса, а также опосредованно местные чиновники, ответственные за участие в государственной программе. Такое объединение должно было способствовать привлечению технологических проектов к работе бизнес-инкубатора в качестве резидентов и их дальнейшему развитию в полноценные технологические компании.

---

12 См.: URL: https://www.iasp.ws/Our-industry/Definitions

13 Утверждена Распоряжением Правительства РФ № 328-р от 10 марта 2006 г.

Для дальнейшего анализа нам важно подчеркнуть, что целеполагание групп, взаимодействовавших в ходе работы бизнес-инкубатора, принципиально различалось, и это проявлялось в том, что они были ориентированы на разные виды результатов. Чиновники, ответственные за реализацию программы, руководители технопарка, технические специалисты и команда инкубатора должны были ориентироваться на внешнюю отчётность, цели и показатели которой определялись федеральными и региональными властями. В связи с этим их положение было более зависимым, выбор менее свободным, а деятельность — встроенной в вертикальную структуру. Во многом их работа определялась набором конкретных (и от этого негибких) показателей. Резиденты инкубатора и экспертное сообщество были ориентированы на внутренние показатели эффективности, которые определяются ими самими (далее мы будем называть их внутренней отчётностью). Соответственно, оценивая сами себя, они обладали большей свободой полномочий и могли корректировать свои цели и способы их достижения в зависимости от ситуативных условий. В том числе они имели возможность отказаться от участия в проекте бизнес-инкубатора и (или) технопарка, если их не устраивали условия этой работы. Эти отличия в интересах и мотивации указанных выше групп могли использоваться институциональными предпринимателями в своих интересах.

Далее мы покажем, кто выступал в качестве институциональных предпринимателей в случае формирования организационной формы «бизнес-инкубатор», как на практике реализовались социальные навыки, какие интересы других стейкхолдеров использовались в этом процессе.

Формирование правил государственной поддержки инноваций на региональном уровне: на примере бизнес-инкубатора в Новосибирской области

Рассмотрим, как происходила институционализация организационной формы «бизнес-инкубатор» в одном из тех российских регионов, которые приняли участие в федеральной программе «Создание в Российской Федерации технопарков в сфере высоких технологий»[14]. В рассматриваемом случае бизнес-инкубатор, характеристики которого представлены в таблице 1, стал подразделением технопарка.

Таблица 1

Основные характеристики исследуемого бизнес-инкубатора

Характеристика	Бизнес-инкубатор в Новосибирской области
Входит в состав	Технопарка
Год начала работы	2012
Учредитель	Правительство Новосибирской области, мэрия г. Новосибирска, Сибирское отделение Российской академии наук
Федеральная программа поддержки	Программа «Создание в Российской Федерации технопарков в сфере высоких технологий»
Наличие частного софинансирования	Есть (в рамках технопарка)
Количество резидентов (на 2016 г.)	130 компаний
Объем привлечённых инвестиций	125 млн руб. (120 компаний-резидентов за 2015 г.)
Выручка резидентов	40–50 млн руб. в год по данным 2012 г.
Известность внутри российского и международного сообщества	Лучший технопарк РФ по рейтингу Российской венчурной компании за 2013 г.

Источник: Официальный сайт технопарка (URL: http://www.academpark.com/).

[14] В силу того, что ситуация с регулированием инновационной деятельности постоянно изменяется, необходимо ещё раз оговорить, что анализ построен на информации, актуальной на момент сбора данных.

Бизнес-инкубатор, рассматриваемый в данном кейсе, действует в рамках технопарка, созданного по федеральной программе «Создание в Российской Федерации технопарков в сфере высоких технологий» и региональной целевой программе «Создание и развитие в Новосибирском Академгородке технопарка в сфере высоких технологий на 2011–2014 годы» (см.: [Об утверждении… 2010]). Бизнес-инкубатор является структурным подразделением технопарка Новосибирского Академгородка и создавался для того, чтобы выращивать новое поколение технологических компаний, ориентированных на дальнейшую работу в технопарке. В данном случае история создания технопарка полностью определила, каким образом произошла институционализация организационной формы бизнес-инкубатора. Во-первых, сам факт создания бизнес-инкубатора стал возможен благодаря технопарку. Во-вторых, технопарк практически полностью сформировал те возможности и ресурсы, которые стали доступны внутри бизнес-инкубатора, и то, как он стал работать. В связи с этим далее мы во многом анализируем процесс создания бизнес-инкубатора через развитие технопарка.

Характеристика организационной формы бизнес-инкубатора

Рассматриваемый бизнес-инкубатор состоит из четырёх профильных бизнес-инкубаторов: «Информационные технологии» (ИТ), «Приборостроение», «Биотехнологии и медицина», «Нанотехнологии и новые материалы». На момент исследования были запущены два направления — ИТ и приборостроение.

Каждый из специализированных инкубаторов имеет свои особенности организации инфраструктурной и консалтинговой поддержки. Помимо офисных и переговорных помещений, которые есть в каждом инкубаторе, в зависимости от специфики инкубаторы предоставляют доступ к ресурсам общего пользования — либо к химическим и биологическим лабораториям; либо к лабораторно-производственным участкам со слесарным и радиомонтажным оборудованием; либо к серверным помещениям и услугам по созданию графического дизайна и прототипа интерфейса[15]. Среди дополнительных услуг — консультации по бухгалтерскому учёту, правовым вопросам, получению грантов и инвестиций, бизнес-планированию, управлению персоналом и участию в специальных мероприятиях в Новосибирской области, России или за рубежом.

Модель менторской помощи также зависит от отрасли. Так, в инкубаторе, специализирующемся на приборостроении, многие резиденты выполняют заказные инновации, а команда собирается под конкретного заказчика и его задачу. Резиденты бизнес-инкубатора фокусируются на разработке, а их кураторы (более зрелые и успешные компании) предоставляют эти задачи, консультируют разработку, а также берут на себя продажи. Помимо этого, существует и обычный сценарий, когда команда заранее не имеет конкретного заказчика под свой продукт. В ИТ-инкубаторе в основном идёт разработка продуктов для массового рынка, там нет формата заказных инноваций.

> [В инкубаторе «Приборостроение»] *кураторы* [резидентов] — *это те бизнес-партнёры, которые заинтересованы в их развитии <…> Когда «Y» (Название одной из команд-резидентов. — А. Ч.) сделают этот продукт и «X» (Название компании-куратора. — А. Ч.) начнёт его тиражировать, продавать, они дальше будут заниматься этими разработками. То есть опять же они занимаются наукой, инженерией они занимаются, а «X» занимается бизнесом. То есть каждый должен заниматься своим. Это типовая* [ситуация] *для приборостроительного* [инкубатора]. *В ИТ своя специфика — больше демократизации, самостоятельной возможности компании заниматься своим развитием* (сотрудник технопарка, интервью 2).

[15] По данным официального сайта технопарка. См.: URL: http://incubator.academpark.com/

Важно, что вне зависимости от модели развития стартапов (заказная или незаказная инновация) начинающие предприниматели находятся в окружении экспертов разного уровня, большинство из которых — представители местного сообщества технологических предпринимателей. У каждого инкубатора существует экспертный совет, который контролирует развитие резидентов на основе индивидуального плана, а также даёт рекомендации по развитию самого инкубатора. В совет всегда входят представители технопарка и состоявшиеся компании–резиденты технопарка по профильному направлению. В некоторых случаях в совете участвуют и сторонние эксперты из научной и инновационной области.

Набор в бизнес-инкубатор ведётся через Зимние и Летние школы, куда попадают заинтересованные инновационным бизнесом студенты, аспиранты и научные сотрудники не только из Новосибирской области, но и из ближайших регионов. Во время участия в школах они прорабатывают собственные идеи, пишут бизнес-планы совместно с консультантами и экспертами и проходят отбор в профильные инкубаторы. При этом они могут запустить свой проект, стать участником чужого проекта или взять в разработку имеющуюся задачу и пойти по пути заказных инноваций. Организация школ происходит при активном содействии опытных компаний–резидентов технопарка.

> *Мы отбираем их (Участников школ. — А. Ч.), и всё (Школы. — А. Ч.) делаем в очень тесной взаимосвязи с нашими уже успешными предпринимателями <…> Прежде чем что-то делать, мы приходим к нашим партнёрам, инновационным компаниям, и говорим, что надо, как правильно. И вместе с ними составляем эту программу. То есть делаем не в отрыве от них* (сотрудник технопарка, интервью 2).

Роль институционального предпринимателя в создании технопарка и бизнес-инкубатора

В данном случае роль институциональных предпринимателей взяли на себя две бизнес-ассоциации, объединяющие местные технологические компании. Они были созданы в начале 2000-х гг., чтобы репрезентировать и защищать интересы работающих в Академгородке технологических предпринимателей.

Благодаря исторически сложившимся предпосылкам, возникшим в советский период (наличие уникальных компетенций в сфере фундаментальной и прикладной науки, предпринимательский опыт и опыт работы с промышленными предприятиями), а также сильным социальным связям внутри сообщества, учёным Академгородка удалось относительно успешно перенести сложный период 1990-х гг. и создать достаточно большое — относительно размера города — количество успешных технологических компаний, вышедших из научных институтов РАН[16]. В начале 2000-х гг. в Академгородке были созданы две бизнес-ассоциации технологических предпринимателей. Ассоциация «Сибакадемсофт» была основана в 2001 г. и объединила компании в сфере ИТ; ассоциация «Сибакадеминновация» была создана на год позже и объединяет компании, разрабатывающие инновации во всех остальных областях, в основном в приборостроении, медицине, биотехнологиях. Важно отметить, что помимо самих технологических компаний в учредители обеих ассоциаций вошли Сибирское отделении (СО) РАН и администрация Новосибирской области. В учредителях «Сибакадемсофта» также значится и Новосибирский государственный университет (НГУ).

Интерес к активному взаимодействию с СО РАН связан не только с сохранением и развитием научных и исследовательских связей, но и с тем, что вся материальная инфраструктура Академгородка является собственностью СО РАН.

[16] Более подробно о сообществе технологических предпринимателей Академгородка и его истоках см.: [Артюшина, Черныш 2012].

> *Академгородок устроен так, что у нас всё принадлежит тут Сибирскому отделению* [РАН]*, такая территория, короче, феодальное такое правление <…> Тот, кто хочет войти на эту территорию, у него возможности для этого нет* (представитель бизнес-ассоциации 1, интервью 3).

Технологические компании находятся в большой зависимости от решений Академии и руководителей отдельных институтов.

Работа ассоциаций всегда была направлена на решение общих проблем, стоящих перед технологическими компаниями. В основном эти проблемы касались развития материальной инфраструктуры города — для развития компаниям не хватало производственных, лабораторных и офисных помещений. Обычно технологические компании располагались в зданиях институтов СО РАН «на птичьих правах», их положение зависело от отношений с руководством институтов и было чрезвычайно нестабильно.

> *Все наши компании вынуждены были снимать площади в институтах, ютиться там по подвалам или* [брать] *что дадут. Поставят себе пластиковые окна, потолок сделают, приходит зам. директора по хозяйству: «Слушай, у нас такая ситуация, срочно понадобилось ваше помещение. Мы договор аренды расторгаем». Идёт дальше искать <…> Поскольку наука бизнес рождает, а размещаться ему тут негде, да, вся земля федеральная, все помещения принадлежат Академии наук, куда нам? Как бизнесу развиваться и расти? Для этого бизнесу нужно строить технопарк* (представитель бизнес-ассоциации 1, интервью 3).

Помимо этого, для удержания конкурентоспособных на мировом рынке специалистов нужны были современная инфраструктура и достаточное количество жилых комплексов. Жилья в Академгородке не хватало, и многие специалисты, работающие в Академгородке, были вынуждены покупать его в соседних городах.

Изначально решение проблем, стоящих перед бизнесом, не связывалось конкретно с созданием технопарка. Сначала возникла идея создания ИТ-парка и ИТ-деревни. Фокусирование на ИТ можно объяснить тем, что «Сибакадемсофт» был создан раньше, чем «Сибакадеминновация», соответственно и разговоры о решении общих проблем в сфере ИТ начались несколько раньше.

> *Мы поняли, что, несмотря на нашу разрозненность с точки зрения рынков, с точки зрения потребителей наших, у нас всё равно есть общие проблемы, которые нам надо решать сообща. Причём мы считали, что эти проблемы нужно доносить до наших региональных властей, до нашего Сибирского отделения Академии наук. И, собственно, эта площадка для этого и создавалась. Общие проблемы у нас были практически всегда... Но уже тогда мы сформулировали для себя, что нам нужны ИТ-парк и ИТ-деревня* (представитель бизнес-ассоциации 2, интервью 4).

После создания второй ассоциации стало понятно, что решение должно включать и интересы компаний, работающих в других инновационных сферах. Спектр их проблем был в целом схож с проблемами ИТ-компаний, однако был более широк и имел свою специфику (например, для них вопрос производственных и лабораторных помещений стоял острее).

Важно отметить, что выбор конкретной организационной формы, с помощью которой будут решены проблемы, стоящие перед бизнесом, происходил с ориентацией на возникающие государственные программы поддержки инноваторов. Для участия в конкурсах на получение государственных ресурсов бизнес-ассоциации совместно с региональными властями вели активную работу по производству

смыслов — модифицировали и пересобирали идею поддержки местных компаний под запуск конкретных федеральных программ. В результате развитие идеи поддержки шло по следующей траектории: от ИТ-парка и ИТ-деревни к особой экономической зоне и, наконец, к многопрофильному технопарку.

> *Все кинулись писать проекты на* [особую экономическую] *зону. Мы тоже кинулись — в нашей области <…> Но мы не выиграли, дали Томску <…>* [Наступил] *2006 г., вышло постановление, что будем создавать теперь ещё технопарки. А тут мы уже ухватились, уже более основательно написали ещё более хорошее техническое обоснование…* (представитель бизнес-ассоциации 1, интервью 3).

Победу в конкурсе на строительство технопарка в рамках программы «Создание в Российской Федерации технопарков в сфере высоких технологий» можно объяснить не только тем, что идея развития технопарка в регионе была детально проработана с формальной точки зрения (подготовка конкурсных документов), но и тем, что вокруг неё объединились различные заинтересованные группы. Чтобы понять, каким образом это произошло, необходимо проанализировать, как коллективный институциональный предприниматель в лице двух бизнес-ассоциаций использовал социальные навыки.

Использование социальных навыков

Мы предположили, что институционализация новой организационной формы будет зависеть от умения институциональных предпринимателей использовать социальные навыки, то есть убеждать заинтересованных участников, что утверждение и развитие организационной формы соответствуют их интересам. Ранее мы упоминали, что создание бизнес-инкубатора (а в данном случае одновременно и технопарка) столкнуло два типа акторов — тех, кто имеет внешнюю отчётность, и тех, кто имеет внутреннюю отчётность. Эти типы имели разные мотивации и интересы, соответственно, в их отношении использовались разные стратегии убеждения.

Использование социальных навыков для кооперации с акторами, имеющими внешнюю отчётность[17]

В контексте данного кейса акторами, имеющими внешнюю подотчётность, мы считаем региональных чиновников, в зоне ответственности которых находилось инновационное развитие и региональное развитие в целом.

Сначала рассмотрим, что позволило двум бизнес-ассоциациям иметь столь большое влияние на региональную инновационную политику в целом и на историю создания технопарка в частности. Нужно отметить два фактора, которые повлияли на это: (1) соответствие статусным ожиданиям со стороны региональных властей и (2) укоренённость в сетях тех, кто принимал значимые политические решения.

Концентрация технологических компаний и их вклад в экономику региона были достаточно значимы, чтобы вести с местными властями диалог о создании специальной инфраструктуры для технологических компаний: «По итогам 2007 г. в области работали 400 малых и средних предприятий в научно-исследовательской сфере, которые производили продукцию на сумму около 29 млрд руб. Среди этих компаний указаны компании, производившие, например, 70% мирового производства искусственных изумрудов; 60% российского производства медицинских рентгеновских аппаратов и прочее» [Артюшина, Черныш 2012: 367]. Кроме того, бизнес-ассоциации сделали видимым мнение технологических

[17] В данном подразделе будет проанализировано, как социальные навыки использовались для развития технопарка. Это объясняет, как в регионе возникла принципиальная возможность поддержки инноваций, как сформировались существующие особенности работы бизнес-инкубатора.

предпринимателей. Участники ассоциаций выработали единую позицию по основным вопросам; вместе с созданием ассоциаций возник и коллективный актор, с которым можно было вести переговоры.

> [До создания бизнес-ассоциаций] *основной проблемой было то, что люди были ещё все разобщены <…> И компании были разобщены, бизнес был разобщён, все по-своему выступали. Не было взаимодействия <…> с руководством — с научным, с университетом, с областью, с мэрией. Когда появилась ассоциация, сразу стало понятно, что теперь все могут с ней контактировать, она выражает всеобщие интересы* (представитель бизнес-ассоциации 1, интервью 3).

Таким образом, бизнес-ассоциации получили легитимное право представлять интересы технологических предпринимателей, так как компании своей успешной многолетней деятельностью демонстрировали принадлежность к группе технологических предпринимателей, понимание их потребностей, а факт объединения большого числа компаний не ставил под сомнение репрезентативность высказанного мнения.

Также усилению позиции бизнес-ассоциаций способствовала укоренённость в межличностных сетях. Её можно объяснить региональными особенностями и целенаправленной работой сообщества технологических предпринимателей. Обособленность Академгородка, его территориальное отдаление от Новосибирска (расстояние между Новосибирском и Академгородком — около 25 км) сформировали в нем особую среду и сообщество людей, сфокусированное на научной работе. Концентрация учёных и инженеров внутри Академгородка (с момента основания и до сих пор) предельно высока — на территории Академгородка расположены более 25 научных институтов СО РАН, а также НГУ и физико-математическая школа при НГУ. Многие жители и выходцы из Академгородка совмещают несколько видов деятельности:

> *Я и кандидат наук, и доцент, и преподаю, и работаю в Администрации. И мне это нравится* (сотрудник администрации Новосибирской области, интервью 5).

Они также остаются в сетях, сформированных научными династиями, местными образовательными и научными учреждениями, даже несмотря на то что переходят в другие сферы деятельности, в том числе во властные структуры. Уникальность этой ситуации отмечается не только самими предпринимателями, но и сотрудниками технопарка:

> *Этот пяточок земли* [Академгородок]*, на котором мы с вами находимся, вообще небольшой. Здесь есть всё. Причём всё очень концентрировано. Здесь образовательный кластер со всеми студентами, которые собираются у нас отовсюду. Здесь научные институты, здесь этот технопарк. То есть эта концентрация, она даёт здесь этот эффект. Поэтому не возникает какой-то разобщённости. А в других местах — в Москве, в Питере, — там даже то, что они находятся в 10 километрах, и всё это так разобщено — это уже даёт свой минус. Потому что, когда всё это находится в одном месте, когда все люди живут в одних и тех же квартирах, ездят там в одни и те же кафе, участвуют в мероприятиях одних и тех же, дети ходят в одни и те же школы, они ходят в одни и те же секции спортивные, культурные... То есть это пересечение даёт эффект. Все друг друга знают* (сотрудник технопарка, интервью 2).

Кроме того, можно отметить специальную работу по созданию и укреплению межличностных связей, проведённую бизнес-ассоциациями. Уже упоминалось, что в учредители бизнес-ассоциаций были включены представители региональной власти, а также СО РАН и НГУ. В результате контакт между представителями технологического бизнеса и местными чиновниками и другими инкумбентами стал

не эпизодическим, а более полным и регулярным. Местный бизнес вошёл в орбиту работы чиновников; эти последние были информированы о текущей деятельности, планах и состоянии местных компаний, могли соотносить интересы предпринимателей и текущую повестку на федеральном уровне, используя ресурсы ассоциаций для развития региона. Представители местного технологического сообщества, например, считают, что программа по созданию технопарков высоких технологий была создана благодаря возможности доносить свои идеи до властей на разных уровнях.

> *Наша идея ИТ-парка — она была услышана... Потому что в 2005 г., когда сюда приезжал президент Путин, был дан старт программам создания в России технопарков и особых экономических зон. Это было на совещании здесь, в Новосибирске. Путин ехал из Бангалора, очень под впечатлением этого айтишного счастья... Значит, здесь был... И было подписано распоряжение <...> что будет создана программа* [развития технопарков] (представитель бизнес-ассоциации 2, интервью 4).

Каким образом идея создания технопарка объединила интересы региональных чиновников и местных предпринимателей? Технологические предприниматели наполнили идею поддержки технологических компаний конкретным содержанием и отчасти взяли на себя его реализацию. При этом они значительно расширили границы идеи, приблизив её к проблемам, затрагивающим интересы максимально широкого круга людей. В итоге через идею создания технопарка, бизнес-ассоциации предложили региональным чиновникам новое видение долгосрочного развития региона, которое включало как экономическую, так и социальную составляющую, в основном — в виде жилищной программы и программы закрепления кадров. Именно развитие региона стало тем общим благом, которое объединило все интересы.

Важно отметить, что бизнес-ассоциации выступали именно как генераторы идей и производители смыслов, а не как лица, принимающие решение. В этом диалоге региональные чиновники никогда не теряли свои властные полномочия — право окончательного решения всегда оставалось за ними. Это подтверждает тот факт, что в публичном поле именно властные структуры Новосибирской области и СО РАН фигурируют как основные интересанты и инициаторы создания технопарка.

> *Чиновники всегда помогали. Это же всё в их интересах. У нас изначально, так сказать, инициаторы создания технопарка — это правительство Новосибирской области, мэрия Новосибирска и Сибирская академия наук* (сотрудник технопарка, интервью 2).

Рассмотрим, каким образом производство смыслов, взятое на себя сообществом технологических предпринимателей, сыграло ключевое значение в убеждении региональных чиновников.

Постфактум мы можем разделить производство смыслов на три составляющие (хотя оно и не было собрано в единую целенаправленную стратегию, а, скорее, формировалось ситуативно): (1) вербализация или указание на то, что развитие технопарков является одним из возможных способов поддержки инноваций; (2) детализация того, как именно может осуществляться такая поддержка; установление, где проходят границы этой поддержки; наконец (3) готовность максимально глубоко включиться в практическую реализацию предложенного решения. Если рассматривать это с точки зрения теории производства смыслов [Weick, Sutcliffe, Obstfeld 2005], *вербализация* давала региональным чиновникам ответ на вопрос: «Что означает происходящее событие? (Какова история?)». А он в рассматриваемом случае трансформировался в следующие: «Что такое поддержка инновационной деятельности? Какие формы она может принять? Каким языком её описать?». *Детализация*, *очерчивание границ* и *участие в практической реализации* проекта отвечали на вопрос: «Что я должен делать в соответствии с этим?», — то есть обозначали конкретные шаги, которые следовало предпринять, чтобы поддержка инноваций начала работать в этом регионе.

Вербализация. В диалоге с местными чиновниками бизнес-ассоциации концентрировали внимание не только на абстрактной идее поддержки технологического бизнеса, но и на конкретных формах, в которых она может осуществляться. Тем самым они сформировали связь между этими явлениями, новый язык описания и показали, что предлагаемые идеи находятся в русле федеральных запросов. Используя эти наработки, региональные власти смогли активно откликнуться на текущую — инновационную — повестку федеральных властей и предложить собственную экспертизу, что в условиях развития новой инновационной политики и дефицита когнитивной легитимации и практических знаний имело решающее значение для формирования имиджа региона.

В результате регион оказался готов к введению программы развития технопарков; более того, он активно участвовал в предложении идей и решений для запуска данной инновационной программы, то есть захватил лидерство по производству смыслов уже на федеральном уровне. Программа по развитию технопарков стартовала именно в Новосибирске; это показательно и говорит о том, что регион рассматривался как наиболее продвинутый в вопросе поддержки технологических компаний: «Не только строительство нашего технопарка началось с приезда Путина. Вообще вся государственная программа создания технопарков в сфере высоких технологий и особых экономических зон в Российской Федерации началась именно с того совещания, которое Владимир Владимирович проводил в Академгородке в 2005 г.» [Специалисты для Академпарка… 2012].

Детализация идей и очерчивание границ происходили двумя способами: бизнес-ассоциации, во-первых, выдвигали определённые предложения, как именно может осуществляться поддержка, какие именно потребности имеет сообщество технологических предпринимателей, и что нужно, чтобы обеспечить эти потребности; во-вторых, критиковали концепции и программы, которые писали региональные чиновники.

> *В 2002 г. мы озвучили идею, что нам нужно такое, да? В 2005 г., после приезда Путина, мы обсуждали, каким он* [технопарк] *должен быть, а в две тысячи... седьмом году мы уже критиковали концепцию технопарка и считали, что нужно по-другому делать, и, кстати, к нам прислушались* (представитель бизнес-ассоциации 2, интервью 4).

Детализация идей позволила получить обоснование включения в проект тех или иных направлений, в том числе инкубирования новых проектов и компаний, и ещё больше закрепляла за регионом экспертную позицию.

> *В отличие от всех остальных технопарков, которые создавались по госпрограмме, наш технопарк создавался на уже подготовленной почве. У нас уже было около четырёхсот инновационных компаний, весьма успешных, с международным бизнесом <…> с оборотом порядка 10 млрд руб., с количеством служащих тоже порядка 5000 человек, что-то такое... У которых были чёткие проблемы. Мы их поняли, сформулировали, и для решения этих проблем и создавался этот технопарк* (сотрудник технопарка, интервью 2).

Это, в свою очередь, давало региональным властям возможность презентовать область как регион, уже работающий по принципам инновационной экономики и требующий её развития, что способствовало получению дополнительных ресурсов для развития инфраструктуры, причём не только инновационной (так как для полноценного развития инноваций требовалось улучшение всей инфраструктуры региона и уровня жизни в целом). Так, из 6,3 млрд руб. государственных инвестиций, вложенных в строительство технопарка, 2,1 млрд руб. использовались для создания инженерной инфраструктуры Академгородка, г. Бердска и южной части Новосибирска, в том числе для строительства водоводов, реконструкции канализационного коллектора [Дмитрий Верховод… 2016].

Участие в практической реализации. Частью работы со смыслами стало практическое вовлечение бизнес-сообщества в создание технопарка. И это оказалось ключевой особенностью развития технопарка. Функциональное наполнение технопарка создавалось не только по запросу, но и при активном практическом участии технологических компаний. Так, например, одним из первых был создан Центр технологического обеспечения, который позволил производить штучные модели или прототипы новых изделий, не обращаясь на завод или к знакомым мастерам, а также не закупая собственные станки. Компании не только дали запрос на такой центр, но и приняли участие в его создании, описывали принципы его работы, лоббировали федеральную поддержку и осуществляли софинансирование покупки станков.

> *У нас была проблема, когда хочешь делать* [приборы] *на высоком уровне… Приходилось заказывать не у нас, а за рубежом. <…>* [Она] *перерастала в идею, что нужно делать свой такой цех, наполненный хорошим оборудованием, чтобы там по заказу инноваторов быстренько делали то, что нам надо, на высоком уровне <…> Одним словом, когда встал вопрос, а что с этим* [пустующим] *зданием делать полезного для всех, решили делать вот этот центр технологического обеспечения. Написали бизнес-план. Потом мы — ассоциация — поработали с министерством. Есть такая программа поддержки малого предпринимательства — федеральная, у Министерства экономики и развития. Внесли туда маленькую строчку: поддержка центров… Ну, включили, о ней забыли. А мы эту строчку вытащили, она уже в официальный приказ вошла, зарядили наших министров: смотрите, как можно, мы даём рубль, они (Представители власти. — А. Ч.) — четыре* (представитель бизнес-ассоциации 1, интервью 3).

В дальнейшем работа этого центра стала частью ресурсной базы приборостроительного бизнес-инкубатора. Идея создания бизнес-инкубаторов также возникла в компаниях и развивалась ими же. Децентрализованная структура бизнес-инкубатора, которая по факту является системой независимых специализированных бизнес-инкубаторов со своими инфраструктурой и принципами поддержки молодых компаний, сформировалась благодаря тому, что в рамках каждого направления компании сами определяли, как будет выглядеть процесс инкубирования.

Практическое участие бизнес-ассоциаций в развитии технопарка помогло региональным властям сэкономить организационные усилия и при этом продемонстрировать федеральным чиновникам и СМИ работающий проект.

> *Приезжают делегации, министр приезжает. Понятно, что* [обычно] *приезжают, первым делом идут в президиум* [СО РАН]. *А сейчас первым делом в технопарк приходят* (представитель бизнес-ассоциации 1, интервью 3).

Участие существующих технологических компаний в работе технопарка практически гарантировало успех проекта, потому что позволяло получить результаты работы технопарка быстро: не нужно было выращивать технологические компании с нуля, они уже генерировали прибыли; существовала сформированная база экспертов, готовая работать с начинающими проектами.

Наконец, местное технологическое сообщество софинансировало проект создания технопарка. Наиболее крупные технологические компании, расположенные в Академгородке, стали соинвесторами проекта. Около 30% инвестиций в строительство технопарка — частные, от местного технологического сообщества.

> *Все остальные технопарки, созданные по этой федеральной программе, практически целиком принадлежат государству. У нас же доля вложений частных инвесторов — порядка 30%.*

> *Городок на улице Инженерной построен на деньги бизнеса. Технопарк выступил в качестве заказчика-застройщика, предоставил землю, создал технические условия и по инвестиционным договорам построил эти здания и передал инвесторам в собственность. Сейчас это собственность самих компаний* (из официального интервью с генеральным директором технопарка) [Место встречи идей и денег… 2014].

Важно отметить, что экономическая мотивация не стала решающим аргументом в диалоге между региональными чиновниками и бизнесом. Это ещё раз подтверждает сделанное выше предположение о том, что умение работать с мотивациями других заинтересованных групп, то есть использование социальных навыков, в процессе переговоров играло большую роль, чем материальные или властные ресурсы. Предложение о софинансировании проекта со стороны местных технологических предпринимателей получило поддержку не сразу. Для чиновников гораздо важнее и привычнее было использовать экспертизу сообщества для привлечения в регион федеральных программ, чем включать сообщество в проект на правах полноценного инвестора. Бизнес-сообществу дали возможность выступить в роли инвесторов только тогда, когда сторонний девелопер разорился в ходе кризиса 2008 г. и проект строительства технопарка оказался под угрозой.

> *Всё это время наше сообщество боролось за то, что нам никакой девелопер не нужен, нам нужно свои компании сажать. Почему мы должны платить аренду какому-то девелоперу? У многих компаний есть возможность вложиться и построить свои помещения, ни от кого не зависеть <…> У нас собралась такая могучая кучка компаний, которые выступали: «Дайте нам* [вложиться]*...» Мы договорились, что они будут, наконец, инвесторами полноправными. Они построят, им будет принадлежать на правах собственности <…> Когда стало понятно, что этих инвесторов-девелоперов нам уже не нужно ждать* [все сказали]*: «Ну, давайте попробуем своих, куда деваться». Они же инвесторы, они же собираются сами строить* (представитель бизнес-ассоциации 1, интервью 3).

Использование социальных навыков для кооперации с акторами, имеющими внутреннюю отчётность

Выше шла речь об использовании социальных навыков преимущественно при создании самого технопарка. Столь подробный анализ был вызван тем, что развитие бизнес-инкубатора и развитие технопарка были тесно сплетены друг с другом. Теперь рассмотрим процесс переговоров с группами, непосредственно заинтересованными в работе именно бизнес-инкубатора, и проясним, что именно привлекло их к сотрудничеству, и как в ходе этого диалога сформировалась существующая организационная форма.

В контексте данного кейса акторами, имеющими внутреннюю подотчётность, являются потенциальные резиденты бизнес-инкубатора и технологические компании, которые могут выступать как резидентами самого технопарка, так и экспертами и менторами для проектов в бизнес-инкубаторе. Как социальные навыки использовались в этих случаях?

Создавая мотивацию для акторов, имеющих внутреннюю отчётность, представители бизнес-ассоциаций действовали совместно с командой инкубатора. К моменту создания инкубатора работа технопарка уже была налажена, связь между администрацией технопарка, командой бизнес-инкубатора и представителями бизнес-сообщества была постоянной (*«Мы как-то живём душа в душу»* (представитель бизнес-ассоциации 1, интервью 3)). Соответственно, представители бизнес-ассоциаций могли использовать свои социальные навыки косвенно, влияя на стратегию работы команды инкубатора.

Команда бизнес-инкубатора привлекала потенциальных резидентов — новые проектные команды и талантливые кадры, — активно демонстрируя укоренённость в межличностных сетях местных технологических предпринимателей и их вовлечённость в работу бизнес-инкубатора. Для того чтобы показать это, были организованы Зимние и Летние школы, ставшие ключевым звеном для генерирования проектов. Через участие в школах решались три задачи: (1) команда инкубатора и эксперты могли изучить потенциальных резидентов (а также их идеи и проекты, если они уже существовали на тот момент); (2) потенциальные резиденты получали новые знания, формировали проекты и (3) на своём опыте могли убедиться в уровне экспертизы, которую даёт бизнес-инкубатор.

> [В рамках школ] *всю работу ведут уже состоявшиеся, успешные предприниматели инновационных компаний, которым действительно есть, что рассказать. Не просто преподаватели из института... Мы им* (*Потенциальным резидентам. — А. Ч.*) *рассказываем, как вообще ведётся бизнес в России. Причём на этих школах есть отдельные секции по ИТ, отдельные — по приборостроению, по нанотехнологиям, по биотехнологиям. То есть в каждой секции работают свои специалисты, эксперты* (сотрудник технопарка, интервью 2).

Поскольку главная польза от пребывания в бизнес-инкубаторе состоит именно в профильной экспертной поддержке и в меньшей степени — в предоставлении базовой материальной инфраструктуры (например, помещений), участие опытных технологических предпринимателей в работе инкубатора значимо увеличивало доверие к новому проекту и желание присоединиться к нему. Помимо этого, интерес к работе бизнес-инкубаторов формировала специальная профильная инфраструктура, такая как, например, Центр технологического обеспечения в приборостроительном инкубаторе. Она стала материальным выражением имеющейся экспертизы, так как только знающие специфику направления организаторы могли сформировать настолько детализированную и полезную инфраструктуру.

Привлечение технологических компаний к работе с бизнес-инкубатором не было проблемой: многие из них уже входили в бизнес-ассоциации и были включены в работу технопарка. Для новых, ещё не вовлечённых компаний участие бизнес-ассоциаций служило гарантией более доверительного отношения к проекту.

Также выделяются ещё несколько мотивов, подталкивающих к сотрудничеству с бизнес-инкубатором: технологические предприниматели могли предложить концепцию бизнес-инкубатора — определить, на какие цели будет направлен и как будет проходить процесс инкубирования — и реализовать её концепцию на практике. Таким образом, компании разных направлений оказывались способны решать актуальные для себя задачи (например, получить доступ к мотивированным кадрам или развивать определённые направления).

По мнению информантов, доступ к кадрам имел наиболее важную роль по двум причинам. Во-первых, таким образом состоявшиеся технологические предприниматели могли не только расширять свой бизнес, но и готовить себе смену. Большинству руководителей успешных технологических компаний на момент исследования было 45 лет и более.

Во-вторых, существующие технологические компании были готовы выступать в роли инвесторов, но для развития выбранных проектов им постоянно требовались новые кадры, сочетающие высокий профессиональный уровень и желание вести предпринимательскую деятельность.

> *Если классифицировать тех инвесторов, которые существуют, наверное, самые многочисленные* [инвесторы] *— это существующий инновационный бизнес, который знает, как делать бизнес, у которого есть уже деньги, который зарабатывает… И они инвестируют в новые*

> *проекты. При этом эти люди, которые инвестируют, они в чём нуждаются? Они нуждаются в кадрах. И поэтому им интересно с нами работать, сотрудничать с технопарком, потому что мы организуем Зимние и Летние школы, другие мероприятия. Как раз это места, куда стекаются эти самые кадры* (сотрудник технопарка, интервью 2).

Наличие таких интересов у инвесторов особенно помогло в развитии приборостроительного инкубатора, где работа осуществляется в том числе по принципу заказных инноваций. Отдельные технологические предприниматели, возглавляющие успешные компании в сфере приборостроения, постоянно искали и собирали проектные команды под приходящие к ним заказы. Сделав работу по заказным инновациям одним из ключевых направлений внутри профильного бизнес-инкубатора, они попытались обеспечить системное решение кадровой проблемы через подготовку специальных проектных команд, которые изначально были готовы к тому, чтобы реализовывать не собственные, а поставленные перед ними задачи.

> *Мы занимаемся заказными инновациями, мы удовлетворяем острые потребности. И связываем инновации с этим. Мы больше всего похожи на Израиль образца* [19]*80 г. в этом смысле <…> Есть люди, которые превращают идею — свою или чужую, не важно — в прототип. Ещё раз: это не все, но это* [команда такого проекта] *— самое узкое место. А в этом самом узком месте самое узкое место — это лидер этой проектной команды. Их не учат. И мы бьёмся над тем, как поставить на поток этот процесс* (учредитель технологической компании, резидент технопарка, интервью 6).

Заключение

Цель данной статьи состояла в том, чтобы проанализировать процесс институционализации организационной формы «бизнес-инкубатор» в одном из российских городов, участников этого процесса и используемые ими ресурсы. Мы хотели показать, как возникали и закреплялись правила государственной поддержки инновационной деятельности в России 2000-х гг.

Анализ показал, что на начальных этапах федеральная государственная поддержка инноваций строилась на регулятивной основе, то есть на создании формальных правил и финансирования сфер, связанных с инновациями. В связи с этим социополитическая легитимация предвосхитила когнитивную, и это обеспечило возможности для институционального предпринимательства, направленного на создание конкретных практик инновационной деятельности или её поддержки (в нашем случае — на организацию работы регионального технопарка и бизнес-инкубатора). В рассмотренном кейсе институциональными предпринимателями стали две бизнес-ассоциации, объединяющие местных технологических предпринимателей. Через создание технопарка и бизнес-инкубатора они пытались решить накопившиеся у бизнеса проблемы — нехватку производственных, лабораторных, офисных площадей и жилого фонда.

Для продвижения своей позиции институциональные предприниматели активно использовали не властные или финансовые ресурсы, а социальные навыки. Их сутью стало умение создать для других групп, вовлечённых в региональную поддержку инноваций, непротиворечивую систему мотиваций, которая подтверждала, что нужно либо поддержать создание новых организационных форм, либо принять участие в их деятельности. Эта система мотиваций не шла в разрез с профильной деятельностью технопарка и бизнес-инкубатора, но при этом учитывала интересы разных групп — начиная от региональных чиновников и заканчивая потенциальными резидентами бизнес-инкубатора.

Созданные мотивации зависели от того, являются ли акторы, с которыми вели диалог, самостоятельными или подотчётными федеральным властям. Для убеждения последних институциональные предприниматели активно использовали созданную на федеральном уровне социополитическую легитимацию. Благодаря ей возникновение технопарка и бизнес-инкубатора было выгодно региональным властям, так как позволяло быстро откликнуться на федеральный призыв о поддержке инноваций, переходе к экономике знаний и получить на это дополнительные ресурсы, которые в действительности использовались и для развития общей инфраструктуры региона. Роль институциональных предпринимателей в данном случае сводилась к тому, чтобы работать со смыслами и вербализовать, что создание технопарка и бизнес-инкубатора является формой поддержки инноваций, показать, как именно она может происходить, из чего состоит работа технопарка, почему внутри него необходимо запустить бизнес-инкубатор. Инновационным решением со стороны бизнес-ассоциаций стало глубокое включение в практическую реализацию идеи технопарка (вплоть до софинансирования проекта), благодаря чему организационная форма бизнес-инкубатора приобрела свой окончательный вид.

Соответствие статусным ожиданиям и укоренённость в межличностных сетях активно использовались и для того, чтобы вызвать дополнительное доверие у акторов, подотчётных федеральным властям, и для того, чтобы убедить независимых акторов в том, чтобы они начали взаимодействие с бизнес-инкубатором. Для потенциальных резидентов бизнес-инкубатора было особенно важно, что в его деятельность вовлечены реальные технологические предприниматели. Специфическая инфраструктура инкубаторов стала ещё одним видимым материальным подтверждением имеющегося уровня экспертизы. Для технологических компаний — потенциальных экспертов важное значение получила возможность через деятельность инкубатора привлекать новые кадры в свою компанию или в новые проинвестированные проекты.

На стыке описанных выше интересов, во-первых, стала возможна деятельность такой структуры, как технопарк; во-вторых, возникла организационная форма местного бизнес-инкубатора, для которой характерно следующее:

— сильная вовлечённость местного сообщества технологических предпринимателей, повлиявшая практически на все процессы внутри бизнес-инкубатора;

— глубокая специализация работы бизнес-инкубатора за счёт его разделения на независимые направления с собственными принципами работы;

— фокусировка на рекрутинге в бизнес-инкубатор не проектов, а талантливых и перспективных кадров.

Однако, судя по дискуссии вокруг результатов программы «Создание в Российской Федерации технопарков в сфере высоких технологий» [В рамках Комплексной программы… 2015], рассмотренный нами случай не является чем-то типичным. Скорее, это удачное исключение, возникшее благодаря ряду сложившихся предпосылок. Тем важнее рассмотреть именно такой пример и понять условия, в которых начатое на федеральном уровне институциональное строительство может быть успешным. Ведь созданные организации — и технопарк, и бизнес-инкубатор — действительно функционируют на благо поставленных целей; не возникает типичной для развития инноваций в России «девальвации понятий» [Gokhberg 2010].

История развития технопарка и бизнес-инкубатора в Академгородке показывает, что новые формальные институты имеют шанс укорениться там, где уже существуют близкие по смыслу неформальные правила — социальные нормы и деловые договорённости, а также профильные практики. Однако для

нас ключевая особенность заключается в другом: даже при наличии неформальных правил и практик, для того чтобы процесс укоренения новых институтов прошёл успешно, он должен сопровождаться масштабным переговорным процессом и поиском подходящих мотиваций для всех заинтересованных участников. Это переводит профессиональную задачу в политическую плоскость. Поиск мотиваций способствует объединению различных социальных групп на благо общих целей, иначе чиновники, технологические предприниматели, учёные и др. остаются обособленными, а новая социальная реальность не возникает. Примеры других бизнес-инкубаторов (например, бизнес-инкубатора «Ингрия» в Санкт-Петербурге) показывают, что наличие неформальных правил и практик, а также готовность вести переговоры могут привести к похожим результатам, даже если в регионе нет настолько консолидированного и успешного сообщества технологических предпринимателей, как это было в Новосибирске (подробнее о бизнес-инкубаторе «Ингрия» см.: [Черныш 2012]). Помимо этого, для российского случая важно отметить значение спроса на инновации со стороны федеральных властей, который обеспечил социополитическую легитимацию и дал переговорному процессу шанс успешно реализоваться.

Можно предположить, что в других успешных случаях создания бизнес-инкубаторов мы увидим те же характерные черты — социополитическую легитимацию поддержки инноваций в качестве фона, уже работающие неформальные правила и практики как основу работы новой организации, а также готовность одного из интересантов вести переговоры и использовать социальные навыки в качестве движущей силы, запускающей процесс институционализации на региональном уровне. Проверка этого предположения — задача последующих работ.

Приложение

Таблица П.1

Характеристики цитируемых в статье интервью

Номер интервью	Аффилиация информанта	Пол	Год проведения интервью
Интервью 1	Директор академических программ международной технологической компании	м	2012
Интервью 2	Сотрудник технопарка в Новосибирской области	м	2012
Интервью 3	Представитель бизнес-ассоциации 1	м	2012
Интервью 4	Представитель бизнес-ассоциации 2	ж	2012
Интервью 5	Сотрудник администрации Новосибирской области	ж	2012
Интервью 6	Учредитель технологической компании, резидент технопарка	м	2012

Литература

1 трлн. рублей в неизвестность. 2010. *Ведомости*. 4 марта. URL: https://www.hse.ru/news/3018164/15690616.html

Артюшина А., Черныш А. 2012. Социальные «портреты» технологических предпринимателей на фоне инновационной экосистемы региона. Случай г. Новосибирска и Новосибирской области. *Отчёт по результатам исследования Центр исследований науки и техники ЕУСПб.* URL: https://eu.spb.ru/images/sts/отчет_Новосибирск_обл.pdf

В рамках Комплексной программы создания технопарков практически не начато строительство трёх. 2015. *Счётная палата Российской Федерации.* URL: http://www.ach.gov.ru/activities/control/20302/

Вейк К. 2015. *Смыслопроизводство в организациях.* Харьков: Гуманитарный центр.

Гершман М. 2013. Программы инновационного развития компаний с государственным участием: первые итоги. *Форсайт.* 7 (1): 28–43. URL: https://foresight-journal.hse.ru/2013-7-1/78482281.html

Гохберг Л., Китова Г., Рудь В. 2014. Налоговая поддержка науки и инноваций: спрос и эффекты. *Форсайт.* 8 (3): 18–41. URL: https://foresight-journal.hse.ru/2014-8-3/134334739.html

Грановеттер М. 2002. Экономическое действие и социальная структура: проблема укоренённости. *Экономическая социология*. 3 (3): 44–58. URL: https://ecsoc.hse.ru/2002-3-3/26593518.html

Димаджио П., Пауэлл У. 2010. Новый взгляд на «железную клетку»: институциональный изоморфизм и коллективная рациональность в организационных полях. *Экономическая социология.* 11 (1): 34–56. URL: https://ecsoc.hse.ru/2010-11-1/26595675.html

Дмитрий Верховод: Академпарк полностью окупил бюджетные вложения. 2016. *Новости Академпарка*. Пресс-центр Академпарка. URL: http://www.academpark.com/press_center/news/22451/

Здравомыслова Е., Тёмкина А. 2007. Категоризация взаимодействий: конструирование гендерной идентичности в сексуальной сфере. В сб.: Здравомыслова Е., Тёмкина А. (отв. ред.). *Российский гендерный порядок. Социологический подход.* СПб.: Изд-во ЕУСПб; 250–264.

Иванов Д. С., Кузык М., Симачёв Ю. 2012. Стимулирование инновационной деятельности российских производственных компаний: новые возможности и ограничения. *Форсайт.* 6 (2): 18–41. URL: https://foresight-journal.hse.ru/2012-6-2/56091834.html

Игнатов И. 2012. Роль Акта Бэя—Доула (Bayh—Dole Act-1980) в трансфере научных знаний и технологий из американских университетов в корпоративный сектор: итоги тридцатилетнего пути. *Наука. Инновации. Образование.* 12: 159–188.

Ленуар Р. et al. 2001. *Начала практической социологии.* СПб.: Алетейя.

Мейер Дж., Роуэн Б. 2011. Институционализированные организации: формальная структура как миф и церемониал. *Экономическая социология.* 12 (1): 43–67. URL: https://ecsoc.hse.ru/2011-12-1/42286824.html

Место встречи идей и денег. Интервью с генеральным директором Технопарка Новосибирского Академгородка Дмитрием Верховодом 2014. *Сиб.фм*. 29 октября. URL: http://www.academpark.com/press_center/first_person/21269/.

Моисеев С. 2010. Представление об инновациях субъектов, вовлечённых в инновационную деятельности. *Курсовая работа.* Томский государственный университет. URL: https://www.academia.edu/34810549/Представление_об_инновации_субъектов_вовлеченных_в_инновационную_деятельность

Национальный доклад об инновациях в России. 2015. URL: https://www.rvc.ru/upload/iblock/b70/NROI_RVC.pdf

Норт Д. 1997. *Институты, институциональные изменения и функционирование экономики.* М.: Фонд экономической книги «НАЧАЛА».

О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам создания бюджетными научными и образовательными учреждениями хозяйственных обществ в целях практического применения (внедрения) результатов интеллектуальной деятельности. 2009. 2 августа. *Федеральный закон № 217-ФЗ*. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_90201/

О мерах государственной поддержки развития кооперации российских высших учебных заведений и организаций, реализующих комплексные проекты по созданию высокотехнологичного производства. 2010. 9 апреля. *Постановление Правительства Российской Федерации № 218*. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_99318/

О ходе реализации стратегии инновационного развития России на период до 2020 года. 2014. Заседание президиума Совета при Президенте Российской Федерации по модернизации экономики и инновационному развитию России. *Сайт Правительства Российской Федерации*. URL: http://government.ru/news/16196/

Об инвестиционном товариществе. 2011. 28 ноября. *Федеральный закон* (№ 335-ФЗ) URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_122222/

Об утверждении долгосрочной целевой программы «Создание и развитие в Новосибирском Академгородке технопарка в сфере высоких технологий на 2011–2014 годы». 2010. 30 сентября. *Постановление Правительства Новосибирской области. № 159-п*. URL: http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/5400201606030001

Олдрич Х. 2005. Предпринимательские стратегии в новых организационных популяциях. *Экономическая социология.* 6 (4): 39–53. URL: https://ecsoc.hse.ru/2005-6-4/26592677.html

Основные направления политики Российской Федерации в области развития инновационной системы на период до 2010 года. 2005. 5 августа. *Постановление Правительства Российской Федерации. № 2473п-П7*. URL: http://elementy.ru/Library9/r2473.htm.

Правительство РФ одобрило стратегию инновационного развития до 2020 г. 2011. *РИА Новости*. URL: http://ria.ru/nano_news/20110907/431859090.html

Путин В. В. 2001. *Выступление на встрече с членами президиума Российской академии наук*. Москва. Кремль. URL: http://kremlin.ru/events/president/transcripts/21425

Россия: курс на инновации. 2013. *Открытый экспертно-аналитический отчёт о ходе реализации «Стратегии инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года»*. Вып. 1. М.: РВК; при содействии Министерства экономического развития РФ. URL: http://www.rvc.ru/upload/iblock/87b/Report_2_RU.pdf

Создание в Российской Федерации технопарков в сфере высоких технологий. 2014. *Минкомсвязь России*. URL: http://minsvyaz.ru/ru/activity/programs/2/.

Специалисты для Академпарка: каким должен быть будущий инноватор? 2012. Интервью с Д. Б. Верховодом, генеральным директором ОАО «Технопарк Новосибирского Академгородка». 1 марта. *Сибкрай.ru.* URL: http://sibkray.ru/conference/279401/?ELEMENT_ID=279401

Стерлигов И. 2010. Сколько государство потратило на модернизацию. *Forbes.ru.* URL: http://www.forbes.ru/blogpost/51055-skolko-gosudarstvo-potratilo-na-modernizatsiyu

Стратегия инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года (утв. распоряжением Правительства РФ от 8 декабря 2011 г. № 2227-р). 2011. URL: http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/70006124/#ixzz54qv6TGEX

Стратегия развития науки и инноваций в Российской Федерации на период до 2015 года (утв. Межведомственной комиссией по научно-инновационной политике от 15 февраля 2006 г. № 1). 2006. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_101907/

Флигстин Н. 2001. Поля, власть и социальные навыки: критический анализ новых институциональных течений. *Экономическая социология.* 2 (4): 28–55. URL: https://ecsoc.hse.ru/2001-2-4/26593256.html

Черныш А. 2012. Когда возможны инновации: социальная укоренённость и доверие в сообществе технологических предпринимателей. *Этнографическое обозрение.* 3: 65–77.

Штейнберг И. et al. 2009. *Качественные методы. Полевые социологические исследования.* СПб.: Алетейя.

Arthur B. 1989. Competing Technologies and Lock-In by Historical Events. *Economic Journal.* 99: 394: 116–131.

Bychkova O., Chernysh A., Popova E. 2015. Dirty Dances: Academia-Industry Relations in Russia. *Triple Helix*. 2 (13): 1–20.

Bychkova O. 2016. Innovation by coercion: Emerging institutionalization of university-industry collaborations in Russia. *Social Studies of Science*. 46 (4): 511–535.

David P. 1985. Clio and the Economics of QWERTY. *American Economic Review*. 75 (2): 332–337.

DiMaggio P. 1988. Interest and Agency in Institutional Theory. In: Zucker L. (ed.). *Institutional Patterns and Organization.* Cambridge, MA.: Ballinger Press; 3–21.

Fligstein N., McAdam D. 2011. Towards a General Theory of Strategic Action Fields. *Sociological Theory.* 29 (1): 1–26.

Fligstein N., McAdam D. 2012. *A Theory of Fields.* New York: Oxford University Press.

Garud R., Hardy C., Maguire S. 2007. Institutional Entrepreneurship as Embedded Agency: An Introduction to the Special Issue. *Organization Studies.* 28 (7): 957–969.

Godin B. 2008. Innovation: the History of a Category. Working Paper No. 1. URL: http://www.csiic.ca/PDF/IntellectualNo1.pdf

Gokhberg L. 2010. Principles for a New-Generation Innovation Policy. *Baltic Rim Economies.* 3: 92.

International Association of Science Parks and Areas of Innovation. Site. URL: https://www.iasp.ws/Our-industry/Definitions

Jepperson R. 1991. Institutions, Institutional Effects, and Institutionalization. In: Powell W., DiMaggio P. (eds). *The New Institutionalism in Organizational Theory.* Chicago, IL.: University of Chicago Press; 143–163.

Oslo Manual Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data. 3rd edn. 2005. URL: http://ec.europa.eu/eurostat/documents/3859598/5889925/OSLO-EN.PDF

Powell W., Colyvas J. 2008. Microfoundations of Institutional Theory. In: Greenwood R. et al. (eds). *The Sage Handbook of Organizational Institutionalism.* New York: Sage; 276–298.

Scott W. 2008. *Institutions and Organizations: Ideas and Interests.* 3rd edn. Los Angeles; London; New Delhi: Sage Publications.

Stinchcombe A. 1965. Social Structure and Organizations. In: March J. (ed.). *Handbook of Organizations.* Chicago: Rand McNally; 142–193.

Weick K. E., Sutcliffe K. M., Obstfeld D. 2005. Organizing and the Process of Sensemaking. *Organization Science.* 16 (4): 409–421.

NEW TEXTS

Anna Chernysh

Institutionalization of the Rules in Russian Innovation Policy in the 2000s. On the Example of a Business Incubator in the Novosibirsk Region

CHERNYSH, Anna — MA in Sociology, Researcher, Project Manager, Consulting Company "Aventica". Address: 69 Sadovnicheskaya emb., Moscow, 115035, Russian Federation.

Email: annchernysh@gmail.com

Abstract

The article explores how the rules of state support policy for innovation development arose and were fixed in Russia in the 2000s. The author considers Russian business incubators as a new organizational form that emerged as a result of the institutionalization of those rules. She analyzes this process through the prism of new institutionalism ideas in organizational theory and economic sociology. The author examines the launch of the state technopark and business incubator in the Novosibirsk region on the empirical basis of 26 structured interviews with the main stakeholders of the business incubator. The analysis focuses on the role and resources of the institutional entrepreneurs in the emergence of the new organizational form. The article describes the context of the process itself, the groups and actors who were involved in disputes about the business incubator rules, the results of communication among them, and the importance of social skills.

The history of the business incubator development shows features of the institutionalization of the rules of state support policy for innovation development. That is, institution building has a better chance of success if there are not only already existing informal rules and profile practices, but also a working negotiation process between relevant stakeholders in search of suitable motivations for reaching common goals. This fact translates the professional task into a political dimension. Requests for innovation from the federal authorities also gives sociopolitical legitimacy, which is necessary for effective negotiation.

Keywords: new organizational form; business incubator; innovation; institutional entrepreneurship; social skills; sensemaking.

Acknowledgements

The author thanks the Policy Analysis and Studies of Technology Center at The Tomsk State National Research University for the opportunity to intern at their institution, which contributed to the preparation of this article.

References

1 trln. rubley v neizvestnost' [1 Billion Rubles into the Obscurity] (2010) *Vedomosti*. 4 March. Available at: https://www.hse.ru/news/3018164/15690616.html (accessed 20 January 2018) (in Russian).

Arthur B. (1989) Competing Technologies and Lock-In by Historical Events. *Economic Journal*, vol. 99, no 394, pp. 116–131.

Artyushina A., Chernysh A. (2012) Sotsial'nyye "portrety" tekhnologicheskikh predprinimateley na fone innovatsionnoy ekosistemy regiona. Sluchay g. Novosibirska i Novosibirskoy oblasti [Social Portraits of Technology Entrepreneurs on the Background of the Regional Innovation Ecosystem. The Case of Novosibirsk and Novosibirsk Region]. *Otchet po rezul'tatam issledovaniya Tsentr issledovaniy nauki i tekhniki EUSPb* [Research Report Created by Center for Science and Technology Studies EUSP]. Available at: https://eu.spb.ru/images/sts/отчет_Новосибирск_обл.pdf (accessed 20 January 2018) (in Russian).

Bychkova O., Chernysh A., Popova E. (2015) Dirty Dances: Academia-Industry Relations in Russia. *Triple Helix*, vol. 2, no 13, pp. 1–20.

Bychkova O. (2016) Innovation by Coercion: Emerging Institutionalization of University-Industry Collaborations in Russia. *Social Studies of Science*, vol. 46, no 4, pp. 511–535.

Chernysh A. (2012) Kogda vozmozhny innovatsii: sotsial'naya ukorenyonnost' i doverie v soobshchestve tekhnologicheskikh predprinimateley [When Innovations are Possible: Social Embeddedness and Trust in a Community of Technological Entrepreneurs]. *Etnograficheskoe obozrenie*, no 3, pp. 65–77 (in Russian).

David P. (1985) Clio and the Economics of QWERTY. *American Economic Review*, vol. 75, no 2, pp. 332–337.

DiMaggio P. (1988) Interest and Agency in Institutional Theory. *Institutional Patterns and Organization*, Cambridge, MA.: Ballinger Press, pp. 3–21.

DiMaggio P., Powell W. (2010) Novyy vzglyad na "zheleznuyu kletku": institutsional'nyy izomorfizm i kollektivnaya ratsional'nost' v organizatsionnykh polyakh [The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields]. *Journal of Economic Sociology = Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 11, no 1, pp. 34–56. Available at: https://ecsoc.hse.ru/2010-11-1/26595675.html (accessed 20 January 2018) (in Russian).

Dmitriy Verkhovod: Akadempark polnostyu okupil byudzhetnyie vlozheniya [Dmitry Verkhovod: Academic Park has Fully Recouped Budget Investments]. (2016) *Novosti Akademparka*. Available at: http://www.academpark.com/press_center/news/22451/ (accessed 20 January 2018) (in Russian).

Fligstein N., McAdam D. (2011) Towards a General Theory of Strategic Action Fields. *Sociological Theory*, vol. 29, no 1, pp. 1–26.

Fligstein N., McAdam D. (2012) *A Theory of Fields*, New York: Oxford University Press.

Fligstien N. (2001) Polya, vlast' i sotsial'nye navyki: kriticheskiy analiz novykh institutsional'nykh techeniy [Fields, Power, and Social Skill: A Critical Analysis of the New Institutionalisms]. *Journal of Economic Sociology = Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 2, no 4, pp. 28–55. Available at: https://ecsoc.hse.ru/2001-2-4/26593256.html (accessed 20 January 2018) (in Russian).

Garud R., Hardy C., Maguire S. (2007) Institutional Entrepreneurship as Embedded Agency: An Introduction to the Special Issue. *Organization Studies*, vol. 28, no 7, pp. 957–969.

Gershman M. (2013) Programmy innovatsionnogo razvitiya kompaniy s gosudarstvennym uchastiem: pervye itogi [Innovation Development Programmes for the State-Owned Companies: First Results]. *Foresight-*

Russia, vol. 7, no 1, pp. 28–43 Available at: https://foresight-journal.hse.ru/2013-7-1/78482281.html (accessed 20 January 2018) (in Russian).

Godin B. (2008) Innovation: The History of a Category. *Working Paper No 1*. Available at: http://www.csiic.ca/PDF/IntellectualNo1.pdf (accessed 20 January 2018).

Gokhberg L. (2010) Principles for a New-Generation Innovation Policy. *Baltic Rim Economies,* no 3, p. 92.

Gokhberg L., Kitova G., Roud V (2014) Nalogovaya podderzhka nauki i innovatsiy: spros i ehffekty [Tax Incentives for R&D and Innovation: Demand versus Effects]. *Foresight-Russia*, vol. 8, no 3, pp. 18–41. Available at: https://foresight-journal.hse.ru/2014-8-3/134334739.html (accessed 20 January 2018) (in Russian).

Granovetter M. (2002) Ekonomicheskoe deystvie i sotsial'naya struktura: problema ukorenennosti [Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness]. *Journal of Economic Sociology = Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 3, no 3, pp. 44–58. Available at: https://ecsoc.hse.ru/2002-3-3/26593518.html (accessed 20 January 2018) (in Russian).

Ignatov I. (2012) Rol' Akta Behya—Doula (Bayh—Dole Act-1980) v transfere nauchnykh znaniy i tekhnologiy iz amerikanskikh universitetov v korporativnyy sektor: itogi tridtsatiletnego puti [The Role of Bayh—Dole Act-1980 in Scientific Knowledge and Technology Transfer from American University to the Corporate Sector: Results of the Thirty Years]. *Nauka. Innovatsii. Obrazovanie*, no 12, pp. 159–188 (in Russian).

International Association of Science Parks and Areas of Innovation. Available at: https://www.iasp.ws/Our-industry/Definitions (accessed 20 January 2018).

Ivanov D., Kuzyk M., Simachev Y. (2012) Stimulirovanie innovatsionnoy deyatel'nosti rossiyskikh proizvodstvennykh kompaniy: novye vozmozhnosti i ogranicheniya [Fostering Innovation Performance of Russian Manufacturing Enterprises: New Opportunities and Limitations]. *Foresight-Russia*, vol. 6, no 2, pp. 18–41. Available at: https://foresight-journal.hse.ru/2012-6-2/56091834.html (accessed 20 January 2018) (in Russian).

Jepperson R. (1991) Institutions, Institutional Effects, and Institutionalization. *The New Institutionalism in Organizational Theory,* Chicago, IL: University of Chicago Press, pp. 143–163.

Lenoir R., Merllie D., Pinto L., Champagne P. (2001) *Nachala prakticheskoy sotsiologii* [Introduction to the Practical Sociology], St. Petersburg: Aleteyya (in Russian).

Mesto vstrechi idey i deneg. Interv'yu s general'nym direktorom Tekhnoparka Novosibirskogo Akademgorodka Dmitriem Verkhovoda [A Place for Meeting of Ideas and Money. Interview with Dmitry Verkhovod, General Director of Technopark of Academic Town in Novosibirsk] (2014) *Sib.fm*. 29 October. Available at: http://www.academpark.com/press_center/first_person/21269/ (accessed 20 January 2018) (in Russian).

Meyer J., Rowan B. (2011) Institutsionalizirovannye organizatsii: formal'naya struktura kak mif i tseremonial [Institutionalized Organizations: Formal Structure as Myth and Ceremony]. *Journal of Economic Sociology = Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 12, no 1, pp. 43–67. Available at: https://ecsoc.hse.ru/2011-12-1/42286824.html (accessed 20 January 2018) (in Russian).

Moiseev S. (2010) Predstavlenie ob innovatsiyakh subyektov, vovlechennykh v innovatsionnuyu deyatel'nost' [Interpretations of the Term Innovation by Actors Involved in Innovation Activities]. *Kursovaya rabota* [Student Coursework]. Tomsk State University. Available at: https://www.academia.edu/34810549/Представление_об_инновации_субъектов_вовлеченных_в_инновационную_деятельность (accessed 20 January 2018) (in Russian).

Natsionalnyy doklad ob innovatsiyakh v Rossii [National Report on Innovations in Russia]. (2015) Available at: https://www.rvc.ru/upload/iblock/b70/NROI_RVC.pdf (accessed 20 January 2018) (in Russian).

North D. (1997) *Instituty, institutsional'nye izmeneniya i funktsionirovanie ekonomiki* [Institutions, Institutional Change and Economic Performance], Moscow: Fond ekonomicheskoy knigi «NACHALA» (in Russian).

O khode realizatsii strategii innovatsionnogo razvitiya Rossii na period do 2020 goda. Sayt Pravitelstva Rossiyskoy Federatsii [On How Strategy for Development of Innovations in Russia unitl 2020 is Being Realized. Government of the Russian Federation's Website] (2014) Zasedanie prezidiuma Soveta pri Prezidente Rossiyskoy Federatsii po modernizatsii ekonomiki i innovatsionnomu razvitiyu Rossii [Meeting of the Presidium of the Council under the President of the Russian Federation on Economic Modernization and Innovation Development of Russia]. Available at: http://government.ru/news/16196/ (accessed 20 January.2018) (in Russian).

O vnesenii izmeneniy v otdel'nye zakonodatel'nye akty Rossiyskoy Federatsii po voprosam sozdaniya budzhetnymi nauchnymi i obrazovatel'nymi uchrezhdeniyami khozyaystvennykh obshchestv v tselyakh prakticheskogo primeneniya (vnedreniya) rezul'tatov intellektual'noy deyatel'nosti [On Amendments to Some Laws of the Russian Federation on Creating Economic Societies by Public Institutions of Sciences and Education for Practical Applications of Results of Intellectual Activities] (2009) 2 August. *Federal Law No 217-FZ*. Available at: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_90201/ (accessed 20 January 2018) (in Russian).

Ob innovatsionnom tovarishchestve [On Innovative Partnership]. (2011) 28 November. *Federal Law No 335-FZ*. Available at: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_122222/ (accessed 20 January 2018) (in Russian).

Ob utverzhdenii dolgosrochnoy tselevoy programmyi "Sozdanie i razvitie v Novosibirskom Akademgorodke tekhnoparka v sfere vysokikh tehnologiy na 2011–2014 gody" [On the Approval of the Long-Term Target Program "Creation and Development of the Technopark in the High-Tech Sphere for 2011–2014 in the Novosibirsk Akademgorodok"]. (2010) Sepnember 30. *Postanovlenie Pravitelstva Novosibirskoy oblasti*. No. 159-p [Novosibirsk Region Government Resolution No. 159-p]. Available at: http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/5400201606030001 (accessed 20 January 2018) (in Russian).

Oldrich H. (2005) Predprinimatel'skie strategii v novyh organizacionnyh populyaciyah [Entrepreneurial Strategies in New Organizational Populations]. *Journal of Economic Sociology = Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 6, no 4, pp. 39–53. Available at: https://ecsoc.hse.ru/2005-6-4/26592677.html (accessed 20 January 2018) (in Russian).

Oslo Manual Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data, 3rd ed. (2005) Available at: http://ec.europa.eu/eurostat/documents/3859598/5889925/OSLO-EN.PDF (accessed 20 January 2018).

Osnovnyie napravleniya politiki Rossiyskoy Federatsii v oblasti razvitiya innovatsionnoy sistemyi na period do 2010 goda [The Main Directions of the Policy of the Russian Federation in the Development of the Innovation System until 2010]. 2005. August 5. Postanovlenie pravitel'stva Rossiyskoy Federatsii No. 2473п-П7 [The Resolution of the Government of the Russian Federation No. 2473п-П7]. Available at: http://elementy.ru/Library9/r2473.htm (accessed 20 January 2018) (in Russian).

Powell W., Colyvas J. (2008) Microfoundations of Institutional Theory. *The Sage Handbook of Organizational Institutionalism (*eds. R. Greenwood, C. Oliver, R. Suddaby, K. Sahlin*)*, New York: Sage, pp. 276–298.

Pravitelstvo Rossii odobrilo strategiyu innovatsionnogo razvitiya do 2020 g [The Russian Government Approved the Strategy of Innovative Development until 2020] (2011) *RIA Novosti*. Available at: http://ria.ru/nano_news/20110907/431859090.html (accessed 20 January 2018) (in Russian).

Putin V. V. (2001) *Vystuplenie na vstreche s chlenami prezidiuma Rossiyskoy akademii nauk* [Speech at the Meeting with Fellows of the Academy of Science of the Russian Federation]. Moscow. Kremlin. Available at: http://kremlin.ru/events/president/transcripts/21425 (accessed 20 January 2018) (in Russian).

Rossiya: kurs na innovatsii [Russia: Toward Innovations]. (2013) *Otkrytyy ekspertno-analitichesky otchet o khode realizatsii "Strategii innovatsionnogo razvitiya Rossiyskoy Federatsii na period do 2020 goda"* [Public Expert and Analytical Report on How "Strategy for Development of Innovations in the Russian Federation until 2020"]. Available at: http://www.rvc.ru/upload/iblock/87b/Report_2_RU.pdf (accessed 20 January 2018) (in Russian).

Scott W. (2008) *Institutions and Organizations: Ideas and Interests.* 3rd ed., Los Angeles; London; New Delhi: Sage Publications.

Shteynberg I., Shanin T., Kovalev E., Levinson A. (2009) *Kachestvennye metody. Polevyye sotsiologicheskie issledovaniya* [Qualitative Methods. Field Sociological Research], St. Petersburg: Aleteyya (in Russian).

Sozdanie v Rossiyskoy Federatsii tehnoparkov v sfere vysokikh tehnologiy [The State Program "Establishment of High-Tech Technology Parks in the Russian Federation"]. (2014) *Minkomsvyaz Rossii.* Available at: http://minsvyaz.ru/ru/activity/programs/2/ (accessed 20 January 2018) (in Russian).

Specialisty dlya Akademparka: kakim dolzhen byt' budushchiy innovator? [Specialists for Academypark: What Kind of Future Innovator Should Be?] (2012) Interv'yu s D. B. Verkhovodom, general'nym direktorom OAO "Tekhnopark Novosibirskogo Akademgorodka" [Interview with D. B. Verkhovod, General Director of "Technopark of Academytown in Novosibirsk"]. 1 March. Sibkray.ru. Available at: http://sibkray.ru/conference/279401/?ELEMENT_ID=279401 (accessed 20 January 2018) (in Russian).

Sterligov I. (2010) Skolko gosudarstvo potratilo na modernizatsiyu [How Much did the State Spend on Modernization?]. *Forbes.ru.* Available at: http://www.forbes.ru/blogpost/51055-skolko-gosudarstvo-potratilo-na-modernizatsiyu (accessed 20 January 2018) (in Russian).

Stinchcombe A. (1965) Social Structure and Organizations. *Handbook of Organizations* (ed. J. March), Chicago: Rand McNally, pp. 142–193.

Strategiya razvitiya nauki i innovatsiy v Rossiyskoy Federatsii na period do 2015 goda [Strategy for the Development of Science and Innovations in the Russian Federation until 2015]. (2006) February 15. Available at: http://www.nspu.ru/upload/innovacii/starategia_RF_2015.pdf (accessed 20 January 2018) (in Russian).

V ramkakh kompleksnoy programmyi sozdaniya tekhnoparkov prakticheski ne nachato stroitelstvo trekh [To the End of the State Program "Establishment of High-Tech Technology Parks in the Russian Federation" the Construction of Three Technology Parks has not been Practically Begun] (2015). *Schetnaya palata Rossiyskoy Federatsii = Accounts Chamber of the Russian Federation*. Available at: http://www.ach.gov.ru/activities/control/20302/ (accessed 20 January 2018) (in Russian).

Weick K. (2015). *Smysloproizvodstvo v organizatsiyakh* [Sensemaking in Organizations], Khar'kov: Gumanitarnyy tsentr (in Russian).

Weick K. E., Sutcliffe K. M., Obstfeld D. (2005) Organizing and the Process of Sensemaking. *Organization Science*, vol. 16, no 4, pp. 409–421.

Zdravomyslova E., Temkina A. (2007) Kategorizatsiya vzaimodeystviy: konstruirovanie gendernoy identichnosti v seksual'noy sfere [Categorization of Interaction: The Construction of Gender Identity in a Sexual Area]. *Rossiyskiy gendernyy poryadok. Sotsiologicheskiy podkhod* [Russian Gender Norms: A Sociological Approach] (eds. E. Zdravomyslova, A. Temkina), St. Petersburg: Izd-vo EUSPb, pp. 250–264 (in Russian).

Received: October 15, 2017
Citation: Chernysh A. (2018) Institutsionalizatsiya pravil gosudarstvennoy podderzhki innovatsionnoy deyatel'nosti v Rossii 2000-kh gg. Na primere biznes-inkubatora v Novosibirskoy oblasti [Institutionalization of the Rules in Russian Innovation Policy in the 2000s. On the Example of a Business Incubator in the Novosibirsk Region]. *Journal of Economic Sociology = Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 18, no 1, pp. 25–61. doi: 10.17323/1726-3247-2018-1-25-61 (in Russian).

НОВЫЕ ПЕРЕВОДЫ

Ш. Зукин

Обнажённый город

Смерть и жизнь аутентичных городских пространств[1]

ЗУКИН, Шэрон — профессор социологии Бруклинского колледжа и центра аспирантуры Городского университета в Нью-Йорке. Адрес: США, 100116, штат Нью-Йорка, г. Нью-Йорк, Пятая Авеню, д. 365.

Email: zukin@brooklyn.cuny.edu

Перев. с англ.

Публикуется с разрешения Издательства Института им. Е. Т. Гайдара

Книга Шэрон Зукин «Обнажённый город» является продолжением её предыдущих работ — «Жизнь в лофтах» («Loft Living», 1982) и «Культура городов» («The Cultures of Cities», 1995) и представляет обновлённый взгляд автора на то, как люди используют капитал и культуру в г. Нью-Йорке. В центре внимания исследователя находится характерный для многих современных мегаполисов конфликт между стремлением жителей к аутентичным корням и новыми началами городов, то есть желанием жителей отстоять своё право на определение места своего обитания в условиях новой застройки, давления стремительных перемен и доминирования эстетики стандартизации. Автор показывает, как в упомянутом конфликте конструируется ощущение аутентичности в «общих» и «необщих» городских пространствах. Каждая глава книги повествует о разных районах и популярных местах г. Нью-Йорка и раскрывает различные измерения современного понимания аутентичности, дабы уловить фундаментальные изменения Нью-Йорка, произошедшие с 1960-х гг. под смешанным воздействием частных инвесторов, государства, СМИ и потребительских вкусов.

Журнал «Экономическая социология» публикует «Предисловие. Город, потерявший душу» («Introduction. The City That Lost Its Soul»), в котором раскрывается общий замысел книги. Здесь автор объясняет причины возникновения и суть коллективного движения жителей в начале 1960-х гг., во время борьбы с властями и инвесторами за аутентичный городской опыт. В предисловии также прослеживается трансформация понятия «аутентичность», которая изначально была свойством человека, потом — свойством вещи, а в наше время становится свойством жизненного опыта и инструментом власти. И наконец, Зукин подробно описывает структуру монографии.

Ключевые слова: аутентичность; г. Нью-Йорк; мегаполис; культура; потребление; власть; урбанистические исследования.

Предисловие. Город, потерявший душу

> Это была история о корнях — по сути, история творения, — повесть о современном яростном стремлении к началам, перезагрузке и обновлению; или, если кратко, история о генезисе генезиса.
>
> Герберт Масчамп. *New York Times*. 2007, February 28

[1] Зукин Ш. Обнажённый город: смерть и жизнь аутентичных городских пространств. М.: Изд-во Института им. Е. Т Гайдара. Перев. с англ.: Zukin S. 2009. *Naked City. The Death and Life of Authentic Urban Places*. Oxford: Oxford University Press.

В начале XXI века Нью-Йорк потерял свою душу. Одни могут усомниться, что у города есть душа, потому что Нью-Йорк всегда рос, сбрасывая прошлое, как кожу, снося старые районы и возводя на их месте новые, обычно — в грязной борьбе за финансовую выгоду. Другие просто пожмут плечами, потому что сегодня большие города стирают свою шероховатую, кирпично-цементную историю ради построения глянцевого будущего. Пекин, Шанхай и другие китайские города вычищают узкие обшарпанные улочки в центре, сносят старые жилые постройки на окраинах и заменяют маленькие старые дома дорогими апартаментами и новыми небоскрёбами с эффектным дизайном. Ливерпуль и Бильбао разбирают свои заброшенные пристани и превращают состарившиеся доки и склады в музеи современного искусства. В Лондоне, Париже и Нью-Йорке художники и джентрификаторы приходят в старые иммигрантские районы, восхваляют пролетарские бары и заведения, торгующие едой на вынос, но заполняют эти районы новыми кафе и бутиками, за которыми вскоре следуют сетевые магазины. Универсальная риторика элитарного роста, основанная на экономической власти капитала и государства и культурной власти медиа и вкусов потребителей, служит движущей силой этих перемен и обнажает конфликт между стремлением жителей к аутентичным корням — традиционным, мифическим стремлением к истокам — и новыми началами, постоянным переизобретением сообществ[2].

Рис. 1. «Вневременная» урбанистическая деревня. Город Нью-Йорк, Элизабет-стрит, NoLITa, 2001. Фотография Ричарда Розена

Разговоры об аутентичности города вообще могут показаться абсурдными. Особенно в отношении такой глобальной столицы, как Нью-Йорк, где ни у людей, ни у зданий нет ни малейшего шанса обзавестись патиной времени. Большинство жителей не родились в этом городе и не жили в одном и том же доме на протяжении нескольких поколений, а физическая ткань города вокруг них постоянно меняется. На самом деле, по всему миру под манхэттенизацией города подразумевается всё, что *не связано* с аутентичностью: высотки, которые с каждым годом становятся всё выше; огромные толпы, где никто не знает вашего имени; высокие цены за плохие бытовые условия и жёсткая конкуренция за то, чтобы считаться стильным. В последнее время, однако, у аутентичности появилось иное значение, которое имеет мало отношения к корням, но много — к стильности. Концепция перешла со свойства людей на свойство вещей, а совсем недавно — на свойство жизненного опыта. Журнал «Time» назвал аутентичность одной из десяти самых важных идей 2007 г., отчасти благодаря пиар-кампании двух гуру маркетинга — Джеймса Гилмора и Б. Джозефа Пайна II, которые подчёркивают в своей работе переход от вещей к опыту, а отчасти вследствие тревоги, подпитываемой такими социальными теоретиками, как Вальтер Беньямин и Жан Бодрийяр, которые говорят, что из-за технологий, имитации новизны и

[2] Я использую термины «корни» (*origins*) и «новые начала» (*new beginnings*) исходя из противопоставления, предложенного Эдвардом Саидом (см.: [Said 1985]). Публичное обсуждение понятия «душа» см.: [Chan 2007; Barwick 2008].

обычной шумихи, связанной с культурой потребления, жизненный опыт всё больше сводится к внешним проявлениям. Рассматриваемый с одной из этих точек зрения город становится аутентичным, если он может создать опыт корней. Это делается путём сохранения исторических зданий и районов, поддержки развития небольших бутиков и кафе и брендирования районов с точки зрения ярко выраженной культурной идентичности [Baudrillard 1998; Benjamin 1999; Gilmore, Pine II 2007; Cover Story 2008].

Реальна она или нет, но аутентичность становится инструментом власти. Любая группа, настаивающая на том, что её вкусы, в отличие от других, аутентичны, вправе претендовать на моральное превосходство. Но группа, навязывающая свои собственные вкусы городскому пространству — скажем, своё видение улицы или своё восприятие района, — может заявлять свои претензии на это пространство таким образом, что это приведёт к выселению из него старожилов. И уж наверняка группа, которая в состоянии позволить себе платить более высокую арендную плату, также может быть вполне уверена, что её притязания будут удовлетворены: художники выселяют мелких производителей из лофтов, где те жили и работали, а художников, в свою очередь, выселяют юристы и медиа воротилы, покупающие те же самые лофты как роскошные кондоминиумы; магазин сыров для гурманов или причудливый кофе-бар вытесняет пункт по обналичиванию чеков или лавочку, торгующую готовой едой навынос, а их, в свою очередь, вытесняют сетевые магазины, готовые платить тысячи долларов в месяц, чтобы находиться в этом месте. Однако это не просто финансовая власть над пространством. Ещё более важна власть *культурная*. Новые вкусы вытесняют вкусы старожилов, подкрепляя образы роста из риторики политиков и превращая город в круглосуточную зону развлечений с безопасным, чистым, предсказуемым пространством и современными, престижными районами. Социолог Джон Ханниган говорит, что более зрелищные новые городские культурные пространства — диснеифицированная Таймс-сквер или хипстерский район арт-галерей, концертных площадок и веганских кафе — обещают безопасное возбуждение «безрискового риска». Для меня предпочтительнее банальная мысль об одомашнивании при помощи капучино[3], когда эстетически первозданные места повышают свою привлекательность в результате открытия Starbucks или другого кофебара. Вкусы, стоящие за этими новыми пространствами потребления, обладают большей мощью, потому что они выводят старожилов из зоны комфорта: постепенно места, поддерживавшие их образ жизни, превращаются в места, где старожилы поддерживают существование другого культурного сообщества. На смену «бистро» приходят «бодеги»[4], старомодные салуны трансформируются в коктейль-бары, а район в целом создаёт иной тип общения и социальной организации. Укоренённости старожилов новоприбывшие противопоставляют собственные истоки [Hannigan 1998].

Но кто осмелится сказать, что эти новые пространства не аутентичны? Новые магазины и новые люди производят новый городской «терруар»[5], то есть места с особым культурным продуктом и характером, которые можно рекламировать и продавать по всему миру, привлекая туристов и инвесторов и делая город безопасным, хотя и недешёвым, для среднего класса. Так было не всегда. Жизнь в первоначальной «урбанистической деревне», состоявшей из этнических и пролетарских кварталов, до 1960-х гг. была воссозданием традиции. В джентрифицированных и хипстерских районах, ставших с тех пор моделью городского опыта, аутентичность — это сознательно выбранный стиль жизни и поведения, а также средство вытеснения.

---

3 Впервые я использовала термин «одомашнивание при помощи капучино» (*domestication by cappuccino*) для описания процесса повышения уровня Брайант-парка в Среднем Манхэттене; см.: [Zukin 1995].

4 Bodega (*исп.*) — изначально «винный погреб» и «таверна»; слово того же корня, что «бутик» и «аптека». Теперь в США и других англоязычных странах также обозначает продуктовую лавку, специализирующуюся на испанских товарах. — *Примеч. перев.*

5 Я использую термин «терруар» (*terroir*), обычно обозначающий специфическое сочетание земли, культуры и климата, которое позволяет производить отличительные продукты или вино, чтобы указать на то, что особый характер городских районов — тоже производная специфических демографических, социальных и культурных процессов.

Стремление к аутентичному городскому опыту возникло как реакция на городской кризис 1960-х, когда американские города обыкновенно описывались как неизлечимые жертвы смертельной болезни. Более состоятельные и просто белые семьи переселялись в пригороды. Государственные школы, парки и улицы были убоги и предоставлены сами себе. Выбранных чиновников тревожил растущий разрыв между услугами, которые они должны были оказывать, и налогами, которые они могли собрать со всё более бедного населения, а также катастрофическая пропасть в восприятии между глянцевым и изысканным образами городского центра и кварталами, заброшенными собственниками жилья, жителями и предпринимателями.

Большие города и в самом деле теряли своё конкурентное преимущество. Государственная политика после Второй мировой войны помогала жителям пригородов больше, чем горожанам, а семьи из белого среднего класса, которые могли себе это позволить, часто при помощи займов, обеспеченных правительством США, покидали города, предпочитая более просторные дома с дворами и лучшие школы. Штаб-квартиры корпораций тоже покидали большие города ради предместий, где они растекались вдоль шоссе, создавая новые ползучие бизнес-зоны, окружённые со всех сторон парковками. Банки вкладывались в новые сталелитейные и автомобилестроительные заводы в Италии, Корее и Бразилии, а авиастроение, лёгкая промышленность и электроника искали себе производственные помещения и более дешёвую рабочую силу в пригородах и даже за границей. Кварталы рабочего класса в Детройте, Чикаго, Филадельфии и Бостоне, равно как и в Нью-Йорке, разрывались между послевоенным оптимизмом относительно социального прогресса и неспособностью понять и принять свою постиндустриальную судьбу или противостоять ей.

Когда городские власти стали осознавать, что имидж городов серьёзно пострадал, они обратились к крупным бизнесменам за разработкой новой стратегии роста. Города стали заманивать инвесторов и гостей — людей с деньгами — реконструкцией центра и прихорашиванием, чтобы выглядеть столь же привлекательно, как и пригороды. Начиная с 1970-х гг. застройщики торговых центров в деловых кварталах начали превращать заброшенные индустриальные и прибрежные земли в выгодные аттракционы, способные конкурировать с молами в предместьях. Культура — театры и музеи, предъявлявшие уникальный творческий продукт города, — искала более широкую аудиторию за пределами центра города. В 1980-х гг., когда финансовые компании и индустрия недвижимости стали играть ведущую роль в реформировании местных экономик, особенно в таких глобальных городах, как Нью-Йорк, районы с высокой концентрацией культурных институций, этнические зоны, ориентированные на туристов, и лофты художников предложили ясный образ разнообразия для массового потребления. К 1990-м гг. коммерческий успех и слава, которую приобрели отдельные районы Нью-Йорка (особенно Сохо и Таймс-сквер) в глобальных медиа, казалось, оправдывали риторическое обещание новых начал [Zukin 1982; Frieden, Sagalyn 1989; Sagalyn 2001; Greenberg 2008].

Но городские власти забыли о корнях города. Под корнями имеется в виду не та группа, которая первая поселилась в районе; такое первенство было бы сложно, если не смешно, доказывать, так как каждый город состоит из слоёв исторических миграций. Понятие «корни» отсылает к моральному праву на город, которое позволяет людям «пускать корни». Это право обитать в данном пространстве, а не просто потреблять его как некий опыт. Аутентичность в этом смысле — это не театральная декорация исторических зданий, как в Сохо, и не игра ярких огней, как на Таймс-сквер; это беспрерывный процесс жизни и работы, постепенное выстраивание будничного опыта, ожидание того, что соседи и здания, которые есть здесь сейчас, останутся тут и завтра[6].

[6] По поводу влияния окружающей обстановки на опыт аутентичности у зрителей см.: [Grazian 2003]. По поводу развития города как театральной сцены см.: [Boyer 1993].

Город теряет душу, когда эта преемственность прерывается. Начинается всё с небольших перемен, которые вы внезапно замечаете в своём районе. Местный хозяйственный магазин или лавка по ремонту обуви неожиданно закрывается; стальные ставни опускаются на окна, где раньше были выставлены ряды банок с краской и наборы гаечных ключей; вывеску «Сдаётся» сменяют логотип «Кошачьей лапы», обещающий растяжку кож, и написанное от руки объявление: «Мы не несём ответственности за обувь, оставленную больше чем на 30 дней». Исчезают стиральные автоматы, потому что новые жители района покупают сразу две квартиры или целый четырёхэтажный дом, сносят перегородки, чтобы сделать комнаты больше, и устанавливают у себя собственные стиральные и сушильные машины. Спорт-бар, итальянский владелец которого всегда держал телевизор настроенным на трансляцию очередного футбольного матча, сперва становится видеосалоном, а потом и кафе Starbucks. Череда маленьких лавочек, так долго определявшая вид городского района, постепенно прерывается в результате прихода новых инвестиций, новых людей и «безжалостного бульдозера гомогенизации»[7].

Эти перемены не просто видимы, они преображают нашу будничную рутину. Одни из них приятны, как вкус нежного кофе латте вместо обжигающей чёрной бурды с кофеином, хотя и дороговаты, как в тех случаях, когда за чашку латте приходится платить вдвое больше, чем раньше, а за пару резиновых набоек — втрое, потому что новая лавочка по ремонту обуви вынуждена платить больше за аренду помещения. Другие перемены заставляют тебя чувствовать себя чужаком в районе, где ты прожил годы, и вдруг местную аптеку, где фармацевт знал все твои лекарства, сменяют аптечные сети Duane Reade или CVS, в которых даже кассиры всегда разные. «Каждый район настолько закончен и самодостаточен, — писал в 1949 г. Э. Б. Уайт, — и в нём настолько сильно чувство района, что многие ньюйоркцы всю свою жизнь проводят на территории, которая по своей площади даже меньше деревни. Дайте такому пройти два квартала в сторону, и он окажется на чужой земле и будет чувствовать себя некомфортно, пока не вернётся обратно» [White 1999: 36].

И дело не только в магазинах; люди тоже становятся другими. В некоторых кварталах художники, артисты, программисты и музыканты — «хипперати» — зависают в придорожных кафе, завтракают в два часа дня, а в полночь отправляются на концерты в бывших складах и музыкальных барах. В других зонах города редакторы, профессора, юристы и писатели катают коляски с младенцами, болтают по мобильникам и закупаются в маленьких дизайнерских магазинчиках. Эта «буржуазная богема» предпочитает вести комфортабельную жизнь, особенно когда заводит детей, но не хочет жить, как их собственные родители, в предместьях (уж точно не там!) и не возражает против некоторой грязи на улицах, лишь бы там было безопасно. В тех зонах, где живут хипстеры и джентрификаторы, в воздухе разлит новый космополитизм — толерантный, модный, расслабленный. И это неплохо. Но мало-помалу старые этнические районы вымирают вместе с фабриками, где старожилы выполняли свою привычную работу, с ирландскими барами, латиноамериканскими бодегами и ресторанами, предлагавшими афроамериканскую «душевную еду» (*soul food*), где можно было чувствовать себя как дома вдали от него. Люди, которые, казалось, были прочно укоренены в этих районах, начали исчезать.

Ещё недавно, в 1980-х гг., эти зоны выглядели убого: заброшенные дома, заваленные мусором или чем похуже пустыри. Фраза «там, на районе» означала соскальзывание вниз — от благопристойных магазинов и домов к бедным арендаторам, высокому уровню преступности и суровым пейзажам. Теперь это улица Бауэри, которая превратилась из трущоб в бульвар отелей-бутиков, это Гарлем с кафе, это Уильямсберг с квартирами у воды. Мы часто называем эти перемены джентрификацией, потому что перемещение людей богатых, хорошо образованных — джентри (Gentry) — в кварталы низшего класса, а вслед за этим и повышение цен на недвижимость трансформируют «угасающий» квартал в дорогой район со своим историческим или хипстерским очарованием.

[7] Это слова репортёра «New York Times» Клайда Хабермана, модератора панельного обсуждения на тему «Потерял ли Нью-Йорк свою душу?»; цит. по: [Chan 2007].

Поначалу такие перемены ограничиваются старейшими районами вблизи самого центра города, где грациозные здания из красного кирпича или темно-коричневого песчаника познали непростые времена и куда переселяются художники и писатели, а также иногда юристы, профессора и кураторы музеев, музыканты из инди-групп и дизайнеры в поисках хорошей жизни за умеренную плату, как говорил социолог Пьер Бурдьё об амбициозном потреблении людей, занятых в сфере культуры. Это могла быть Гринвич-Виллидж в 1920-х, Бруклин-Хайтс после Второй мировой, Парк-Слоуп в 1960-х или Сохо после 1970-х. Несколько лет спустя в зависимости от того, как щедро финансовые рынки награждают крупных инвесторов и их советников, цены на недвижимость вырастают по всему городу, и эти новые начала постепенно перебираются из центра в другие районы. В джентрифицированных зонах просто зажиточный высший средний класс продаёт свои мило отреставрированные дома и квартиры супербогачам. Британский географ Лоретта Лиз называет этот процесс суперджентрификацией. Но когда районы один за другим становятся престижными, а новые жители не просто чинят старые дома и лофты, но переселяются в новопостроенные роскошные апартаменты, семейные магазинчики заменяются отделениями банков, модными ресторанами и магазинами известных марок, тогда перед нами нечто большее, нежели просто ещё одна тенденция в джентрификации. Нил Смит называет это обобщённой джентрификацией. Я думаю, что на самом деле это широкий процесс реурбанизации, связанный с переменами, которые ослабили влияние старых отраслей промышленности и определяемого ими образа жизни, расширили пространство, занимаемое «белыми воротничками» и столь любимыми ими магазинами и другими видами потребления. Появляются новые жители, которые привносят свои вкусы и заботы в городскую разнородность, создают не только экономическое разделение, но культурный барьер между богатыми и бедными, молодыми и старыми. Вот что случается, когда город теряет свою душу [Bourdieu 1984: 370; Smith 2002: 440; Lees 2003].

Мы — первое поколение горожан, скорбящих о потере корней. В книге «Готэм: история города Нью-Йорка до 1998 г.» Эдвин Берроуз и Майк Уоллес отмечают, что ньюйоркцам приходилось мириться с эрозией физической ткани города, по крайней мере, начиная с великого строительного бума середины XIX века [Burrows, Wallace 1999]. Манхэттен — это «современный город руин», как писала газета «New York Mirror» в 1853 г. «Не успевает прекрасное здание появиться, как его уже сносят, — объявлял ежемесячник «Harper's Magazine». — Человек, родившийся в Нью-Йорке 50 лет назад, не найдёт ничего, абсолютно ничего из того, что он знал, в нынешнем Нью-Йорке». В начале XX века с палубы плывущего из Старого Света и заходящего в нью-йоркскую гавань корабля писатель Генри Джеймс присоединялся к этим стенаниям. Он оплакивал, что высотные здания — тогда 10-этажные — закрывают вид на шпиль церкви Троицы рядом с Уолл-стрит. Несмотря на солидность этих построек из стали и гранита, малыши-небоскрёбы представлялись его взгляду временными местоблюстителями в заполненной толпами «игольнице» Нижнего Манхэттена. Джеймс писал, что они остро нуждаются в чувстве истории. В отличие от «башен и храмов или крепостей и дворцов», этих могущественных напоминаний о древних корнях города, высотным зданиям Нью-Йорка недостаёт «авторитетности незыблемых или даже долговечных вещей» [James 1968: 77][8].

Генри Джеймс стал выразителем тем, актуальных по сей день: враждебность к новой застройке, желание сдержать стремительность перемен, отвращение к эстетике стандартизации — неприязнь к городу и району, которые выглядят как любой другой. Подобно парижанам середины XIX века, скорбевшим о том, что барон Осман выстроил новый город поверх средневековых корней, Джеймс живописует сожаление вокруг памятных ландшафтов и чувств, которые были разрушены волной нового строительства, подпитываемого экономическим ростом и пробой сил предпринимателей, возглавивших сталелитейную промышленность, железные дороги и банки. Но кроме того, правда, особенно этого не осознавая, он

[8] Джеймс также отмечает исчезновение дома своих родителей и первоначального здания Метрополитен-музея — «величественного, хотя и состоящего из лоскутов, в большом доме эксцентричного стиля на запад по 14-й улице» [James 1968: 190]; см. также: [Page 1999].

свидетельствует о высокомерии всей эры модернизации и государственной власти, когда политики ради собственных барышей помогали застройщикам менять назначение лучших земельных участков города.

Поднятые Генри Джеймсом темы поначалу заслонились процветанием и доступными кредитами на строительство, а потом — Великой депрессией и Второй мировой войной. Необходимость направить капитал на другие нужды предоставила американским городам 30-летнюю отсрочку во всём, что касалось сноса и строительства. Однако после окончания Второй мировой перевод экономики на мирные рельсы принёс инвестиции в дороги и пригородное жилищное строительство, а под давлением со стороны городских властей и застройщиков — и в перестройку городских центров, которые к тому времени выглядели изношенными и обшарпанными, в отличие от новых ранчо и торговых центров Левиттауна и долины Сан-Фернандо, мешали США поддерживать образ глобальной державы. Во время Великой депрессии главы бизнеса и общенациональных групп, лоббировавших интересы индустрии недвижимости, постоянно призывали к государственным инвестициям, чтобы убрать «уныние» из дешёвого жилья, гостиниц с одноместными номерами и с улиц развлечений. Всё это группировалось в запущенных трущобах вокруг центральных площадей больших городов с обычными зданиями муниципалитета, автовокзала и универмагов. В отличие от Франклина Д. Рузвельта, бизнесмены не предлагали строить достойное жильё для городской бедноты. Но после войны местные бизнес-лидеры и выбранные чиновники готовы были брать из федерального бюджета деньги на строительство общественного жилья и административных зданий, если им при этом позволяли сносить кварталы, в которых жила городская беднота и рабочий класс, и строить корпоративные офисные башни, роскошное жильё, культурные центры и гостиницы. Раздел 1 федерального Акта о жилищном строительстве (Housing Act), принятого Конгрессом в 1949 г., предусматривал финансирование этих проектов, а также расширение городских университетов и позволял застройщикам и предпринимателям из общественного сектора самим определять дальнейший рост города [Caro 1974; Beauregard 1993; Zipp 2006].

Такое видение города вызвало возражения и даже возмущение. Вспомнились основные темы, когда-то поднятые Генри Джеймсом, но теперь они обсуждались в гораздо более популистском ключе. Писателю никогда не нравились иммигранты, в частности евреи, которые в его время заполонили улочки жилых районов Нижнего Ист-Сайда. И критики городского обновления добавили к враждебности Джеймса по отношению к новой застройке то, что мы сегодня могли бы назвать позитивными целями доступности и этнического многообразия.

В Бостоне социолог и исследователь городского планирования Герберт Ганс написал потрясающее обличение того, как местные элиты без нужды разрушили район итальянского рабочего класса в Вест-Энде, и предложил термин «городская деревня» (*urban village*) для обозначения тесно сплетённой, основанной на семейных связях этнической общины, уничтоженной во имя расчистки трущоб [Gans 1962]. Ещё более известный пример: в Нью-Йорке журналистка и городская активистка Джейн Джекобс призвала к борьбе против смертоносной махины современного городского планирования, использующей бульдозеры и «катаклизмические деньги» проектов городского обновления ради разрушения старых, хотя всё ещё живых районов. К началу 1960-х гг., когда процессы городского обновления были в самом разгаре, их оппоненты разработали умеренную — на уровне улиц — защиту городской аутентичности для противостояния высокомерию модернизации и государственной власти, грозивших смести и людей, и здания [Jacobs 1961].

Мужчины и женщины, заговорившие об аутентичности в 1960-х, были пёстрой в социальном, культурном и политическом отношении группой, и они отстаивали в чем-то различные взгляды на город. Это были представители трёх разных групп: защитники исторической застройки, часто, как и Генри Джеймс, члены высшего класса, которые оплакивали разрушение старых зданий, воплощающих городскую память; защитники местных сообществ, политические активисты и социально ответственные

интеллектуалы, вроде Джекобс и Ганса, которые отстаивали право всех бедных людей жить там, где они жили раньше, а не уезжать из-за новых строительных проектов, и особенно противостояли «перемещению негров», обращаясь прежде всего к тем, кто из-за расовой дискриминации не мог позволить себе переехать в новый пригородный дом; джентрификторы, которые с 1940-х гг. начали просачиваться в бедные кварталы, покупая и реставрируя дома конца XIX века с «большой символической ценностью», пестуя городской стиль жизни, не испорченный современностью. Как реформаторы-демократы, джентрификаторы вступили в конфликт с группами белого населения, на которые опирались политики старого стиля, боявшиеся и сами пугавшие своих бедных чёрных и латиноамериканских соседей [Firey 1945; Osman 2006][9].

Многие принадлежали одновременно к двум или ко всем трём этим группам — к градозащитникам, защитникам местного сообщества и джентрификаторам. Благодаря этому они приобретали не только критическую массу, но и критически важную роль во взаимно переплетённых сетях политики, СМИ и дизайна. Их успешные кампании привели к ряду серьёзных изменений в муниципальной политике, сделавших представление Джейн Джекобс о городской аутентичности более заметным.

Во-первых, Нью-Йорк (а вслед за ним и другие города мира) принял законы о защите местного исторического наследия; благодаря им заработали официальные ведомства по охране архитектурного наследия и система публичных слушаний для надзора за старыми зданиями и районами, а порой и для предотвращения их сноса. В 1970-х гг. присвоение статуса памятников архитектуры величественному Центральному вокзалу Нью-Йорка, построенному в стиле боз-ар, и обветшавшим индустриальным зданиям с чердачными складами в Сохо спасло их от застройщиков, намеревавшихся их снести.

Во-вторых, застройщики высокоэтажных жилищных проектов постепенно переключились на переделку менее престижных и менее заметных складских зданий для городской бедноты. К началу 1970-х гг. либеральная оппозиция эстетике «жилых массивов» и социальной концентрации бедности соединилась с консервативным движением за сворачивание государственных расходов на поддержку социального жилья, что вылилось в крупномасштабные совместные усилия, направленные на то, чтобы удержать городскую бедноту в центре города. Отказ от планов строительства высоких башен и жилых массивов минимизировал их потенциал как физического и символического препятствия на пути повышения престижности зданий, ослабив при этом способность бедных жителей противостоять джентрификации.

В-третьих, изменения коснулись и самих джентрификаторов, таких как Джейн Джекобс. Их стало больше, они превратились во влиятельную политическую силу и, что менее ожидаемо, но оттого даже более важно, в имиджмейкеров города. Такие районы, как Вест-Виллидж, Бруклин-Хайтс и Парк-Слоуп, стали образцами эстетически интересной жизни в центральной части города, привлёкшими в 1980-х гг. новый средний класс профессионалов, художников и интеллектуалов, то есть креативный класс, ещё до того, как было изобретено само это словосочетание. Тем не менее и после этих значительных изменений всё ещё сохранялся разрыв между восхвалением аутентичности исторических зданий и признанием аутентичности проживавших в них семей из низшего класса[10].

---

[9] Отчасти биографический роман Джонатана Летема «Бастион одиночества» [Lethem 2003] основан на детском опыте жизни в Бурум-Хилл в Бруклине в 1970-х гг. и даёт представление о резком чувстве взаимного страха между белыми джентрификаторами и чёрными и латиноамериканскими старожилами, которых джентрификаторы постепенно превзошли в численном отношении и вынудили переехать. Джепоника Браун-Сарасино нашла небольшую, но значимую группу «социальных градозащитников» (*social preservationists*), которые сочетают социальные черты джентрификаторов и социальные цели общинных градозащитников; см.: [Brown-Saracino 2004].

[10] Эстетическая и политическая сложность джентрификации в Лондоне в 1970-е гг. прекрасно отражена в кн.: [Florida 2002; Wrigh 2009].

Джейн Джекобс, казалось, преодолела этот разрыв, превознося как социальное многообразие города, так и его материальную ткань. Выступая против современных стратегий застройки, отдававших предпочтение высоким башням в окружении пустых парков, широким проспектам для автомобилей, а не для пешеходов, а также крупномасштабным планам сноса с последующей новой застройкой, Джекобс подчёркивала важность аутентичных человеческих контактов, которые делала возможными старая и незапланированная кутерьма города. Она славила тротуары за то, что они делали жизнь людей безопасной, ветхие здания с низкой арендной платой — за возможность вырасти новым мелким бизнесам и смешанное использование жилища с магазинами, офисами и предприятиями — за большую эстетическую привлекательность в сравнении с «серостью», столь ощутимой в гомогенных корпоративных офисных зонах, массивах социального жилья и жилых пригородах. Самый цитируемый отрывок из первой части бестселлера Джекобс «Смерть и жизнь великих американских городов» — почасовое описание «изощрённого тротуарного балета» Гудзон-стрит прямо под её окнами. Он стал литературным воплощением взаимозависимости местных лавочников, домохозяек, школьников и завсегдатаев бара на углу, всех ангелов-покровителей социального порядка в городском квартале, которых презирали или на которых не обращали внимания могучие силы, контролировавшие городское обновление.

Джекобс также отстаивала аутентичность как демократическое выражение корней, как право района, вопреки решениям штата, определять условия своей жизни. «Смерть и жизнь…» с тревогой указывала на чванство властей штата, особенно олицетворяемых Робертом Мозесом, грандиозным администратором, который возглавлял самые важные ведомства штата и города, занимавшиеся реконструкцией Нью-Йорка в 1930–1960-е гг. На этих постах при поддержке политических лидеров на всех уровнях правительства Мозес надзирал за планированием и осуществлением гигантского числа строительных работ — от общественных пляжей и бассейнов до мостов, шоссе, парков и жилищных комплексов. Эти проекты во многом модернизировали Нью-Йорк, связали его с национальной дорожной системой так, что автомобили и грузовики могли перевозить товары и рабочую силу по всему региону; заменили старые и убогие многоквартирные дома новыми с более просторными и удобными квартирами; создали зелёные пространства и игровые площадки посреди тысячи акров асфальта. Однако, как обнаружили жители многих районов, общественные работы дорого обходятся тем, кто живёт рядом с местом их проведения. Мозес настаивал, что новые шоссе должны были проходить через активные жилые кварталы, разрушая дома и парки, если они оказывались на пути, и отказывался уделять внимание просьбам и жалобам местных жителей. Хотя другие администраторы в общественном секторе были столь же непримиримы к любым проявлениям противодействия и тоже распоряжались огромными бюджетами, имя Мозеса и его готовность открыто враждовать со всяким, кто осмелится критиковать его решения, были известны гораздо шире. Он стал главным злодеем, угрожавшим как небольшим местным сообществам, так и многообразию городского облика, — бароном Османом XX века, способным вырвать все остатки корявых корней Нью-Йорка в своём стремлении к стерилизованным, эффективным новым началам[11].

Джекобс, её соседям и её союзникам удалось осадить Роберта Мозеса, добившись отмены трёх его проектов, которые грозили изменить физическую ткань Нижнего Манхэттена. Эти конфликты разгорелись в начале 1950-х, когда жители Гринвич-Виллидж выступили против плана Мозеса построить дорогу через парк Вашингтон-Сквер, миленькую лужайку в самом сердце Виллидж, недалеко от того места, где жила Джейн Джекобс. Низовое движение, возглавляемое Ширли Хейз, чьи дети играли в этом парке, и поддержанное Джекобс с семьёй и другими авторами и критиками, проживавшими в этом районе, бросило вызов Мозесу. Собирали подписи под петициями, обращались к местным властям и шумно

[11] Другие управленцы из общественного сектора: прежде всего, планировщики Эдвард Дж. Лог в Бостоне, Нью-Хейвене и Нью-Йорке, Эдмунд Бэкон в Филадельфии и Остин Тобин, глава Портовой службы Нью-Йорка и Нью-Джерси, строитель и владелец Всемирного торгового центра. Критику их деятельности см.: [Berman 1982: 287–348]. Более благосклонный взгляд представлен в кн.: [Ballon, Jackson 2007].

прерывали совещания по вопросам градостроительства. Мозес пытался задеть активистов, особенно женщин, называя их простыми мамашками, у которых нет ни опыта, ни знаний в градостроительстве. Но когда эти «мамашки» заручились поддержкой городского политического босса Демократической партии Кармине де Сапио, тоже жившего в Виллидж, городская Бюджетная комиссия проголосовала против плана строительства дороги, и Мозес потерпел сокрушительное поражение. Через несколько лет, столкнувшись с таким же низовым противодействием плану строительства скоростного шоссе через Брум-стрит, для чего потребовалось бы снести множество лофтовых зданий XIX века по всему району, который вскоре стал известен как Сохо, Мозес потерпел ещё одно поражение в столкновении с художниками, защитниками исторической застройки и теми же жителями Гринвич-Виллидж, в числе которых была Джекобс, уже боровшаяся с ним за парк Вашингтон-Сквер. В третьей битве, связанной с планом снести старые дома и склады рядом с домом Джекобс, чтобы выстроить многоэтажное социальное жилье, Мозес снова проиграл [Fishman 2007: 122–129; Zukin et al. 2009].

Роберт Мозес разъярил людей не только высокомерием или своими архитектурными предпочтениями; использование им модернистских принципов городского планирования глубоко задело либеральное сообщество. Бомбардировка союзниками Дрездена и Берлина, а также Хиросимы и Нагасаки, немецкие атаки с воздуха на Лондон во время Второй мировой войны показали, как легко уничтожить историческое сердце города. И хотя местные власти в послевоенных Соединённых Штатах не пытались убить тысячи горожан, они действительно стремились уничтожить материальный ландшафт прошлого, и то же самое нутряное чувство ужаса, вызванное угрозой атомной бомбардировки, могло возникнуть при виде развалин районов, снесённых во имя обновления города. Даже Э. Б. Уайт, воспевая послевоенный Нью-Йорк как «меняющийся и неизменный», писал: «Указание на смертность — теперь постоянная часть Нью-Йорка; оно в звуке пролетающего над головой реактивного самолёта, в черных заголовках вчерашней газеты». И это касалось не только Нью-Йорка: «Все горожане поставлены перед упрямым фактом уничтожения» [White 1999: 48, 54].

Менее острое, но не менее искреннее отвращение к модернизму возникло потому, что строгий дизайн сделался дешёвым и стандартизованным после того, как был принят в качестве доминирующего в послевоенной архитектуре для зданий, варьирующихся от штаб-квартир корпораций и правительственных учреждений до массивов социального жилья. Когда все новые здания выглядят как одинаковые большие стеклянные коробки, старые краснокирпичные здания и мощённые булыжником улочки приобретают культурное своеобразие. Те, кто решил пустить корни в старом городе, идентифицировали себя с традицией, а не с новыми началами; их выбор означал неприятие гомогенной массовой культуры как корпоративного города, так и пригорода. Хотя источником этого взгляда было аристократическое презрение Генри Джеймса к массовой культуре, такая позиция предвосхищала будущее, мир художников «даунтауна» 1970–1980-х гг., воспевавших «грязь» города. В ней также нашёл отражение застой в политике 1950-х гг.: неприятие доминирующего модернистского ландшафта осознавалось тогда как удар по политическому конформизму. Либералы из среднего класса, вынужденные помалкивать из-за маккартизма, обрели голос и нашли место для выражения протеста, заявив о своих правах на городские улицы. В их случае подобный призыв к городской аутентичности был требованием демократии.

Поражение планов Роберта Мозеса не только положило конец его карьере, но изменило сам подход к градостроительству. Благодаря избирателям с конца 1950-х до начала 1970-х в Нью-Йорке изменился процесс одобрения больших строительных проектов, который теперь стал более публичным. И государственные, и частные проекты проходили через публичные слушания, землепользование обсуждалось в соответствующих комиссиях местного самоуправления, которые были учреждены в 1970-х в результате победы низового активизма, бросившего вызов власти Мозеса, а затем на Комиссии по градостроительству, в Городском совете и мэрии. По крайней мере, в теории голос аутентичного города — голос, защищавший корни, а не навязывавший новые начала, — был услышан.

В следующем десятилетии требование признания «большей символической ценности» аутентичности вновь дало о себе знать, но уже в другом виде и у другого — более молодого — поколения. Будучи таким же продуктом своего времени, как и конфликт между Джейн Джекобс и Робертом Мозесом, контркультура тоже оказала гигантское, хотя и не настолько прямое влияние на форму и характер городов. К началу 1970-х гг. широкий политический протест, выражаемый радикальными молодёжными движениями, против вьетнамской войны и общества потребления, а также озабоченности мейнстрима социальным статусом свелись к индивидуальной заботе об освобождении и личной аутентичности, или о том, что социолог Сэм Бинкли называет «срывание с цепи» (*getting loose*) [Binkley 2007]. Хотя многие сторонники свободного образа жизни покинули города, чтобы жить в сельских общинах, другие переехали в дешёвые городские кварталы, где студенты, художники и рабочие, в том числе чернокожие и латиноамериканцы скрепя сердце мирились с их богемностью, порой едва их выдерживая, а иногда эксплуатируя. Некоторые бывшие хиппи становились предпринимателями, начинали продавать наркотики, психоделические плакаты и ношеную одежду, и постепенно потребительские товары и пространства, которые сопутствовали расслабленному образу жизни хиппи, превратились в зримые символы не просто более интересного *образа* жизни, но и более интересного *места* для жизни. Хейт-Эшбери в Сан-Франциско и Ист-Виллидж в Нью-Йорке были пространствами социального многообразия и культурных экспериментов; они также показывали, как конфликт контркультуры с модернизацией может создать ажиотаж вокруг старых городских районов. Занятным и неожиданным способом контркультурный поиск корней — создание свободной аутентичной личности и налаживание связей между бедными и непривилегированными — вместе с джентрификацией и гомосексуальными общинами дали новое начало городскому планированию в 1970-е гг. [Godfrey 1988; Mele 2000; Taylor 2006][12].

Соблазн новых хип-районов распространялся по мощным альтернативным СМИ. Задолго до того, как *edgy* (передовой, трендовый, авангардный) стало синонимом *hip* (модный, клёвый, авангардный) и был изобретён Интернет, независимые еженедельные газеты, такие как «Village Voice», а за ней «East Village Other», «SoHo Weekly News» и «East Village Eye», сделали суровые улицы даунтауна частью обязательного маршрута для тех, кто хотел следить за новыми культурными трендами. В то же время новые городские издания о стиле жизни для среднего класса, возглавляемые на Восточном побережье журналом «New York», заставили всех говорить о сохранившихся магазинчиках в старых районах, торгующих этническими продуктами — сырами в Маленькой Италии, солёностями в Нижнем Ист-Сайде, и стали учить читателей, как купить «лучшее задёшево» в новых винных магазинах, бутиках и этнических ресторанах города. Описания чувственного многообразия городской жизни в журнале «New York» приукрашивали старые районы, преподнося их в качестве отличного места для потребления аутентичности — той аутентичности, которую утратили и модернизаторы, и жители пригородов [Zukin 2004; Greenberg 2008].

К 1980-м гг. новые места проживания художников появились и в старых кварталах Нижнего Манхэттена, а к 1990-м они распространились через Ист-Ривер в Бруклин и Квинс. Повышенная концентрация художников в Сохо, Ист-Виллидж и Уильямсберге подтверждала особый характер этих районов и подчёркивала их отличие от гомогенных пригородов и корпоративного городского центра. Эти районы были «крутыми», отчётливо местными и этнически многообразными. Их физическая и социальная особость связала жителей с корнями города, воплотившимися в многоквартирных домах и лофтах их *ур*-районов, и использовала их стремление к большей личной свободе от социальных ограничений. Культурный процесс дистилляции значения из городских корней создавал чувство аутентичности, подпитываемое журналом «New York» и всё чаще и чаще газетой «New York Times», когда эти издания разработали новый жанр под названием «журналистика стиля жизни».

[12] Об Уикер-парке (Wicker Park) в Чикаго в 1990-х см.: [Lloyd 2006].

Джейн Джекобс объяснила притягательность этого нового ощущения городской аутентичности лучше, чем кто бы то ни было ещё. Неудивительно, что она была журналистом по профессии, но в своих работах о социальном использовании аутентичности стала теоретиком улиц, кварталов и районов, которые образуют сложную систему взаимосвязанных частей города. Книга «Смерть и жизнь...» воспевает человеческую способность регулировать социальную жизнь при помощи простой рутины, прогулки до школы, покупок в семейных магазинах, выглядывания из окна, чтобы убедиться, что у соседей и прохожих всё в порядке, днём и ночью. Джекобс открыла, что социальная жизнь общих пространств зависит от разнообразия и густоты толпы, а также от свободы изобретать неожиданное применение. Работая со своими соседями, она показала, что низовое движение активистов может заставить могущественные государственные институты отступить. Однако странно, и в этом главная проблема её работы, что Джекобс не стала анализировать, как люди используют капитал и культуру, рассматривая и формируя городские пространства. Она не заметила, что аутентичность, которой она восхищалась, сама является социальным продуктом. В рецензии на «Смерть и жизнь…», опубликованной сразу после выхода книги из печати, Герберт Ганс критиковал Джекобс за то, что она стала жертвой «физического детерминизма». Полностью сосредоточившись на физических свойствах зданий, утверждал он, она «не учитывала социальные, культурные и экономические факторы, которые способствуют витальности или вялости». Районы, которыми Джекобс восхищается, указывает Ганс, такие как Норт-Энд в Бостоне и Вест-Виллидж в Нью-Йорке, это *этнически белые* районы с культурой *рабочего класса* [Gans 1968].

Эта культура и сформировала уличный балет, описываемый Джекобс. Она с восторгом рассказывает нам о мистере Гальперте и его прачечной, о магазине кулинарии семьи Корначча, о скобяной лавке мистера Голдстейна, о ресторане Dorgene (где однажды обедал поэт Эзра Паунд с редактором журнала «Hudson Review»), о табачном магазине мистера Слуба, о швейной мастерской мистера Кучагяна и торговце фруктами мистере Лофаро, а также о парикмахерской, аптеке, химчистке, пиццерии и кафе. Перечитывая сейчас её описание, мы видим, что Джекобс рисует идиллическую картину жизни маленького города посреди большого. Всё это — городская фантазия, как и Главная улица в Диснейленде, тоже «датируемая» 1950-и гг., с таким же благостным взглядом на местные магазины, их владельцев — иммигрантов из Европы и горожан, живущих над ними и вокруг них. Взгляд Джебокс увековечивает образ квартала Нью-Йорка как микрокосма социального многообразия. Это тот же самый квартал, который мы знаем по фильмам: многоквартирные дома из 1930-х, как в «Тупике» (1937) Уильяма Уайлера; дома из бурого песчаника из «Окна во двор» Альфреда Хичкока, снятого в Гринвич-Виллидж в 1950-х; целые кварталы таких домов в «Делай как надо!» Спайка Ли, снятом в Бруклине в 1980-х.

Образ квартала у Джекобс — это такой же социальный конструкт, как и кинообразы нью-йоркских улиц. Продукт своего времени, эпохи вымирания второй волны Великой иммиграции из Южной и Восточной Европы, и послевоенной политэкономии Нью-Йорка, когда регулирование арендной платы позволяло многим жильцам оставаться в своих квартирах, а недостаток новых инвестиций не позволял сносить небольшие дома, которые так любит Джекобс. Её квартал — это модернизированная, стерилизованная урбанистическая деревня; это Вест-Энд Бостона без италоамериканцев, но с жителями, у которых работа получше. Это мог быть ремейк «Новобрачных», телевизионной комедии 1950-х, в которой Джеки Глисон и Арт Карни играют водителя автобуса и сантехника из района Бенсонхерст в Бруклине (правда, на этот раз им пришлось делить свой район с журналистами, художниками и архитекторами). Джекобс не смогла увидеть растущего влияния собственных взглядов и заметить, что семьи похожих на неё людей постепенно перемещаются в дома XIX века в Вест-Виллидж, потому что ценят очарование маленьких магазинчиков и булыжных мостовых. Она, по-видимому, не поняла, что выражает эстетическое восприятие городской аутентичности глазами джентрификатора.

В том, как Джекобс изображает Гудзон-стрит, также недостаёт осознания важности капитала, в самом широком смысле слова: экономического капитала, который сотни лет игнорировал эту часть Виллидж, не трогая магазинчики и многоквартирные дома; социальный капитал местных иммигрантов-предпринимателей, которые открывали рестораны, химчистки и скобяные лавки как тогда, так и сейчас; культурный капитал джентрификаторов, подобных самой Джекобс, и многих нынешних жителей города, которые находят свою субъективную идентичность в этом специфическом образе городской аутентичности.

Должна сказать, что я сама — одна из таких жителей города и хотела бы, чтобы «корни» отстаивали политику непривилегированных, чтобы они предложили объективный стандарт аутентичности, защищающий их право на город. Однако я вполне сознаю, что сама принадлежу к «новым началам» города. Я определяю свою идентичность в терминах того же субъективного типа аутентичности, которым восхищается Джейн Джекобс, но вижу, как именно он вытесняет бедноту, конструируя — капля за каплей латте — новый габитус для нового городского среднего класса. Это моё самосознание не отрицает, что вкусы усиливают социальные различия. Я люблю традиционные маленькие продуктовые лавочки с умеренными ценами, но я не закупаюсь в магазинах «Всё за доллар» или в магазинах у дома. Однако способы потребления, от которых зависит новый городской средний класс, губят городской пролетариат. Наша жажда аутентичности — накопление культурного капитала этого типа — подпитывает рост стоимости недвижимости; наша риторика аутентичности скрыто поддерживает новую постджекобсовскую риторику роста престижности места.

«Я не буду даже начинать игру в аутентичность», — пишет романист Хари Кунзру о своей роли в повышении престижности Бродвей-Маркет, торговой улицы в Хакни, джентрифицирующегося района в лондонском Ист-Энде. Подобно Элизабет-стрит в северной Маленькой Италии (Манхэттен) или Смит-стрит в Коббл-Хилл, улица Бродвей-Маркет недавно сменила статус, став не торговой улочкой рабочего класса с недорогими мясными и хлебными лавками и другими магазинчиками, а местом с дорогими и узкоспециализированными магазинами. «Я приехал в Хакни, — говорит Кунзру, — вероятно, по тем же причинам, что и все эти велосипедисты, креативные лодыри и “принцессы секонд-хендов”, с которыми я раскланиваюсь на улице: потому что тут куча причудливых уголков и эксцентричного народа, и на всём лежит отпечаток неряшливого очарования, пока ещё не стёртого и не расплющенного до состояния клона корпоративных гадюшников, как во всей остальной Британии». «Но дело в том, — признаёт он, — что я тоже часть этого мира дорогих сыров» [Kunzru 2005].

Сколько торговых улочек преобразились благодаря кафе, барам и лавкам изысканных сыров для людей, которые хотели потреблять иначе, чем принято у большинства? Кто ходит за кофе не в Dunkin’ Donuts, а в Starbucks, стараясь примириться с тем фактом, что это сетевое кафе, или, даже лучше, в анти-Starbucks — маленькую тёмную кафешку, где бариста умеет правильно взбить молоко, кофейные зерна выращены на «деревьях, дружественных к птицам» и куплены по системе честной торговли (*fair trade*), а вы можете получить доступ к WiFi вместе с другими клиентами, разделяющими ваши вкусы? Вот это и есть та аутентичность, о которой говорит Кунзру. Она производится не только новосёлами, но и новыми розничными предпринимателями, которые обслуживают социальные и культурные потребности новосёлов. Со временем они вытеснили соседей Джейн Джекобс и изменили улицы города.

Новые розничные предприниматели часто переезжают в район в качестве жителей, а потом не могут найти там хороший латте или лавочку, где продают журнал «Wired» или газету «New York Times». «Я очень скоро понял, что наш район на пороге перемен, — говорит владелец магазина, переехавший в Уильямсберг в 1990-х, — и я понял, что у нас нет хорошего винного». Другой говорит: «Очень многие интересовались кино, но в районе не было хорошего видеомагазина». Владельцы розничных магазинов, которые принадлежат к новому населению района и разделяют его нужды, представляют интересы *культурного* сообщества, отличные от интересов старожилов [Zukin et al. 2009].

Другие новые розничные предприниматели приходят в район ради открывающихся *экономических* возможностей, потому что видят, как меняется население, появляются те, у кого выше доход и социальный статус, и они хотят начать бизнес, отвечающий их вкусам. Это особенно верно в отношении второй волны новых владельцев магазинов, которые сами не живут в районе; они часто рассматривают меняющийся район как подходящее место для открытия очередного бутика, уже работающего в другом джентрифицирующемся районе.

Новые розничные предприниматели в каком-то смысле являются и *социальными* предпринимателями. Открывая новое место для общения, где новосёлы чувствуют себя комфортно, а старожилы — нет, они помогают создать новые начала района. Польские жители Уильямсберга не ходят в бары, где звучат группы, играющие инди-рок, или есть место для игры в мини-гольф. Но хипстеры и джентрификаторы не переводят деньги в Варшаву или Пуэбло и не толпятся вечерами в чисто мужских пролетарских барах. Новые пространства потребления, куда они ходят, — музыкальные бары, кафе, бутики, магазины винтажной одежды — переизобретают городское сообщество [Lloyd 2006; Patch 2008].

Новые розничные предприниматели не обязаны быть элитистами. Вы обнаружите тот же набор культурных, социальных и экономических мотиваций у новых предпринимателей-иммигрантов — выходцев с Севера Индии, которые открывают магазины по продаже сари на 74-й улице в Джексон-Хайтс в Квинсе; у женщин из Сальвадора, которые готовят и продают с тележек пупусы (*pupasa*)[13] на стадионах в бруклинском районе Ред-Хук; у рестораторов из Западной Африки, которые создают Маленький Сенегал в Гарлеме. Все эти новые начала обозначают зарождающиеся пространства городской аутентичности.

Мы можем видеть аутентичные пространства только извне. Мобильность даёт нам дистанцию для разглядывания района как знатокам — для сравнения его с абсолютным стандартом городского опыта, для оценки его характера вне нашей личной истории или близких социальных отношений. Если мы связаны с районом всей своей социальной жизнью, особенно если в нём выросли, то мы, скорее, будем припоминать, как там было; однако вряд ли станем называть его аутентичным. Только подумать об аутентичности таким образом — значит уже отменить обычное толкование этого термина, согласно которому эксперт объективно оценивает истоки какого-то произведения искусства, древний ковёр или любой другой объект, который мы можем изолировать как экземпляр для рассмотрения и сравнения с другими образцами в той же категории. В отличие от субъективности, возникающей при проживании в данном районе, от прогулок по его улицам, покупок в местных магазинах и учёбы детей в местных школы, другой тип аутентичности позволяет нам видеть населённое пространство, воспринимая его эстетически. Мы спрашиваем, особенно когда глядим на захудалый район: «Это интересно? Это сурово и грязно? Это подлинно?» Как и критерии, которыми мы пользуемся при покупке продуктов потребления, эти стандарты объективируют аутентичность. Нас часто сбивают с толку внешний вид и собственные предубеждения. Сколько раз мы думали, что чем дешевле пиво, тем аутентичнее бар? Или чем грязнее улицы, тем аутентичнее район? Обдумывая это, мы выносим этические и социальные суждения о том, как хотим жить, поэтому наши представления о городской аутентичности до крайности субъективны, они отсылают нас к самим себе. Мы — это джинсы марки Levis (Вест-Виллидж) или True Religion (Митпэкинг-Дистрикт)? Мы — это кооперативы «органической» пищи (Парк-Слоуп) или магазины массового потребления Costco (Бей-Ридж)? Супермаркеты Pathmark (Восточный Гарлем) или Whole Foods (Ист-Виллидж)? Каково аутентичное пространство для нашей аутентичной личности? (См.: [Douglas 1997; Miller 1997; Grazian 2003: 240–242; Zukin 2004: 14].)

[13] Традиционные сальвадорские лепёшки из кукурузной муки, фаршированные сыром, свининой и бобами. — *Примеч. перев.*

Всё это чрезвычайно современные вопросы. В западной культуре идея аутентичности возникла между эпохами Шекспира и Руссо, когда мужчины и женщины стали задумываться об аутентичной личности как о честном или подлинном характере (в отличие от личной нечестности), с одной стороны, и о фальшивой морали общества — с другой. Как социальный теоретик Руссо разработал структурное понимание аутентичности индивидуального характера. Мужчины и женщины аутентичны, когда они ближе к природе — или к тому, как интеллектуалы воображают себе природу, — чем к институциональным категориям власти. Хотя это воззрение по-прежнему вдохновляет людей отбросить фальшивый стиль жизни современного общества и образовать общину, оно также предлагает психологическое утешение социальным группам, не обладающим ни богатством, ни властью. Немецкие интеллектуалы были в XVIII веке менее интегрированы в придворную жизнь, нежели их французские коллеги, и примирялись с различиями между такими, как они, богатыми культурным капиталом, и аристократами, контролировавшими государственную власть и назначение на должности. Это считалось разницей в аутентичности. В отличие от фривольной, офранцузившейся «цивилизации» дворов, культура интеллектуалов была серьёзной, добродетельной и *аутентичной,* давала им чувство морального превосходства. Хотя эти интеллектуалы не обладали властью, их претензии на аутентичность предопределили способ, каким более амбициозные группы постепенно начнут использовать этот термин как средство исключения других [Elias (1939) 1978; Adorno (1964) 2003; Berman 1970; Trilling 1972; Bourdieu 1984: 74].

Привычка отождествлять аутентичность с движением вниз по социальной лестнице постепенно распространилась из Германии во Францию и из университетов в города, где находились крупные коллекции искусства, работали театральные постановщики и издатели и где художники и интеллектуалы могли продать свои работы. Большинству деятелей искусства, создававших художественные произведения, романы или публицистику для этих городских рынков, платили не очень хорошо. Они жили от заказа до заказа, получая деньги, как тогдашние заводские рабочие, оптом, за несколько картин или колонок текста. Эти ремесленники слова и образа, первый креативный класс, жили в рабочих кварталах не потому, что бунтовали против конформизма буржуазии; они просто не могли себе позволить районы получше. Как и ранние немецкие интеллектуалы, бранившие дворы аристократов, и французские писатели, покидавшие Париж ради лондонских кварталов перед самой Французской революцией, поэты и прозаики, жившие богемной жизнью в Париже середины XIX века, противопоставляли аутентичную городскую жизнь низших классов, особенно самых жалких, маргинальных групп, преступников и цыган, тому, что они считали чрезмерно комфортабельной и полностью конформистской жизнью богачей. Писатели романтизировали скудное и грязное существование — часто проходившее в болезнях и заброшенности — низших классов, и этот романтический образ стал источником их артистического вдохновения [Seigel 1986; Darnton 2008].

Несмотря на все социальные и экономические улучшения, произошедшие с тех пор, богемное отношение к жизни, свойственное XIX веку, процветает в новых хипстерских кварталах и джентрифицированных районах. Начиная со стихотворений в прозе Бодлера и до мюзикла «Богема» трущобы, столь ужасавшие добродетельные средние классы, продолжают увлекать художников и писателей как источник опасности и гниения, равно как и терпимости, отвращения к полиции и культурного многообразия. Следуя точно такой же логике, обветшалые дома XIX века и магазинчики привлекательны для многих людей, носителей культурных вкусов среднего класса, потому что воплощают, с одной стороны, эстетическую особенность простых и самодельных объектов, символ ремесленного мастерства, а с другой — живую историю. Как сказал Торстейн Веблен более ста лет назад, эти причудливые знаки особенности отлиты в форму одинаковости массового производства [Veblen (1899) 2008]. И как говорит сегодня журналист Дэвид Брукс, «джентри» не хотят «шикарного, роскошного <…> величественного и экстравагантного», они хотят «аутентичного, природного, тёплого <…> подлинного, органического <…> уникального» [Brooks 2000: 83]. К потребительской стоимости старожилов и меновой стоимости застройщиков жилья богема и джентрификаторы добавляют эстетическую стоимость (см: [Featherstone 1991; Ley 2003]).

Хотя джентрификация только начиналась в США и Англии, когда Джекобс писала «Смерть и жизнь...» и у неё ещё не было американского имени, Герберт Ганс уже догадывался, что принесёт следующая фаза модерности. В предисловии к книге «The Urban Villagers» («Городские жители») он говорит, что первые жители роскошных домов с апартаментами, сменивших многоквартирные дома Вест-Энда, только что въехали. Если они похожи на людей среднего класса из поколения Ганса, второго поколения Великой европейской иммиграции, то «вкусы у них больше не этнические, а эзотерические». Они не хотят жить в таком квартале, как Вест-Виллидж; они хотят переехать в пригород. Они не хотят ходить в старомодные магазинчики на углу, которые любит Джекобс, даже хотя они по-прежнему существуют; они предпочитают современные супермаркеты и торговые молы. Но однажды, когда они осознают, что их выбор приводит к гомогенизированному и даже неаутентичному опыту, они вернутся к старой этнической еде и к симуляции старых этнических районов. Они откроют заново очарование Итальянского рынка в Южной Филадельфии, Норт-Энда в Бостоне и Нижнего Ист-Сайда на Манхэттене. Как и будущие обитатели лофтов и владельцы городских особняков, новые жители Вест-Энда будут претендовать на кирпич и раствор исторического города, погрузившись в коллективную амнезию и забыв о ранних периодах фабричной работы и массовой миграции, благодаря которым ожили эти районы. Городская аутентичность, к которой они устремятся, не будет врождённой или унаследованной; она будет приобретённой [Gans 1962: 30; Crinson 2005].

Эти устремления обрели крылья с появлением потока капитала от глобализации и либерализации. В 1980-х гг., когда правительство ослабило ограничения на инвестиции из-за рубежа, иностранные деньги хлынули, как минералка «Перье», на рынок недвижимости Нью-Йорка, в основном из Западной Европы, Японии и Канады. Несмотря на резкий финансовый спад последующих лет, вызванный кризисами фондового рынка, изменениями во внутренней экономике других стран и особенно террористической атакой на Всемирный торговый центр и Пентагон в 2001 г., приток иностранных инвестиций продолжал расти, даже во время финансового кризиса, начавшегося в 2008 г. Трофейные здания на Среднем Манхэттене были захвачены иностранными инвесторами, в первую очередь японцами, затем выходцами с Ближнего Востока с их излишками нефтедолларов и недавно — долларовыми бизнес-баронами из России и китайскими фирмами. Иностранные инвесторы платят высокие цены за роскошные апартаменты и усадьбы в Верхнем Ист-Сайде, но они также покупают многоквартирные дома с контролируемой арендной платой в социально маргинальных зонах города, таких как Бронкс, самый бедный боро Нью-Йорка, а потом освобождают квартиры от жильцов и назначают другую арендную плату или, когда муниципалитеты находят время, чтобы перевести территорию в иную категорию, просто сносят здание и строят на его месте башни повыше и погламурнее [Fox Gotham 2006].

Перевод территории в иную категорию становится предпочитаемым инструментом планирования для муниципалитетов. С самых первых лет XXI века открылись двери для этого типа планирования, поскольку частные инвесторы считают его самым прибыльным. Одновременно муниципалитеты одобрительно кивали на любимый Джейн Джекобс тип аутентичности — повышение категории до высоток на широких авеню и у воды и понижение до трёх-четырёх- и пятиэтажных зданий на более узких, джентрифицированных улочках. В действительности эти ограничения дают привилегии и застройщикам, и суперджентрификаторам. Они расширяют охват сноса и нового строительства, одновременно делая исторические территории и маломасштабные районы, представляющие городские корни, более редкими, более ценными и более аутентичными.

Гудзон-стрит повернулась к более ценному типу аутентичности в 1990-х гг., через три десятилетия после того, как Джекобс с семьёй уехала в Торонто. Иностранные инвестиции в нью-йоркскую собственность заметно увеличились, зарплаты и бонусы на Уолл-стрит взмыли в стратосферу, и медиамагнаты скупали фешенебельные дома в Вест-Виллидж и лофты Сохо в то время, что художники Ист-Виллидж паковали чемоданы для переезда в более дешёвые лофты Уильямсберга. В окрестностях бывшего дома

Джекобс совершенно исчез грубоватый дух старого этнического района, отражавшего состав рабочих доков, закончивших свою полезную для коммерции жизнь к 1960-м. Эта рабочая жизнь ещё ощущалась вокруг 14-й улицы, на старом мясном рынке, где оптовые мясники и фасовщики разгружали туши с грузовиков и загружали бифштексы и отбивные в другие грузовики с поздней ночи до раннего утра. Но к 1990-м мясной рынок стал угасать. С 1970-х вульгарные гей-бары, а за ними модные рестораны стали привлекать совсем другую публику, и давление со стороны этой новой ночной экономики и достопримечательностей Гринвич-Виллидж, а также растущее желание части городских чиновников и зажиточных жильцов претендовать на районы у воды переквалифицировали эту территорию с зоны первоклассного мяса в зону первоклассной недвижимости. В 1990-х гг. исторический район Митпэкинг стал зримо шикарным и примечательно дорогим местом для проживания, и это повлияло на прежний район Джекобс в нескольких кварталах к югу.

Гудзон-стрит теперь не та, что была во время Джекобс. Хотя два блока домов по каждую сторону от её прежнего дома по-прежнему заполнены магазинчиками, большинства старых бизнесов уже нет. Местные жители — это, скорее всего, голливудские актёры или издатели модных журналов. Вместе с бизнесами исчезла и большая часть специализированных, местных услуг, которые они предлагали. Теперь там восемь ресторанов, два бара, одно кафе, один универмаг, один маникюрный салон, один обувной магазин, один детский бутик и три пустых магазина. Сегодня скобяная лавка мистера Гольдштейна — это нью-йоркское отделение Belly Dance Maternity, маленькой сети из Чикаго, продающей «трендовую одежду для стильных будущих матерей». На месте Dorgene по-прежнему ресторан, но теперь он называется Hudson Corner Café. Прачечная мистера Халперта исчезла примерно в 1980 г., а само здание, где она располагалась, приютило целую серию ресторанов. Мясная лавка меняла имена и названия в 1960-х, а к 1990-м её место занял маникюрный салон. Аптека продержалась до середины 1980-х; теперь посетители, которым нужно купить что-либо по рецепту, идут один квартал вверх в ближайшее отделение сети Duane Reade или один квартал вниз до Rite Aid. Только несколько заведений остались здесь со времён Джекобс: две школы, хотя диоцез в 1970 г. продал одну из них — школу Св. Вероники, независимой частной школе после того, как большинство прежних ирландских и итальянских семей, посылавших своих детей на обучение к католикам, умерли или переехали, а новые зажиточные жители потребовали светского и частного школьного образования; таверна White Horse, питейное заведение, рекомендуемое многими путеводителями. В 2005 г. первый этаж бывшего дома Джекобс занял магазин дорогих кухонных устройств, затем туда вселилась фирма City Cricket, продающая «уникальные, ручной выделки древние сокровища для детей» (драгоценный, хотя и быстро меняющийся тип аутентичности). Ныне этот магазин пуст.

Кирпичи и раствор остаются на месте до тех пор, пока застройщики не захотят построить что-нибудь новое. В отличие от Герберта Ганса, обвинявшего в разрушении Вест-Энда нечестивый союз застройщиков с белыми политиками, Джейн Джекобс винила в смерти живых кварталов городских планировщиков, относительно бессильную группу, которая лишь работает на застройщиков и правительственные агентства. Верно, что в первой половине XX века Ле Корбюзье и другие архитекторы популяризовали проекты суперкварталов и унизительно узких, заполненных людьми улиц. Но придумали эти проекты застройщики и государственные агентства, и столь умный и прогрессивный в смысле политического активизма человек, как Джекобс, не должен был игнорировать мощь того капитала, которым они обладают. Однако по той или иной причине, а возможно, потому, что её финансировал Фонд Рокфеллера и она работала на медиаимперию Time-Life или из-за незалеченной травмы от маккартизма, она не стала критиковать интересы капиталистов-застройщиков, получавших выгоду от выселения людей. «Частные инвестиции формируют города, — писала она, — но социальные идеи (и законы) формируют частные инвестиции» [Jacobs 1961: 313; Montgomery 1998].

Сегодняшние городские планировщики клянутся в верности видению Джейн Джекобс. Её целью было сохранение физической ткани города путём поддержания малого масштаба, и интерактивная социальная жизнь улиц была переведена в законы по охране искусственной окружающей среды. Но эти законы позволили пройти лишь часть пути по созданию полного жизни города, который Джекобс так любила. Они поощряли смешанное использование, но не смешанное население. Они ничего не говорили о необходимости поддерживать на низком уровне арендную плату за коммерческую собственность, поэтому не могли противостоять самому распространённому способу вытеснения из района маленьких магазинов, которые вдохновили Джекобс на идею о связи между социальным порядком и витальностью улиц. Многие из этих магазинчиков в любом случае сейчас принадлежат сетям; традиционных лавочников осталось совсем мало. Муниципалитеты отвергли планы общин по неброской, смешанной застройке, которая даёт приоритет поддержке существующих арендаторов и текущему использованию территории, и реагируют предложением «доступных» квартир, только когда община поднимается в протесте, как недавно произошло в Гарлеме, где старожилы и владельцы магазинов выступили против перевода 125-й улицы в более высокую категорию офисных зданий и домов с апартаментами. Несмотря на решения публичных слушаний, местных и городских, о запрете менять землепользование, агентства муниципалитетов чаще всего поддерживают предыдущие решения Комиссии по городскому планированию, которая обычно одобряет большие новые проекты застройки, поддерживаемые мэром. В случае одного из самых важных современных проектов в Нью-Йорке — о перестройке территории Всемирного торгового центра, государственное агентство, Корпорация по застройке Нижнего Манхэттена, контролирует весь процесс без публичного голосования и даже без согласования с местным общинным советом. Крупнейший современный проект перезастройки в Бруклине, в Атлантик-ярдс, на том самом месте, где много лет назад Роберт Мозес уже планировал городское обновление, вызвал публичный протест, но был отменён лишь с крахом финансовых рынков в результате кризиса высокорисковой ипотеки[14].

Главное различие между временем Мозеса и нашим состоит в сдвиге от идеала модерного города к идеалу аутентичного города. В той степени, в какой городские планировщики следуют видению Джейн Джекобс, они говорят: «Если вы позволите вытравить характер района, то люди, которые жили в этом районе, покинут город»[15]. Однако чей характер более аутентичен? Если аутентичность — это состояние ума, то это исторично, локально и здорово. Но если аутентичность — это социальное право, то это бедно, этнично и демократично. Аутентичность выражает право города и района предложить жителям, работникам, владельцам магазинов и уличным торговцам возможность пустить корни, чтобы представлять парадоксальным образом и корни и новые начала.

Ни Вест-Виллидж, ни Нью-Йорк в целом нетипичны. Однако то, что происходит здесь, одновременно и предвидение грядущих перемен, и предупреждение о них. Нью-Йорк — это центр СМИ; образы его районов, магазинов и улиц транслируются глобально, в фильмах, телевизионных передачах и видеороликах в Интернете. Нью-Йорк также один из первых городов, прошедших экстенсивный брендинг (достаточно вспомнить образ Большого яблока (*The Big Apple*) и публичную кампанию 1970-х «Я люблю Нью-Йорк»). То, что происходит в Нью-Йорке, это дорожная карта для других городов, жаждущих преображения. Но если все районы Нью-Йорка преобразят только при помощи однотипных сетевых магазинов, дорогих домов и ещё более высоких башен, то будет слишком поздно возвращать аутентичный городской опыт скобяной лавки мистера Гольдштейна, жителей умеренного достатка, включая художников, мужчин и женщин, которые зарабатывают себе на хлеб своими руками. Если мы открыто не ответим на вопросы, что мы уже потеряли, как мы это потеряли и какая альтернативная форма соб-

[14] Критический разбор деятельности Комиссии по городскому планированию Нью-Йорка см. в кн.: [Angotti 2009].

[15] Слова Аманды Бёрден (председатель Комиссии по городскому планированию Нью-Йорка), цит. по: [Scott 2005; Burden 2006].

ственности могла удержать от этих потерь, мы рискуем разрушить и те аутентичные городские пространства, которые ещё остались.

Рост Нью-Йорка в последние годы создал новые пространства потребления, которые отвечают на изменение стиля жизни и делают город привлекательнее. Теперь наши вкусы как потребителей — это предпочтение кофе латте или органической еды, равно как и зелёных пространств, бутиков и фермерских рынков. Они определяют город, и они же определяют нас. Эти вкусы отражаются на языке и отображаются в разных СМИ, начиная с журналов «стиля жизни» до местных вики и кулинарных блогов; этот дискурс, который становится всё более интерактивным благодаря Интернету, формирует наше социальное воображаемое, диктует представления об аутентичности города, в том числе о типах пространства и о социальных группах, к ним относящихся. Отфильтрованная действиями застройщиков и городских чиновников, наша риторика аутентичности становится их риторикой роста. Нам нужны инструменты, чтобы говорить об этих изменениях.

Если поглядеть на вики и блоги, то легко признать, что дискурс СМИ вместе с экономической и государственной властью, культурой потребления формирует современный городской опыт. Дело не только в том, что старые СМИ продолжают печатать статьи о том, какую важность приобрели интернет-медиа, когда речь идёт о циркуляции образов города и о теме, касающейся права на те или иные места города — от района до публичных мест. По большей части интерес к этим темам разжигается онлайн-беседами в местных блогах. Посты в блогах не всегда позитивны или политически корректные. Но это спонтанные (или гримирующиеся под таковые) попытки выразить общее чувство утраты, поиск и тревогу в отношении города. И такие посты демонстрируют убеждённость и необходимость в сторонниках среди невидимых читателей. Хотя я не думаю, что онлайн-сообщества могут заместить взаимодействие лицом к лицу, но полагаю, что важно понимать, как интернет-медиа участвуют в создании и существовании нашего городского воображаемого. Интерактивная природа этого диалога, то, как каждый пост питается предыдущим и вызывает последующие, — вот форма и способ выражения разногласий, различий и солидарности, и они представляют собой отдельные шаги в сторону открытой публичной сферы в тревожные времена.

В последнее время исследователи урбанизма недоумевали, как анализировать социальное воздействие этих СМИ. Никто не знает. Обычные методологические проблемы усугубляются анонимностью сети, постоянным преобладанием более зажиточных и образованных пользователей, трудностью оценить их аккуратность и объективность или интерпретировать субъективность и, в случае с локальными блогами, невозможностью узнать, где реально делаются посты. Но интернет-СМИ выражают непосредственный опыт города со всей очевидной искренностью и наивностью. Поглядите на один из первых постов на Chowhound.com, обращающий внимание широкой аудитории на продавцов латиноамериканской еды у бейсбольной площадки в Ред-Хук: «Как обычно, я показал пальцем и купил, но я по-прежнему не в курсе, что это было». Нельзя лучше выразить культурное замешательство между урождёнными ньюйоркцами и иммигрантами, готовность обеих сторон найти общий язык и ограниченность этого обмена предметами потребления. Однако этот обмен и этот пост — также средства выяснения, кому принадлежит право на конкретное городское пространство, определения в данном случае, права продавца еды торговать на стадионе и, в более широком смысле, права на город.

Хотя любому, кто провёл хотя бы один день в большом городе, ясно, что городские пространства были преобразованы в последние годы культурой потребления, а те, кто пишет о городах, пока не сфокусировались на том, как эти изменения происходят, как они ощущаются на местах, каковы их социальные последствия и для конкретных зон, и для города в целом. Когда я разбираю меняющиеся районы Нью-

Йорка, в трёх главах о необщих пространствах (*uncommon spaces)*[16], меня поражает решающая роль мест потребления и того, как освещают их СМИ. Все знают, что трансформацию Сохо в 1970–1980 гг. подпитывали арт-галереи и театрализованные пространства, но магазины розничной торговли произвели ещё большее изменение в 1990-х, и оно не было таким уж позитивным. Бары инди-музыки и этнические рестораны привлекли внимание к Уильямсбергу, восхитительный фермерский рынок и рестораны стабилизировали Ист-Виллидж, новые бутики и сетевые магазины (включая вездесущие Starbucks и H & M) помогли создать новую идентичность Гарлема. Все эти изменения также подняли цены на недвижимость, и, сколь бы ни был каждый магазин предназначен для определённой группы покупателей, многие проложили себе путь прямым вытеснением традиционных магазинчиков местных владельцев. Итак, форма коммерческой культуры конструирует форму аутентичности, которая подкрепляет претензии новых групп на право жить и работать в этом пространстве. Потребительские вкусы, поддержанные другими ресурсами, становятся формой власти.

За последние 30 лет еда преобразилась в новое искусство в городском культурном опыте, со множеством мест, где можно испытать разные вкусы. Три главы об общих пространствах (*common spaces*) показывают, как еда стала центром городского притяжения: фермерский рынок на Юнион-сквер (о'кей, значит, я тоже в группе поддержки), пупусы на стадионах в Ред-хук (я почти не ем жареного) и выращивание органических овощей и зелени во многих общинных садах (сама я этого не делаю). В каждом случае продажа, приготовление или выращивание еды наводят на след самых важных для этой книги конфликтов — между различными социальными группами и муниципалитетом, между социальными группами в одном и том же физическом пространства, между изначальной маргинальной идентичностью каждой группы и ее последующей аутентичной идентичностью. Эти конфликты также выражают право на город. Я не смогла бы придумать пост в блоге Марка Биттмана, написанный одним парнем, который виновато признал, что любит шведские тефтели (*meatballs*), которые продают в ИКЕА, так же как и сальвадорские пупусы, которые продают на бейсбольных стадионах. Однако один этот пост проясняет мою точку зрения (изначально выраженную, правда, иным способом, социологом Пьером Бурдьё): пристрастия к разным видам еды — это средство консолидации, если не захвата, власти.

Что подводит нас к главному достоинству темы аутентичности в разговоре о городе? Она заставляет нас думать как о времени, так и о пространстве. Однако аутентичность отсылает ко времени тремя различными способами. Во-первых, призыв к аутентичности предполагает, что есть некий идеал вневременного города, который никогда не меняется, и мы используем этот идеал, представленный культурными образами конкретного исторического периода, как абсолютный стандарт при оценке городского опыта. Тем не менее (и это во-вторых) наши ментальные образы аутентичности изменчивы, потому что у каждого поколения собственный опыт переживания города, относящийся к определённому времени, и этот опыт формирует то, как представители данного поколения думают о домах, магазинах и людях, которые «принадлежат» кварталу, району или городу в целом. В-третьих, обращение к теме аутентичности показывает важность времени в самом широком смысле, потому что горожан все более заботит то, как им найти свой путь между надеждой на творчество и угрозой уничтожения, и неважно, что является источником этих опасений — городское обновление, джентрификация, военная или экологическая катастрофа.

В последующих главах я покажу, как корни и новые начала создают ощущение аутентичности и в необщих пространствах, районах со своеобразной историей и традициями, и в общих пространствах (парки и общинные сады, предназначенные для пользования широкой публикой). Я фокусируюсь на этих пространствах не только потому, что они играют особую роль в трансформации Нью-Йорка в последние

[16] В оригинале — игра слов: *uncommon* — необычное, незаурядное («лица необщим выраженьем», как у Е. А. Баратынского); *common* — общераспространённое, общинное, общее. Чтобы сохранить хотя бы намёк на эту игру для перевода были выбраны значения «необщий» и «общий». — *Примеч. перев*.

30 лет, но и потому, что каждое из них иллюстрирует особый аспект того, что мы подразумеваем, когда говорим об аутентичном городском опыте. В каждой главе я перехожу с места на место и от сезона к сезону, двигаюсь по улицам, словно при разворачивании сюжета в фильме «Обнажённый город» (1948). Правда, вместо преследования убийцы эта книга исследует идею аутентичности.

Каждая глава фокусируется на различном измерении аутентичности, как её понимают сегодня. Глава 1, о Бруклине, показывает, как его длительная репутация аутентичного боро изменялась в 1990-х — с грубого и «жёсткого» до трендового и модного. В главе 2 я обращаюсь к расовой теме и рассматриваю Гарлем, который за последние несколько лет был джентрифицирован, переведён в другую категорию и застроен новыми апартаментами за рыночную цену и новыми магазинами. Гарлем — это большая территория с разнообразным населением, но нынешний рост числа белых жителей заставляет задаться вопросом, сможет ли это городское гетто сохранить свой аутентичный характер и как бедное, и как чёрное. От Гарлема мы пойдём вниз, к Ист-Виллидж, и в главе 3 покажем, как новые рестораны и магазины поменяли мощное чувство локальной аутентичности этого района — с политического и культурного бунта («Умри, мерзкий яппи») на модное потребление (органические продукты, коктейль-бары).

Эти необщие пространства приводят нас к общим пространствам города, публичным паркам, улицам и общинным садам, где вневременной идеал аутентичного публичного пространства, то есть бесплатного, демократичного и для всех доступного, перетолковывается иными модусами частного управления. Я начну в главе 4 с Юнион-сквер, которой с 1980-х управлял частно контролируемый Округ бизнес-инициатив (ОБИ). Парадоксальным образом, несмотря на опору ОБИ на частных охранников и коммерческую деятельность, Юнион-сквер стала более аутентичным публичным пространством, нежели общественно контролируемая площадка бывшего Всемирного торгового центра, находящаяся всего в двух милях. В главе 5 я перейду к району Ред-Хук, старой индустриальной зоне в прибрежной части Бруклина, и посмотрю, как аутентичность маленькой группы латиноамериканских уличных торговцев, которые продают еду на стадионах начиная с 1970-х, создала совсем другой тип частного управления публичным пространством, отличный от существующего в магазине ИКЕА по соседству. В главе 6 я посещу общинный сад в Восточном Нью-Йорке, одной из беднейших зон города, и посмотрю, как аутентичность общегородского садового движения поменялась с эпохи своего возникновения, в 1970-х, в результате политического протеста против городского производства еды. В совокупности эти три публичных пространства предлагают модели аутентичных городских пространств, которые обеспечивают постоянное право на город, хотя и не без конфликтов и неравенства.

В заключение я взгляну на то, что было приобретено, а что потеряно при создании города культурной направленности: на социальную, равно как и физическую трансформацию, произошедшую под смешанным воздействием частных инвесторов, государства, СМИ и потребительских вкусов. Возвращаясь к работам Джейн Джекобс и Роберту Мозесу, я покажу, что между их культурными ценностями была не столь уж большая разница, как мы часто это представляем себе. Хотя Джекобс упорно боролась за сохранение урбанистической деревни в своём идеальном видении, а Мозес так же упорно сражался за её замену своим идеалом корпоративного города, их идеи слились в создании гибридного города, который сегодня мы считаем аутентичным: хипстерские кварталы и роскошные дома, иммигранты — торговцы едой и большие супермаркеты, общинные сады и джентрификация. Хотя этот город уважает и корни, и новые начала, он не делает достаточно для защиты права жителей, работников и магазинов — малого масштаба, бедных и среднего класса — оставаться на своём месте. Ведь именно социальное многообразие, а вовсе не многообразие зданий и способа их использования образует душу этого города.

Литература

Adorno T. 2003 (1964). *The Jargon of Authenticity* (trans. K. Tarnowski, F. Will). London: Routledge. См. рус. пер.: Адорно Т. 2011. *Жаргон подлинности*. М.: Канон+; РООИ «Реабилитация».

Angotti T. 2009. *New York for Sale: Community Planning Confronts Global Real Estate*. Cambridge, MA: MIT Press.

Ballon H., Jackson K. T. (eds) 2007. *Robert Moses and the Modern City: The Transformation of New York*. New York: Norton.

Barwick K. 2008. *The Over-Successful City: The Struggle for the Character of New York City*. The New School, October 17.

Baudrillard J. 1998. *The Consumer Society*. London: Sage, 1998. См. рус. пер.: Бодрийяр Ж. 2006. *Общество потребления.* М.: Республика; Культурная революция.

Beauregard R. 1993. *Voices of Decline: The Postwar Fate of American Cities*. Oxford: Blackwell.

Benjamin W. 1999. *The Arcades Project* (trans. H. Eiland, K. McLaughlin). Cambridge, MA: Harvard University Press.

Berman M. 1970. *The Politics of Authenticity: Radical Individualism and the Emergence of Modern Society*. New York: Atheneum.

Berman M. 1982. *All That Is Solid Melts into Air*. New York: Simon and Schuster.

Binkley S. 2007. *Getting Loose: Lifestyle Consumption in the 1970s.* Durham, NC: Duke University Press.

Bourdieu P. 1984. *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste* (trans. R. Nice). Cambridge, MA: Harvard University Press.

Boyer M. C. 1993. *The City of Collective Memory.* Cambridge, MA: MIT Press.

Brooks D. 2000. *Bobos in Paradise.* New York: Simon and Schuster.

Brown-Saracino J. 2004. Social Preservationists and the Quest for Authentic Community. *City and Community.* 3 (2): 125–156.

Burden A. 2006. *Jane Jacobs, Robert Moses, and City Planning Today*. URL: www.gothamgazette.com

Burrows E. G., Wallace M. 1999. *Gotham: A History of New York City to 1898.* New York: Oxford University Press.

Caro R. A. 1974. *The Power Broker: Robert Moses and the Fall of New York*. New York: Vintage.

Chan S. 2007. *Panel Discussion: Has New York Lost Its Soul?*. URL: https://cityroom.blogs.nytimes.com/2007/10/04/has-new-york-lost-its-soul/

Cover Story. 2008. *Time.* March 24: 52–54.

Crinson M. (ed.) 2005. *Urban Memory: History and Amnesia in the Modern City*. London: Routledge.

Darnton R. 2008. Finding a Lost Prince of Bohemia. *New York Review of Book.* April 3: 44–48.

Douglas M. 1997. In Defense of Shopping. In: Falk P., Campbell C. (eds). *The Shopping Experience*. London: Sage; 15–30.

Elias N. 1978 (1939). *The Civilizing Process: The History of Manners* (trans. E. Jephcott). New York: Urizen; 22–29. См. рус. пер.: Элиас Н. 2001. О процессе цивилизации. Социогенетические и психогенетические исследования. Т. 1: *Изменения в поведении высшего слоя мирян в странах Запада*. М.; СПб.: Университетская книга; 59–65.

Featherstone M. 1991. The Aestheticization of Everyday Life. In: Featherstone M. *Consumer Culture and Postmodernism*. London: Sage; 65–82.

Firey W. 1945. Sentiment and Symbolism as Ecological Variables. *American Sociological Review.* 10: 140–148.

Fishman R. 2007. Revolt of the Urbs: Robert Moses and His Critics. In: Ballon H., Jackson K. T. (eds). *Robert Moses and the Modern City: The Transformation of New York*. New York: Norton; 122–129.

Flint A. 2009. *Wrestling with Moses: How Jane Jacobs Took on New York's Master Builder and Transformed the American City.* New York: Random House.

Florida R. 2002. *The Rise of the Creative Class.* New York: Basic Books. См. рус. пер.: Флорида Р. 2005. *Креативный класс: люди, которые меняют будущее.* М.: Классика-XXI.

Fox Gotham K. 2006. The Secondary Circuit of Capital Reconsidered: Globalization and the U.S. Real Estate Sector. *American Journal of Sociology.* 112 (1): 231–275.

Frieden B., Sagalyn L. B. 1989. *Downtown Inc.* Cambridge, MA: MIT Press.

Gans H. J. 1962. *The Urban Villagers*. New York: Free Press.

Gans H. J. 1968 (1962). Urban Vitality and the Fallacy of Physical Determinism. In: Gans H. J. *People and Plans: Essays on Urban Problems and Solutions.* New York: Basic Books; 25–33.

Gilmore J. H., Pine II B. J. 2007. *Authenticity: What Consumers Really Want*. Cambridge, MA: Harvard Business School Press.

Godfrey B. J. 1988. *Neighborhoods in Transition: The Making of San Francisco's Ethnic and Nonconformist Communities.* Berkeley: University of California Press.

Grazian D. 2003. *Blue Chicago: The Search for Authenticity in Urban Blues Clubs.* Chicago: University of Chicago Press.

Greenberg M. 2008. *Branding New York: How a City in Crisis Was Sold to the World*. New York: Routledge.

Hannigan J. 1998. *Fantasy City: Pleasure and Profi t in the Postmodern Metropolis*. London: Routledge.

Jacobs J. 1961. *The Death and Life of Great American Cities*. New York: Random House. См. рус. пер.: Джекобс Дж. 2011. *Смерть и жизнь больших американских городов*. М.: Новое издательство.

James H. 1968 (1907). *The American Scene*. Bloomington: Indiana University Press.

Kunzru H. 2005. Market Forces. *The Guardian*, December 7. URL: www.guardian.co.uk

Lees L. 2003. Super-Gentrification: The Case of Brooklyn Heights, New York City. *Urban Studies.* 40 (12): 2487–2509.

Lethem J. 2003. *The Fortress of Solitude.* New York: Doubleday. См. рус. пер.: Летем Дж. 2006. *Бастион одиночества.* М.: АСТ.

Ley D. 2003. Artists, Aestheticization and the Field of Gentrification. *Urban Studies.* 40: 2527–2544.

Lloyd R. 2006. *Neo-Bohemia: Art and Commerce in the Post-industrial City.* New York: Routledge.

Mele C. 2000. *Selling the Lower East Side: Culture, Real Estate, and Resistance in New York City*. Minneapolis: University of Minnesota Press.

Miller D. 1997. Could Shopping Ever Really Matter? In: Falk P., Campbell C. (eds). *The Shopping Experience*. London: Sage; 31–55.

Montgomery R. 1998. Is There Still Life in The Death and Life? *Journal of the American Planning Association.* 64 (3): 1–7.

Osman S. 2006. *The Birth of Postmodern New York: Gentrifi Cation, Postindustrialization and Race in South Brooklyn, 1950–1980*. PhD dissertation, Harvard University.

Page M. 1999. *The Creative Destruction of Manhattan, 1900–1940*. Chicago: University of Chicago Press.

Patch J. 2008. Ladies and Gentrification: New Stores, New Residents, and New Relations in Neighborhood Change. In: DeSena J. (ed.) *Gender in an Urban World, Research in Urban Sociology*. 9. Amsterdam: Elsevier; JAI Press; 103–126.

Sagalyn L. B. 2001. *Times Square Roulette.* Cambridge, MA: MIT Press.

Said E. 1985. *Beginnings.* New York: Columbia University Press.

Scott J. 2005. In a Still-Growing City, Some Neighborhoods Say Slow Down. *New York Times.* October 10.

Seigel J. 1986. *Bohemian Paris.* New York: Viking.

Smith N. 2002. New Globalism, New Urbanism: Gentrification as Global Urban Strategy. *Antipode.* 34 (3): 434–457.

Taylor M. J. (ed.) 2006. *The Downtown Book: The New York Art Scene, 1974–1984*. Princeton, NJ: Princeton University Press.

Trilling L. 1972. *Sincerity and Authenticity*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Veblen T. 2000 (1899). *The Theory of the Leisure Class*. New York: Oxford University Press.

White E. B. 1999. *Here Is New York.* New York: Little Bookroom.

Wright P. 2009. *On Living in an Old Country.* Oxford: Oxford University Press.

Zipp S. 2006. *Manhattan Projects: Cold War Urbanism in the Age of Urban Renewal (New York)*. PhD dissertation, Yale University.

Zukin S. 1982. *Loft Living: Culture and Capital in Urban Change.* Baltimore: Johns Hopkins University Press.

Zukin S. 1995. *The Cultures of Cities*. Oxford: Blackwell. См. рус. пер.: Зукин Ш. 2015. *Культуры городов*. М.: Новое Литературное обозрение.

Zukin S. 2004. *Point of Purchase: How Shopping Changed American Culture.* New York: Routledge; 182–186;

Zukin S. et al. 2009. New Retail Capital and Neighborhood Change: Boutiques and Gentrification in New York City. *City and Community.* 8 (1): 47–64.

NEW TRANSLATIONS

Sharon Zukin

Naked City. The Death and Life of Authentic Urban Places

ZUKIN, Sharon — Professor of Sociology, Brooklyn College and the CUNY Graduate Center, City University of New York. Address: 365 Fifth Avenue New York, NY 10016 USA.

Email: zukin@brooklyn.cuny.edu

Abstract

Naked City is a continuation of Prof. Sharon Zukin's earlier books (*Loft Living* and *Cultures of Cities*) and updates her views on how people use culture and capital in New York. Its focus is on a conflict between city dwellers' desire for authentic origins and new beginnings, which many contemporary megalopolises meet. City dwellers wish to defend their own moral rights to redefine their places for living given upscale constructions, rapid growth, and the ethics of standardization. The author shows how in the frameworks of this conflict they construct the perceived authenticity of common and uncommon urban places. Each book chapter tells about various urban spaces, uncovering different dimensions of authenticity in order to catch and explain fundamental changes in New York that emerged in the 1960s under the mixed influences of private investors, government, media, and consumer tastes.

The *Journal of Economic Sociology* published "Introduction. The City That Lost Its Soul," where the author explains the general idea of the book. She discusses the reasons for the emergence and history of the social movement for authenticity, having combated both the government and private investors since the 1960s. Prof. Zukin also traces the transformation of the concept of authenticity from a property of a person, to a property of a thing, to a property of a life experience and power.

Keywords: authenticity; New York; megalopolis; culture; consumption; power; urbanistic studies.

References

Adorno T. (2003 [1964]) *The Jargon of Authenticity* (trans. K. Tarnowski, F. Will), London: Routledge.

Angotti T. (2009) *New York for Sale: Community Planning Confronts Global Real Estate*, Cambridge, MA: MIT Press.

Ballon H., Jackson K. T. (eds) (2007) *Robert Moses and the Modern City: The Transformation of New York*, New York: Norton.

Barwick K. (2008) *The Over-Successful City: The Struggle for the Character of New York City*. The New School, October 17.

Baudrillard J. (1998) *The Consumer Society*, London: Sage.

Beauregard R. (1993) *Voices of Decline: The Postwar Fate of American Cities*, Oxford: Blackwell.

Benjamin W. (1999) *The Arcades Project* (trans. H. Eiland, K. McLaughlin), Cambridge, MA: Harvard University Press.

Berman M. (1970) *The Politics of Authenticity: Radical Individualism and the Emergence of Modern Society*, New York: Atheneum.

Berman M. (1982) *All That Is Solid Melts into Air*, New York: Simon and Schuster.

Binkley S. (2007) *Getting Loose: Lifestyle Consumption in the 1970s*, Durham, NC: Duke University Press.

Bourdieu P. (1984) *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste* (trans. R. Nice), Cambridge, MA: Harvard University Press.

Boyer M. C. (1993) *The City of Collective Memory*, Cambridge, MA: MIT Press.

Brooks D. (2000) *Bobos in Paradise*, New York: Simon and Schuster.

Brown-Saracino J. (2004) Social Preservationists and the Quest for Authentic Community. *City and Community*, vol. 3, no 2, pp. 125–156.

Burden A. (2006) *Jane Jacobs, Robert Moses, and City Planning Today*. Available at: www.gothamgazette.com (accessed 24 January 2018).

Burrows E. G., Wallace M. (1999) *Gotham: A History of New York City to 1898*, New York: Oxford University Press.

Caro R. A. (1974) *The Power Broker: Robert Moses and the Fall of New York*, New York: Vintage.

Chan S. (2007) *Panel Discussion: Has New York Lost Its Soul?* Available at: https://cityroom.blogs.nytimes.com/2007/10/04/has-new-york-lost-its-soul/ (accessed 24 January 2018).

Cover Story. (2008) *Time*, March 24, pp. 52–54.

Crinson M. (ed.) (2005) *Urban Memory: History and Amnesia in the Modern City*, London: Routledge.

Darnton R. (2008) Finding a Lost Prince of Bohemia. *New York Review of Books*, April 3, pp. 44–48.

Douglas M. (1997) In Defense of Shopping. *The Shopping Experience* (eds. P. Falk, C. Campbell), London: Sage, pp. 15–30.

Elias N. (1978 [1939]) *The Civilizing Process: The History of Manners* (trans. E. Jephcott), New York: Urizen, pp. 22–29.

Featherstone M. (1991) The Aestheticization of Everyday Life. In: *Consumer Culture and Postmodernism*, London: Sage, pp. 65–82.

Firey W. (1945) Sentiment and Symbolism as Ecological Variables. *American Sociological Review*, no 10, pp. 140–148.

Fishman R. (2007) Revolt of the Urbs: Robert Moses and His Critics. *Robert Moses and the Modern City: The Transformation of New York* (eds. H. Ballon, K. T. Jackson), New York: Norton, pp. 122–129.

Flint A. (2009) *Wrestling with Moses: How Jane Jacobs Took on New York's Master Builder and Transformed the American City*, New York: Random House.

Florida R. (2002) *The Rise of the Creative Class*, New York: Basic Books.

Fox Gotham K. (2006) The Secondary Circuit of Capital Reconsidered: Globalization and the U.S. Real Estate Sector. *American Journal of Sociology*, vol. 112, no 1, pp. 231–275.

Frieden B., Sagalyn L. B. (1989) *Downtown Inc.*, Cambridge, MA: MIT Press.

Gans H. J. (1962) *The Urban Villagers*, New York: Free Press.

Gans H. J. (1968 [1962]) Urban Vitality and the Fallacy of Physical Determinism. *People and Plans: Essays on Urban Problems and Solutions*, New York: Basic Books, pp. 25–33.

Gilmore J. H., Pine II B. J. (2007) *Authenticity: What Consumers Really Want*, Cambridge, MA: Harvard Business School Press.

Godfrey B. J. (1988) *Neighborhoods in Transition: The Making of San Francisco's Ethnic and Nonconformist Communities*, Berkeley: University of California Press.

Grazian D. (2003) *Blue Chicago: The Search for Authenticity in Urban Blues Clubs*, Chicago: University of Chicago Press.

Greenberg M. (2008) *Branding New York: How a City in Crisis Was Sold to the World*, New York: Routledge.

Hannigan J. (1998) *Fantasy City: Pleasure and Profit in the Postmodern Metropolis*, London: Routledge.

Jacobs J. (1961) *The Death and Life of Great American Cities*, New York: Random House.

James H. (1968 [1907]) *The American Scene*, Bloomington: Indiana University Press.

Kunzru H. (2005) Market Forces. *The Guardian*, December 7. Available at: www.guardian.co.uk (accessed 24 January 2018).

Lees L. (2003) Super-Gentrification: The Case of Brooklyn Heights, New York City. *Urban Studies*, vol. 40, no 12, pp. 2487–2509.

Lethem J. (2003) *The Fortress of Solitude*, New York: Doubleday.

Ley D. (2003) Artists, Aestheticization and the Field of Gentrification. *Urban Studies*, no 40, pp. 2527–2544.

Lloyd R. (2006) *Neo-Bohemia: Art and Commerce in the Post-industrial City*, New York: Routledge.

Mele C. (2000) *Selling the Lower East Side: Culture, Real Estate, and Resistance in New York City*, Minneapolis: University of Minnesota Press.

Miller D. (1997) Could Shopping Ever Really Matter? *The Shopping Experience* (eds. P. Falk, C. Campbell), London: Sage, pp. 31–55.

Montgomery R. (1998) Is There Still Life in The Death and Life? *Journal of the American Planning Association*, vol. 64, no 3, pp. 1–7.

Osman S. (2006) *The Birth of Postmodern New York: Gentrifi cation, Postindustrialization and Race in South Brooklyn, 1950–1980.* PhD dissertation, Harvard University.

Page M. (1999) *The Creative Destruction of Manhattan, 1900–1940*, Chicago: University of Chicago Press.

Patch J. (2008) Ladies and Gentrification: New Stores, New Residents, and New Relations in Neighborhood Change. *Gender in an Urban World, Research in Urban Sociology* (ed. J. DeSena), vol. 9, Amsterdam: Elsevier; JAI Press, pp. 103–126.

Sagalyn L. B. (2001) *Times Square Roulette*, Cambridge, MA: MIT Press.

Said E. (1985) *Beginnings*, New York: Columbia University Press.

Scott J. (2005) In a Still-Growing City, Some Neighborhoods Say Slow Down. *New York Times*, October 10.

Seigel J. (1986) *Bohemian Paris*, New York: Viking.

Smith N. (2002) New Globalism, New Urbanism: Gentrification as Global Urban Strategy. *Antipode*, vol. 34, no 3, pp. 434–457.

Taylor M. J. (ed.) (2006) *The Downtown Book: The New York Art Scene, 1974–1984*, Princeton, NJ: Princeton University Press.

Trilling L. (1972) *Sincerity and Authenticity*, Cambridge, MA: Harvard University Press.

Veblen T. (2000 [1899]) *The Theory of the Leisure Class*, New York: Oxford University Press.

White E. B. (1999) *Here Is New York*, New York: Little Bookroom.

Wright P. (2009) *On Living in an Old Country*, Oxford: Oxford University Press.

Zipp S. (2006) *Manhattan Projects: Cold War Urbanism in the Age of Urban Renewal (New York).* PhD dissertation, Yale University.

Zukin S. (1982) *Loft Living: Culture and Capital in Urban Change*, Baltimore: Johns Hopkins University Press.

Zukin S. (1995) *The Cultures of Cities*, Oxford: Blackwell.

Zukin S. (2004) *Point of Purchase: How Shopping Changed American Culture*, New York: Routledge, pp. 182–186.

Zukin S., Trujillo V., Frase P., Jackson D., Recuber T., Walker A. (2009) New Retail Capital and Neighborhood Change: Boutiques and Gentrification in New York City. *City and Community*, vol. 8, no 1, pp. 47–64.

Received: January 8, 2018
Citation: Zukin Z. (2018) Obnazhennyy gorod. Smert' i zhizn' autentichnykh gorodskikh prostranstv [Naked City. The Death and Life of Authentic Urban Places (excerpts)]. *Journal of Economic Sociology = Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 19, no 1, pp. 62–91. doi: 10.17323/1726-3247-2018-1-62-91 (in Russian).

РАСШИРЕНИЕ ГРАНИЦ

С. В. Вилло

Институционализированное невежество: невосприимчивость российской нефтяной компании к экологической безопасности

ВИЛЛО Софья Викторовна — старший преподаватель департамента менеджмента Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» —Санкт-Петербург. Адрес: Россия, 194100, Санкт-Петербург, ул. Кантемировская, д. 3.

Email: svillo@hse.ru

Многие компании демонстрируют низкую восприимчивость к экологической безопасности. Существующая литература выделяет в качестве основной причины низкой корпоративной восприимчивости эгоистическое поведение компаний (жажда прибыли). Однако данные выводы основываются на кейсах компаний из развитых стран. Что определяет низкую восприимчивость к экологической безопасности в компаниях из развивающихся стран или стран с переходной экономикой, для которых сама идея экологической ответственности бизнеса является новой? Для того чтобы ответить на этот вопрос, в данной статье рассматривается опыт одной из крупнейших российских нефтяных компаний по обеспечению экологической безопасности в проекте освоения месторождения нефти, находящегося на территории России. Информационную базу исследования составляют задокументированные источники информации, а также 15 глубинных интервью, проведённых с менеджерами компании, решения которых повлияли на экологическую безопасность проекта, а также с внешними экспертами, сотрудничающими с этой компанией в области экологической безопасности. Результаты проведённого исследования показали, что низкая восприимчивость к экологической безопасности российских компаний связана не с эгоистическим поведением, как это предполагает существующая литература, основанная на кейсах компаний из развитых стран, а с невежеством в вопросах экологии (непонимание проблем экологической безопасности). Автор данного исследования, опираясь на подход Р. Витли, объясняет это невежество как когнитивную производную национальной бизнес-системы и показывает, что невежество менеджеров высшего звена в вопросах экологии устойчиво поддерживается культурой и системой образования российского менеджмента, а также финансовой и политическими системами. Предлагается теоретическое объяснение формирования экологической безответственности в контексте, для которого идея ответственности бизнеса перед экологией является новой. Отмечается также роль политической системы в этом процессе и проблемы, связанные с вмешательством государства в принятие решений по экологической безопасности, а также с работой государственных контрольно-надзорных органов.

Ключевые слова: корпоративная восприимчивость; невежество менеджеров высшего звена; институционализированное невежество; российская нефтяная компания; экологическая безопасность; переходные экономики.

Введение

Многие компании демонстрируют низкую восприимчивость к экологической безопасности. Это проявляется в аварийных ситуациях при реализации проектов нефтяных компаний, в высоком уровне выбросов загрязняющих веществ в атмосферу, в халатности работников на производстве и проч. Существующая литература выделяет в качестве основной причины низкой корпоративной восприимчивости к экологической безопасности *эгоистическое* поведение компаний [Boiral, Cayer, Baron 2009; Perrow 2009; Hart 2013; Boiral, Baron, Gunnlaugson 2014]. Данный вывод основывается на кейсах компаний из *развитых* стран — США [Shrivastava 1995; Perrow 2009; Crilly, Sloan 2012], Канады [Boiral, Baron, Gunnlaugson 2014], Норвегии [Hart 2013], Англии [Crilly, Sloan 2012] и др. Однако корпоративная восприимчивость к экологической безопасности представляет собой *контекстный* феномен [Karassin, Bar-Haim 2016], связанный с общей культурой менеджмента, системой образования, политической системой и т. д.

Если для развитых стран типа США и Канады идея экологической ответственности бизнеса не нова, то для ряда развивающихся стран и стран с переходной экономикой она является таковой. Соответственно не исключено, что причины низкой восприимчивости к экологической безопасности в компаниях из этих стран могут быть отличными от тех, на которые указывают существующие исследования. В данном исследовании поэтому поставлен следующий вопрос: что определяет низкую восприимчивость к экологической безопасности в компаниях из развивающихся стран и стран с переходной экономикой, для которых сама идея об экологической ответственности бизнеса является новой?

Для того чтобы ответить на этот вопрос, в данной статье рассматривается опыт одной из крупнейших нефтяных компаний по обеспечению экологической безопасности в проекте освоения месторождения нефти, находящегося на территории России. Информационную базу исследования составляют задокументированные источники информации, а также глубинные интервью, проведённые с менеджерами российской нефтяной компании, принимающими решения по экологической безопасности проекта, и с внешними экспертами, сотрудничающими с этой компанией в области экологической безопасности.

Статья имеет следующую структуру: вначале сделан обзор литературы по проблеме корпоративной восприимчивости к экологической безопасности, а также потенциального влияния контекста на эту проблему; затем даётся описание методов и информационной базы исследования, выполненного на примере проекта освоения месторождения нефти одной из крупнейших российских нефтяных компаний. Далее приведены результаты проведённого анализа: невежество менеджеров высшего звена в вопросах экологической безопасности представляется как когнитивная производная национальной бизнес-системы. Показано, что это экологическое невежество поддерживается общей культурой и системой образования российского менеджмента, а также финансовой и политическими системами.

Корпоративная восприимчивость к экологической безопасности

Проблему обеспечения экологической безопасности часто исследуют в контексте концепции корпоративной социальной восприимчивости (*corporate social responsiveness*). В общем смысле под корпоративной восприимчивостью (*corporate responsiveness*) понимают способность компании воспринимать общественные проблемы, обусловленные её поведением, и позитивно реагировать на них. Авторами основных работ в области концепции корпоративной социальной восприимчивости являются Р. Акерман, Р. Бауер, А. Керолл, С. Сети и В. Фредерик [Ackerman 1973; Sethi 1975; Bauer, Ackerman 1976; Carroll 1979; Frederick 1994]. Концепция корпоративной социальной восприимчивости возникла в связи с тем, что более базовое понятие «корпоративная социальная ответственность» (КСО) практически невозможно изучать на практике. Однако можно наблюдать за *действиями* компании и прежде всего

за тем, как компании реагируют на различные социальные проблемы, возникающие вследствие их поведения. Об этом говорит название одной из первых работ по теме корпоративной социальной восприимчивости — «Как компании реагируют на общественные потребности» [Ackerman 1973]. Соответственно степень корпоративной социальной восприимчивости варьирует от отсутствия какой-либо реакции (компания ничего не делает) до интенсивной реакции (компания предпринимает самые различные действия) [Caroll 1979] и зависит от ряда факторов, в том числе от разделяемых в компании ценностей, верований и убеждений, проводником которых являются менеджеры высшего звена [Basu, Palazzo 2008; Кабалина, Чеглакова 2013].

Низкая корпоративная социальная восприимчивость связывается с *эгоистическим* поведением компании. Например, Д. Крилли и П. Слоан видели основную причину низкой корпоративной социальной восприимчивости в управленческой логике, ориентированной на фирму (*firm-centric*), в рамках которой извлечение прибыли рассматривается как единственно важная цель, а решение сопутствующих бизнесу социальных или экологических проблем воспринимается менеджерами как противоречащее этой цели [Crilly, Sloan 2012]. К. Басу и Г. Палаццо объясняли низкую корпоративную социальную восприимчивость *индивидуалистической* управленческой логикой, которая подчёркивает собственные интересы компании, а существование компании рассматривается как обособленное, самостоятельное, отдельное от заинтересованных сторон [Basu, Palazzo 2008].

Под корпоративной восприимчивостью к *экологической безопасности* понимается способность компании воспринимать необходимость обеспечения экологической безопасности и реагировать на неё соответствующим образом. Корпоративная восприимчивость к экологической безопасности — довольно заметное направление исследований в научной литературе. Низкая степень корпоративной экологической восприимчивости также связывается с эгоистичным поведением компании, единственная цель которой состоит в извлечении прибыли. Одним из первых на это обратил внимание Пол Шривастава, связавший низкую степень корпоративной восприимчивости к экологической безопасности с систематической ошибкой финансового риска (*financial risk bias*) — распространённым предположением о том, что риски на финансовых и товарных рынках считаются самыми важными, а зачастую единственными, с которыми сталкивается компания [Shrivastava 1995]. Проблема, по мнению П. Шривастивы, также состоит в том, чему будущих менеджеров учат в школах бизнеса, где образовательные программы строятся в соответствии с предположением о том, что все действия компании, а также проведение научных исследований по менеджменту должны быть направлены на повышение продуктивности компаний. Чуть позже профессор Йельского университета Чарльз Перроу предложил объяснять низкую корпоративную восприимчивость к экологической безопасности *операционным давлением*, обусловленным стремлением менеджеров к бесперебойному потоку доходов и скорейшей отдаче на инвестиции [Perrow 2009]. Это давление приводит к следующему: с одной стороны, менеджеры игнорируют поступающие от работников сигналы о том, что произошла какая-либо поломка или неисправность, угрожающая экологической безопасности проекта; с другой стороны, работники вынуждены идти на неоправданные риски и проявлять халатность (подкручивать приборы, игнорировать предупреждения об изменениях погоды и проч.). В 2013 г. идеи Ч. Перроу были проиллюстрированы в исследовании, посвящённом крушению вертолёта, который перевозил людей с берега на нефтяную платформу в море на шельфе Норвегии [Hart 2013]. Автор исследования показала, что произошедшая авария явилась результатом операционного давления, сгенерированного менеджерами высшего звена. Поддержание работы нефтяных платформ требует в том числе бесперебойного вертолётного сообщения. Как следствие, в тех случаях, когда системы навигации или системы управления на вертолёте дают сбой, перед работниками встаёт непростая задача найти решение, которое минимизирует, во-первых, продолжительность временной неработоспособности вертолёта и, во-вторых, затраты на поддержание работоспособности, но в то же время позволит произвести *ожидаемое от них* (менеджерами) впечатление, что техника исправна и находиться под контролем. Всё это лишь оттягивает неизбежное.

Высокая степень корпоративной восприимчивости к экологической безопасности обсуждается в контексте конкурентной борьбы и необходимости опережения конкурентов [Martínez-del-Río, Céspedes-Lorente 2014; Tang, Tang 2016], а также в контексте отношений с кредиторами, которые могут потребовать соблюдения высоких стандартов охраны окружающей среды в обмен на предоставление своих услуг [Sharma, Henriques 2005; Sharfman, Fernando 2008]. В качестве высокой корпоративной восприимчивости к экологической безопасности выделяют активную позицию высшего руководства по вопросам охраны окружающей среды и связанную с этим осведомлённость работников компании об экологическом загрязнении как о моральной проблеме (*moral awareness*) [Alt, Díez-de-Castro, Lloréns-Montes 2015; Gok et al. 2017].

О. Бойрал, Ч. Барон, О. Гуннлаугсон и М. Каер предложили объяснять вариации в корпоративной восприимчивости к экологической безопасности разными типами логик действия (*action logic*), которым соответствует разный уровень сознательности или совестливости (*consciousness*) компании [Boiral, Cayer, Baron 2009; Boiral, Baron, Gunnlaugson 2014]. *Наиболее развитому* типу логики действия (и соответственно наиболее развитому типу совестливости компании) соответствует активная позиция высшего руководства по вопросам охраны окружающей среды от негативного влияния человека и бизнеса, активное вовлечение работников в решение экологических задач, стремление компании найти креативные решения экологических проблем и т. д. *Наименее развитому* типу логики действия (и соответственно наименее развитому типу совестливости, осознанности компании) соответствует эгоистичное и оппортунистическое поведение компании. Таким образом, в работах упомянутых авторов низкая корпоративная восприимчивость к экологической безопасности также связывается с эгоистическим поведением компании [Boira, Cayer, Baron 2009; Boiral, Baron, Gunnlaugson 2014].

Корпоративная восприимчивость к экологической безопасности в разных национальных бизнес-системах

Выводы рассмотренных выше исследований, объясняющих низкую корпоративную восприимчивость к экологической безопасности, опираются на опыт компаний из *развитых стран* [Shrivastava 1995; Perrow 2009; Hart 2013; Boiral, Baron, Gunnlaugson 2014]. С. Харт проводит своё исследование на базе кейса о компании из Норвегии [Hart 2013]; П. Шривастава и Ч. Перроу отдают предпочтение компаниям из США [Shrivastava 1995; Perrow 2009], О. Бойрал, Ч. Барон и О. Гуннлаугсон используют данные компаний из Канады [Boiral, Baron, Gunnlaugson 2014] и т. д. Аналогичная проблема существует в работах других исследователей, объясняющих различия в степени корпоративной социальной восприимчивости разных компаний (см.: [Basu, Palazzo 2008; Crilly, Sloan 2012]).

Однако научная литература отражает существование *множественности* форм капитализма [Whitley 1999; Dore 2000; Hall, Soskice 2001]. Один из подходов к разделению национальных бинес-систем предложен Р. Уитли [Whitley 1999]. По его мнению, бизнес-системы различаются по четырём основным элементам — образовательному, финансовому, политическому и культурному. Д. Маттен и Дж. Мун предположили, что эти различия могут объяснить разницу в поведении компаний в области корпоративной социальной ответственности в разных странах [Matten, Moon 2008][1].

Как отмечают М. Халме, Н. Руме и П. Доберс, если говорить о КСО в терминах и категориях, которые предоставляет контекст развитых (англо-саксонских) стран, концепция социальной и (или) экологической ответственности бизнеса потеряет большую часть своего потенциала [Halme, Roome, Dobers 2009]. Как минимум, необходимо учитывать различия в контекстах развитых и развивающихся стран. Однако, согласно Р. Уитли [Whitley 2003; 2007], и этого может быть недостаточно, ибо развивающиеся страны *также различаются* по формам капитализма.

[1] Маттен и Мун сравнивали опыт компаний США и Европы.

На особенности российского контекста обращали внимание и отечественные, и зарубежные авторы. Например, Т. А. Гермаш и А. Н. Евлаев утверждали, что российский контекст отличается от других спецификой политического взаимодействия государственной власти и бизнеса [Гермаш 2011; Евлаев 2014]. Н. Туркина, Б. Невилл и С. Бис полагают, что Россия представляет собой бизнес-корпоративистское государство (*business corporatist state*), для которого характерны заметное вмешательство государства в экономику, паттерналисткий стиль государственного управления, непрозрачность политической системы, поддерживающей распространение коррупции и кумовства [Turkina, Neville, Bice 2015].

Учитывая всё вышесказанное, не ясно, в какой степени выводы существующих исследований, объясняющих низкую корпоративную восприимчивость к экологической безопасности на основе данных о компаниях из развитых стран, могут быть справедливы в отношении компаний из развивающихся стран и стран с переходной экономикой, для которых идея экологической ответственности бизнеса является новой. В связи с этим в данном исследовании поставлен следующий вопрос: *что определяет низкую восприимчивость к экологической безопасности в компаниях из развивающихся стран или стран с переходной экономикой, для которых идея экологической ответственности бизнеса является новой?*

Проблематизация и методы исследования

Влияние контекста может проявляться как в существовании, так и в силе отдельных факторов корпоративной восприимчивости к экологической безопасности [Karassin, Bar-Haim 2016]. Это, как считают О. Карассин и А. Бар-Хаим, должно быть *стимулом* в проведении соответствующих исследований, а отнюдь не ограничением. Автором данной работы не было обнаружено исследований, посвящённых глубинному анализу принятия решений по экологической безопасности *российскими компаниями*. Аналогичное наблюдение сделано Н. Пизани и его соавторами [Pisani et al. 2017] по итогам анализа «спектра» национальных контекстов в исследованиях по проблемам экологической и социальной ответственности бизнеса.

Поскольку восполнение соответствующего пробела предполагает глубокое погружение в работу компании, а также подробный анализ факторов, влияющих на управленческие решения по экологической безопасности, выбор анализа единичного случая (*a single case study*) в качестве стратегии исследования представляется очевидным [Piekkari, Welch 2011: 232]. Как отмечается в работах по методологии научных исследований, выводы (и обобщения), основанные на глубинном анализе единичного случая, более надёжны, чем выводы, основанные на сравнении двух или более случаев [Stake 2000; Mariotto, Zanni, Moraes, 2014].

Контекст исследования

Эмпирическая часть исследования выполнена на материалах реализации проекта освоения нефтяного месторождения одной из крупнейших российских нефтяных компаний. В целях сохранения конфиденциальности респондентов название компании не приводится. Будем говорить о российской нефтяной компании *X*, входящей в группу компаний *XT* и занимающейся проектом *Z* по разработке нефтяного месторождения *Alfa*.

Месторождение *Alfa* находится на территории России. Его освоение началось в 1990-х гг. Проект *Z* по освоению месторождения *Alfa* связан с серьёзными экологическими рисками. Об этом сохранились доклады экспертов в области оценки экологических рисков российской нефтегазовой отрасли. Тем не менее, будучи одним из крупнейших в стране, проект *Z* воспринимается государством как имеющий стратегическое значение для России.

Официальные представители компании *X* и официальные представители правительства РФ неоднократно заявляли о безопасности проекта *Z* для экологии. Вместе с этим деятельность компаний группы *XT* по разработке месторождения *Alfa* подвергалась критике со стороны российских общественных природоохранных организаций. Заметная разница в оценках экологической безопасности проекта *Z* послужила дополнительной мотивацией для проведения настоящего исследования.

Сбор данных

Формирование эмпирической базы данного исследования, в том числе поиск и интервьюирование респондентов, проходило по методу «снежного кома» (*snowball sampling*). Этот метод хорошо знаком социологам и применяется в тех случаях, когда исследователю необходимо получить доступ к закрытой группе и услышать ответы на «деликатные» вопросы [Biernacki, Waldorf 1981]. Владение исследователем русским языком являлось критическим фактором, без которого проведение подобного исследования стало бы весьма затруднительным в плане как сбора данных, так и теоретизирования, обобщения результатов. Роджер Эверед и Мэрил Льюис [Evered, Louis 1981] назвали такой исследовательский подход запросом изнутри (*inquiry from the inside*): исследователь погружается физически и психологически в сбор данных и работу с респондентами и, таким образом, получает возможность участвовать в более интимном, открытом и целостном теоретизировании [Michailova et al. 2014].

Сначала был проведён первичный анализ доступных задокументированных источников информации[2] для того, чтобы определить основные вехи в истории экологической безопасности проекта *Z* по разработке нефтяного месторождения *Alfa* и потенциальных респондентов. Выяснилась необходимость в данных, полученных от трёх групп заинтересованных сторон:

— от компаний из группы *XT*, занимающихся освоением месторождения *Alfa*;

— от общественных природоохранных организаций, критиковавших деятельность компании *X* по разработке нефтяного месторождения *Alfa*;

— от внешних экспертов по экологической безопасности, которые работали с компаниями из группы *X*.

Затем был выполнен целенаправленный анализ релевантных задокументированных источников информации (отчёты, пресс-релизы, брошюры и т. д.) с целью систематизации огрехов, допущенных при разработке экологической безопасности проекта *Z* (например, узкая зона экологического мониторинга, отсутствие единой системы реагирования, задержка в проведении учений по ликвидации разливов нефти и т. д.). Компании группы *XT* регулярно освещали ход развития проекта в различных материалах и выпускали пресс-релизы, отчёты, корпоративные журналы, а также готовили иные публикации и размещали их на своих официальных сайтах. Общественные природоохранные организации, критикующие действия компаний *X* по разработке месторождения *Alfa*, также публиковали результаты своих исследований по поводу этого проекта. Использование всех этих материалов позволило составить общее представление о состоянии экологической безопасности в проекте освоения месторождения *Alfa*, а также выявить последовательность, в которой перед компаниями группы *X* вставали — и соответственно, решались или не решались — отдельные задачи экологической безопасности. Использовались только те задокументированные источники информации, авторство которых можно установить, и оно не вызывает сомнения.

[2] Изучались пресс-релизы компании и критикующих её действия общественных природоохранных организаций, отчёты по устойчивому развитию, корпоративные журналы, обзоры, интервью, находящиеся в свободном доступе, и т. д. Были проанализированы 112 ед. задокументированных источников информации.

На этом же этапе были взяты пробные интервью, цель которых — предварительное выяснение отношения менеджеров компаний группы *X* к теме исследования. Обнаружилось, что представители компании воспринимают данную тему как чрезвычайно деликатную, не готовы сразу делиться своим истинным мнением и с настороженностью относятся к формату интервью, напоминающему общение с журналистом, который старается в чём-то уличить компанию и записывает всё на диктофон. По итогам пробных интервью были сделаны выводы о дальнейшей тактике общения с респондентами, то есть о необходимости демонстрации доброжелательных намерений по отношению к компании и респондентам, о планировании специального времени на установление доверия респондента к интервьюеру, о постановке вопросов исключительно по ходу беседы (вслед за рассказом респондента) и т. д. С учётом этой тактики были проведены глубинные интервью, направленные на выявление факторов, повлиявших на принятие решений по экологической безопасности. Результаты этих интервью использовались в исследовании.

Всего было пять групп респондентов:

— менеджеры компании *X* — подразделение в группе компаний *XT*, отвечающего за осуществление проектов типа *Z*;

— менеджеры компании–оператора нефтяной платформы, добывающей нефть из месторождения *Alfa* (также входит в группу *XT*, подконтрольна компании *X*);

— эксперты по экологической безопасности компании–оператора нефтяной платформы, которые работали ранее или продолжают работать в этой организации;

— внешние эксперты в области оценки рисков нефтегазовой отрасли, которые непосредственно взаимодействуют с компаниями группы *XT* по различным вопросам экологической безопасности проекта *Z*;

— специалисты научно-исследовательского центра компаний группы *XT*, оказывающего научную и методологическую поддержку проектам этих компаний.

Анализ данных

Р. Акерман и Р. Бауер рассматривали корпоративную восприимчивость как процесс, который начинается с идентификации некоторой проблемы, затем проходит стадию формирования решения данной проблемы и заканчивается воплощением сформированного решения [Ackerman 1973; Ackerman, Bauer 1976]. Этот подход определил структуру анализа, используемую в данном исследовании (см. рис. 1).

Содержание задокументированных источников информации и ответы респондентов оценивались с тем, чтобы выяснить, как ограничения в мерах экологической безопасности компании *X* связаны с разделяемыми в этой компании ценностями, а также как эти ценности связаны с тем контекстом, в рамках которого оперирует компания.

Результаты эмпирического исследования

Из ответов респондентов исследования (особенно ответов внутренних и внешних экспертов по экологической безопасности) следовало: основным препятствием к обеспечению экологической безопасности в проекте *Alfa* является *непонимание* менеджерами высшего звена, что такое экологическая безопасность и зачем она нужна. Например, один из респондентов компании–оператора нефтяной платформы так описывал ситуацию:

<…> Руководители просто не представляют, что такое экология и, вообще, нужна ли она и зачем она нужна. Уже не говоря о законах <…> (респондент компании–оператора нефтяной платформы).

Рис. 1. Структура анализа данных

Непонимание менеджерами высшего звена проблем экологической безопасности имело ряд негативных последствий для обеспечения экологической безопасности в проекте освоения нефтяного месторождения *Alfa*. Например, отсутствовало оповещение работников о том, что ряд работ по обеспечению экологической безопасности является важным, а не пустым делом. По этому поводу респонденты исследования давали следующий комментарий:

Вот, как пример: отходы должны классифицироваться, раскладываться по классам. Значит, нужно все отходы, которые образуются на платформе, разложить по контейнерам, по классам. Кому это надо? Кому это охота делать? Это очень нудная работа. И зачем? В одну кучу свалил всё и сдал (респондент компании–оператора нефтяной платформы).

Меры экологической безопасности воспринимались менеджерами высшего звена как «непонятные» затраты. Иными словами, препятствием к обеспечению экологической безопасности становилось не отсутствие реальных денежных средств, а именно непонимание того, на что и зачем нужно тратить эти деньги.

Существовала *оппозиция* к реализации мер экологической безопасности со стороны менеджеров высшего звена. Непонимание проблем экологической безопасности обусловливает крайне негативную реакцию менеджеров высшего звена на меры по обеспечению экологической безопасности, разраба-

тываемые внутренними специалистами компании. Это наглядно иллюстрирует следующий фрагмент из интервью с одним из внутренних экспертов по экологической безопасности компании–оператора нефтяной платформы:

> *Работать тяжело. Я на своём веку <…> имел очень и очень много неприятностей с руководителями. Надо доказывать, что надо делать именно так, объяснять для чего и почему; объяснять, почему ещё деньги нужно платить, причём в соответствии с законодательством <…> Они этого не понимают* (респондент компании–оператора нефтяной платформы).

На рисунке 2 обобщена роль управленческого невежества в формировании низкой корпоративной восприимчивости к экологической безопасности.

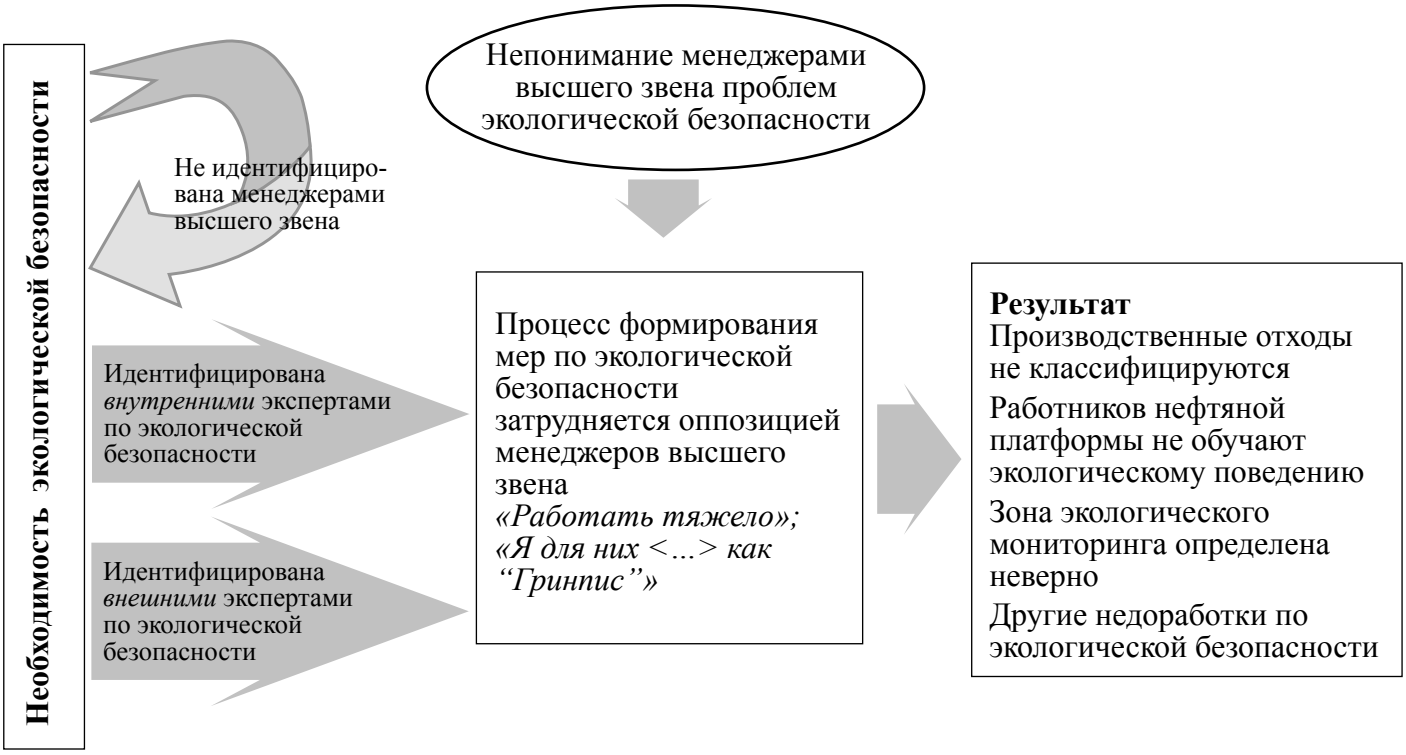


Рис. 2. Невежество в вопросах экологии и его последствия для корпоративной восприимчивости к экологической безопасности

Согласно ответам респондентов, невежество в вопросах экологии устойчиво поддерживается культурой и системой образования российского менеджмента, а также финансовой и политической системами.

Невежество в вопросах экологии как элемент общей культуры отечественного менеджмента

По мнению респондентов, непонимание менеджерами высшего звена проблем экологической безопасности и связанная с этим оппозиция менеджеров высшего звена к обеспечению экологической безопасности — отличительные характеристики *российских компаний*. Аналогичную ситуацию, по мнению респондентов, опрошенных при проведении исследования, невозможно найти в компаниях развитых стран, хотя и они небезгрешны. Один из респондентов иллюстрировал такое положение вещей, сравнивая компанию «Сахалин Энерджи» и рассматриваемую нами компанию *X*:

> *Там* (В компании «Сахалин Энерджи». — *С. В.*) *работают не только наши люди. Там не надо два раза объяснять, что такое экология. А здесь* (В российской нефтяной компании *X*. —

> *С. В.*) *надо объяснять, что платформе нужен не один доктор, а два. Я для них, получается, как «Гринпис». А «Гринпис» — это кто? <…> "Юноша бледный со взором горящим"*[3]*»* (эксперт по экологической безопасности в компании-операторе нефтяной платформы).

Фраза: «Я для них, получается, как "Гринпис"», — отсылает к конфликту между компанией «Газпром нефть» и общественными природоохранными организациями, достигшим пика в 2013 г. (интервью с компанией *X* проходили в 2014 г.), когда активисты-экологи взобрались на платформу «Приразломная» и были оперативно заключены под стражу. Как поясняли респонденты, «накал страстей» между высшим руководством и экспертами по экологической безопасности внутри российской нефтяной компании аналогичен напряжённости, присутствующей в отношениях нефтяников и экологов.

Из ответов респондентов также можно было понять, что их каждодневная работа напоминает «бой». (Об этом говорил и внешний вид респондентов.) Судя по ответам респондентов, сотрудник, занимающийся экологической безопасностью в российской нефтяной компании, — это «такой зелёный человек», отстаивающий *непонятные* высшему руководству цели. Тогда как в компаниях из развитых стран «не надо два раза объяснять, что такое экология».

Невежество в вопросах экологии как программный сбой системы образования

Внутренние и внешние специалисты по экологической безопасности подчёркивали, что непонимание экологической безопасности менеджерами высшего звена может быть связано с *отсутствием* у них соответствующего элемента образования. Вот один из характерных фрагментов интервью с респондентом компании–оператора нефтяной платформы:

> *<…> Они не знают, что это такое <…> Образования в области экологии у руководителей никакого, никакого…* (респондент компании–оператора нефтяной платформы).

Респонденты давали понять, что низкая восприимчивость менеджеров высшего звена к проблемам экологической безопасности связана с *изъянами* («сбоями») в системе отечественного образования, где вопросы охраны окружающей среды не получили повсеместного распространения. Например, один из респондентов компании–оператора нефтяной платформы заметил следующее:

> *<…> Вообще, экология — это такая более узкая дисциплина. Руководителям экология не нужна, понимаете. Я сам работал руководителем на Севере до 93-го года. Слова «экология» я там не слышал. Единственное, что входило в систему работ по экологии, это рекультивация земель, нарушенных земель, где скважины бурились. Их нужно было нам сдать оленеводческим совхозам в нормальном положении: установок не было буровых, оборудование вывезено, планировка сделана, засыпана… Может, травка посеяна... Вот это надо было делать. Только и всего* (респондент компании–оператора нефтяной платформы)[4].

Отсутствие у менеджеров высшего звена соответствующего образования в области экологической безопасности во многом способствует их *оппозиции* к реализации соответствующих мер,

---

[3] Строчка из стихотворения В. Брюсова «Юному поэту» (1896).

[4] Приведённая цитата показывает также слабое понимание самим респондентом различия между экологией как областью научного знания и экологической обстановкой.

которые разрабатываются и предлагаются внутренними специалистами по экологической безопасности («*надо объяснять, для чего и почему*»).

Отсутствие у менеджеров высшего звена соответствующего образования в области экологической безопасности также объясняет их *невнимательное* отношение к образовательным и научно-исследовательским экологическим инициативам. В частности, в рамках проекта *Alfa* так и не было произведено обучение работников нефтяной платформы вопросам экологической безопасности:

> <…> *Менеджмент у нас пока ещё никакой. Мы планировали обучить весь кадровый состав вопросам экологии, чтоб они делали, знали, изучали. Нет, ничего…* (респондент компании–оператора нефтяной платформы).

Вполне вероятно, что отсутствие соответствующего образования у менеджеров высшего звена и порождаемые этим проблемы связаны с отсутствием государственной политики в области экологического образования *как таковой*. Например, А. Черкашин и О. Уланова дают такую оценку общему состоянию развития экологического образования в России: «<…> Складывается впечатление, что современный низкий уровень организации экологического образования в стране, не отвечающий ни в коей мере остроте экологических проблем, не является следствием отсутствия или недостаточности законодательной базы. Скорее всего, это отсутствие государственной политики в области экологического образования, воспитания и просвещения на федеральном уровне» [Черкашин, Уланова 2013].

Вклад финансовой системы в сохранение экологического невежества

Под финансовой системой понимается совокупность финансовых отношений, касающихся источников денежных средств и условий их использования. Отдельно взятый контекст отличается своими особенностями в отношениях между компанией и её кредиторами, в работе фондового рынка (как одного из источников капитала), а также в поведении других заинтересованных сторон, включая государство, предоставляющего налоговые льготы. В обмен на свои услуги кредиторы или иные заинтересованные стороны могут ожидать от компании соответствия высоким стандартам охраны окружающей среды [Sharma, Henriques 2005; Sharfman, Fernando 2008].

Налоговые льготы для российских нефтяных компаний — не новая тема для российского контекста [Власова 2015]. В целях реализации проекта *Z* компаниям группы *X* была обещана и предоставлена государственная поддержка, что воспринималось менеджерами как гарант обеспечения рентабельности проекта:

> <...> Н*алоговое законодательство и льготы, которые государство определяет для данного региона, дают эффект как для государства, так и для нас* (из интервью с менеджером компании X).

Внутри компании существовала устойчивая вера в то, что *«проблем с деньгами российские нефтяные компании никогда не испытывали*» (респондент компании *X*).

Однако предоставляемая поддержка *не связывалась* государством каким-то специальным образом с нуждами экологической безопасности. В обмен на предоставление поддержки государство не требовало от компании *X* высоких стандартов экологической безопасности. Соответственно, менеджеры компании *X* не ощущали дополнительных обязательств в части обеспечения экологической безопасности.

Для освещения прогресса в промышленном освоении региона, в котором находится месторождение *Alfa*, была создана специальная информационная площадка, курируемая общественной организацией, в попечительский совет которой входили представители Правительства Российской Федерации. Тема «Экологическая безопасность» в качестве *основной* появилась на этой информационной площадке лишь после высокого общественного внимания к экологическим рискам проекта *Z*.

Нет оснований полагать, что обеспечение экологической безопасности географического региона, в котором работала компания *X*, ставилось государством как приоритетная задача в *проактивном* порядке. Напротив, во время реализации проекта *Alfa* произошел ряд изменений в российском законодательстве в области экологической безопасности, носящих антиэкологический характер. В качестве одного из примеров эксперты по экологической безопасности приводили изменения в области регулярности проведений учений по ликвидации разливов нефти:

> *<...> Понимаете, сегодня формально учения в области ликвидации разливов нефти должны проводиться не реже одного раза в два года. Сейчас вышло новое постановление правительства, которое сказало, что не реже одного раза в три года <...> Допустим, что компания пошла по* [такому] *пути — раз в три года. Ясно, что ликвидация разливов летом и ликвидация разливов зимой — это разные вещи. Допустим, что вы в этом году провели летние учения. Через три года вы провели зимние учения. Значит, следующие летние учения у вас будут через шесть лет и зимние — через шесть лет. За шесть лет те навыки, которые могли быть приобретены в этих учениях, будут утрачены. В силу разных причин — люди сменятся, время ушло и т. д. <...> А компания имеет возможность формально проводить учения раз в шесть лет. Но шесть лет — это слишком большой срок для таких вещей* (внешний эксперт по экологической безопасности).

Нет также достаточных оснований полагать, что такой подход государства, предоставляющего льготы без дополнительных требований о соблюдении высоких экологических стандартов, мотивировал менеджеров высшего звена компании *X* принимать ответственные решения по экологической безопасности проекта *Z* и, в частности, учитывать несовершенства действующего законодательства:

> *<...> Все расчёты, которые мы производим, в том числе в вопросах охраны окружающей среды, полностью соответствуют нормам законодательства. Если кого-то не устраивают существующие законы, они всегда могут выступить с инициативами по их изменению, представив свои аргументы и расчёты* (из интервью с менеджером компании *X*).

Вклад политической системы в сохранение экологического невежества

Степень вмешательства государства в область экологической безопасности может быть различной. Принятие решений по экологической безопасности в России организовано очень иерархично. Специально создан институт государственной экологической экспертизы, от заключения которой зависит возможность реализации проекта. По отдельным видам проектной документации предусмотрены дополнительные масштабные процедуры согласования. Например, план ликвидации разливов нефти необходимо согласовывать с территориальным органом МЧС России, администрацией морского порта, соответствующими территориальными органами федеральных органов исполнительной власти, специализированными морскими инспекциями Министерства природных ресурсов России и т. д. Как поясняли респонденты, всё это приводит к тому, что «*у нас всё замкнуто по вертикали*» (внешний эксперт по экологической безопасности).

Созданная система контроля и координации не предусматривает сотрудничество нефтяных компаний, работающих в рамках одного географического региона. Респонденты рассматривали *нежелание* менеджеров высшего звена сотрудничать с компаниями-конкурентами как *отличительную особенность российского контекста*. В особенности на этом акцентировали внимание внешние эксперты по экологической безопасности, а также специалисты научно-исследовательского центра группы компаний *ХТ*, оказывающего научную и методологическую поддержку проектам этих компаний. Вот один из характерных фрагментов интервью:

> *Вообще говоря, российские компании не очень охотно на это идут <...> У нас интерактивные проекты между компаниями идут очень трудно.* [Эта проблема] *у нас повсеместное имеет место, во всех проектах <...> На уровне регионов каждая компания действует самостоятельно. Взаимодействует с оператором, с федеральными органами, а на самом деле нужно взаимодействовать друг с другом. У нас всё замкнуто по вертикали, а нужно работать по горизонтали* (внешний эксперт по экологической безопасности).

Менеджеры высшего звена компании *X* отказывались от *любых* мер экологической безопасности, если они предусматривали какое-либо взаимодействие с компаниями-конкурентами, работающими в том же географическом регионе. Ни внутренним, ни внешним специалистам компании по экологической безопасности не удавалось провести в компании такие меры экологической безопасности, как организация транспортировки нефти на берег по трубопроводу от нефтяной платформы; разработка совместной с компанией *M*[5] системы реагирования на разливы нефти; координация деятельности между компанией *X* и другими нефтяными компаниями в области экологического мониторинга региона, в котором все они действуют.

Фактически в проекте *Z* не была реализована ни одна из мер, которая требовала взаимодействия с конкурентами. В 2012 г. стало известно о том, что компания *X* и компания *M* заключили соглашение о сотрудничестве в области ликвидации разливов нефти. Однако это соглашение носило так называемый рамочный характер, не предусматривало *никаких совместных действий* компаний по обеспечению экологической безопасности *до наступления разлива нефти*. Эксперты комментировали это следующим образом:

> *Рамочный характер — это «мы работаем, вы работаете, в случае чего, ребята, обращайтесь». На самом деле должно было бы звучать так: «Давайте совместно сделаем то-то, то-то и то-то…» Это соглашение должно быть направлено в будущее. Сегодня оно никаких действий совместных не предусматривает* (внешний эксперт по экологической безопасности).

Ещё одна проблема связана с работой государственных контрольно-надзорных органов в области экологической безопасности. Прежде всего, речь идёт о работе *государственной экологической экспертизы* (госэкологоэкспертиза). В соответствии с российским законодательством, каждый проект, связанный с негативным влиянием на экологию, обязан иметь положительное заключение государственной экологической экспертизы для того, чтобы получить развитие. В отсутствие положительного заключения госэкологоэкспертизы развитие проекта невозможно.

Вероятно, осознание критической значимости своих решений подталкивает институт госэкологоэкспертизы к злоупотреблению властью и, в частности, может создать ситуацию, при которой эксперты госэкологоэкспертизы пытаются заставить оператора проекта решить проблемы, слабо связанные с негативным экологическим влиянием его проекта. Вот комментарий респондентов компании, иллюстрирующий проблему:

[5] Буквой *M* обозначена ещё одна российская нефтяная компания.

> *<…> Проект идёт на государственную экспертизу. Там сидят эксперты, которые к промышленности отдалённое имеют отношение. Они имеют отношение к разным общественным фондам, общественным институтам — по защите земли, по защите сферы, по защите атлантического моржа <…> по защите одуванчиков, пончиков, белочек. И вот с этими людьми приходится работать. Они пишут в государственной экологической экспертизе не то, что по закону положено, а то, чтобы было, как им хотелось бы — первое, второе, третье и чтоб сверху бантик был* (респондент компании–оператора нефтяной платформы).

Сложно представить, чтобы подобное «вымогательство» со стороны госэкологоэкспертизы повысило мотивацию менеджеров высшего звена к принятию ответственных решений по экологической безопасности. Наиболее вероятна обратная ситуация: *демотивация* менеджеров высшего звена в отношении приятия ответственных решений по экологической безопасности и усиление их оппозиции к предложениям внутренних экспертов компании по поводу реальных мер экологической безопасности.

Аналогичная проблема возникает и на этапе, предшествующем госэкологоэкспертизе, когда необходимо получить согласование проектной документации в Федеральном агентстве по рыболовству (Росрыболовство). Комментарии респондентов со стороны группы компаний *ХТ* свидетельствовали о том, что данный институт, осуществляющий контрольно-надзорные функции в области рыболовства и сохранения водных биологических ресурсов во внутренних водах Российской Федерации, грешит тем же, что и госэкологоэкспертиза, — злоупотреблением властью. Процитируем один из показательных фрагментов интервью:

> *<…> Самое тяжёлое — это сохранение биоресурсов. И контроль ведёт Росрыболовство. За всё это время они ведут себя очень и очень жестоко по отношению к проектам, которые мы приносим им на согласование. Они ставят сотни условий, и все мы их должны выполнять. Невыполнение одного условия — всё… Они дальше путь не дают <…> Например, нас постоянно заставляли делать эколого-рыбохозяйственное картирование, которое они не проводили полвека. Они это всё повесили на нас. Нужно было делать съёмки весной, осенью… Как там по фазам идёт всё. И они заставляли нас это делать. А это стоило… Когда это было? 2006-й, 7-й, 8-й годы… Это стоило ежегодно по 40–50 млн рублей, проведение этих всех работ. Мы шли на это* (респондент компании–оператора нефтяной платформы).

Как следует из приведённой выше цитаты, Росрыболовство может заставить компанию заниматься решением экологических проблем, не имеющих прямого отношения к реализации конкретного проекта компании. Соответственно, внутренние эксперты компании по экологической безопасности вынуждены отвлекаться от своей основной работы — обеспечения экологической безопасности проекта.

Выводы и обсуждение полученных результатов

Существующие модели (см.: [Boiral, Cayer, Baron 2009; Perrow 2009; Hart 2013; Boiral, Baron, Gunnlaugson 2014]), объясняющие низкую корпоративную восприимчивость к экологической безопасности и основывающиеся на кейсах компаний из развитых стран, выделяют извлечение прибыли (или эгоистическое поведение компании) в качестве основной причины корпоративной невосприимчивости к экологической безопасности. В противоположность этому, данное исследование, выполненное на материалах российской компании, выделяет *непонимание* проблем экологической безопасности в качестве основной причины низкой корпоративной восприимчивости к экологической безопасности.

Проведённое исследование показало, что это непонимание создаёт оппозицию менеджеров высшего звена к мерам экологической безопасности, разрабатываемым и предлагаемым внутренними спе-

циалистами компании, а также оказывает демотивирующий эффект на работников, не способствует принятию работниками ответственных решений в области экологической безопасности, исключает проведение образовательных инициатив для работников, что в ещё большей степени снижает корпоративную восприимчивость к экологической безопасности. Данные аспекты не рассматриваются в исследованиях, основанных на кейсах компаний из развитых стран (см.: [Boiral, Cayer, Baron 2009; Boiral, Baron, Gunnlaugson 2014]), в качестве детерминанты низкой корпоративной восприимчивости к экологической безопасности.

Проведённое исследование показывает корпоративную невосприимчивость российской нефтяной компании к экологической безопасности как *когнитивную производную* национальной бизнес-системы. В соответствии с результатами проведённого исследования непонимание проблем экологической безопасности менеджерами высшего звена в российской нефтяной компании поддерживаются не только культурой и изъянами в системе образования отечественного менеджмента, но и политической и финансовой системами (см. табл. 1).

Таблица 1

Невежество в вопросах экологической безопасности как отличительная особенность российского контекста и его последствия для корпоративной восприимчивости

Контекст	Последствия для корпоративной восприимчивости к экологической безопасности
Культура отечественного менеджмента	
Непонимание менеджерами высшего звена проблем экологической безопасности	Оппозиция менеджеров высшего звена к реализации мер экологической безопасности; Восприятие экологической безопасности как непонятных затрат; Отсутствие оповещения работников о том, что ряд мер по экологической безопасности является важным, а не пустым делом
Сбой системы образования	
Отсутствие образования в области экологической безопасности у менеджеров высшего звена	Непонимание менеджерами высшего звена проблем экологической безопасности; Оппозиция менеджеров высшего звена к реализации мер экологической безопасности; Игнорирование менеджерами высшего звена образовательных программ в области экологической безопасности и невнимательное отношение к ним
Финансовая система	
Государственная антиэкологическая политика, предусматривающая предоставление налоговых льгот без обязательств соблюдения высоких стандартов охраны окружающей среды	Отсутствие дополнительных обязательств по соблюдению высоких стандартов экологической безопасности
Политическая система	
Вмешательство государства в принятие решений по экологической безопасности	Нежелание общаться с компаниями-конкурентами и, как следствие, отказ от реализации мер экологической безопасности, предполагающих такое взаимодействие
Искаженное целеполагание в работе государственных институтов в области экологической безопасности	Заниженная мотивация менеджеров высшего звена к принятию ответственных решений по экологической безопасности; Оппозиция менеджеров высшего звена к реализации мер экологической безопасности, предлагаемых внутренними экспертами компании

Проведённое исследование выделило два механизма, с помощью которых существующая политическая система в России поддерживает корпоративное невежество в вопросах экологической безопасности.

Первый механизм связан с активным вмешательством государства в область принятия решений по экологической безопасности, обусловливающим иерархичную систему координации и контроля, которая исключает горизонтальные связи между компаниями, работающими в рамках одного географического региона, и поддерживает в менеджерах этих компаний *нежелание* взаимодействовать друг с другом в решении экологических задач[6]. Второй механизм связан с работой государственных институтов, созданных для реализации контрольно-надзорных функций в области экологической безопасности, которые склонны злоупотреблять своей властью и требовать выполнения от компании действий, лишь косвенно связанных с обеспечением экологической безопасности конкретного проекта компании. Таким образом, результаты проведённого анализа расширяют представление о связях между деятельностью государства в области экологической безопасности и восприимчивостью компаний к экологической безопасности. В исследованиях, выполненных на базе компаний из развитых стран, эта дискуссия ведётся в основном в контексте ужесточения законодательных требований и повышения штрафов за их нарушение (см., напр.: [Бурк, Логздон 2010]). Данное исследование рассматривает слабую мотивацию менеджеров высшего звена в принятии ответственных решений по экологической безопасности в российских компаниях как *результат* искажённого целеполагания государственных институтов в сфере экологической безопасности.

Вклад финансовой системы в сохранение корпоративного невежества в вопросах экологической безопасности связан с механизмом предоставления налоговых льгот, в рамках которого от компании не требуется соответствия высоких стандартов в области охраны окружающей среды. Играет роль и поведение государства, предоставляющего льготы, которое склонно одобрять изменения в законодательстве в области экологической безопасности, носящие антиэкологический характер (см. приведенный выше пример с допустимой частотой проведения учений по ликвидации разливов нефти).

Теоретическая значимость исследования

Проведённое исследование вносит вклад в развитие концепции корпоративной социальной восприимчивости. Исследователи в данной области объясняют различия в степени корпоративной восприимчивости к социальным или экологическим проблемам различными логиками действия [Basu, Palazzo 2008; Boiral, Cayer, Baron 2009; Crilly, Sloan 2012; Boiral, Baron, Gunnlaugson 2014]. При этом в качестве наиболее узкой (менее развитой) логики действия выделяется логика эгоистичного поведения. Результаты данного исследования, выполненного на материалах российской компании, позволяют предположить, что наиболее узкой управленческой логикой является не логика эгоистичного поведения, а *логика невежества*. Различия между логикой эгоиста и логикой невежества весьма существенны. Эгоистом называется человек, чьё поведение целиком определяется мыслью о собственной пользе. Невеждой называется малообразованный, малосведущий человек. Предложенный в данной работе концепт «непонимание экологии» подразумевает низкий уровень компетенции в области экологической безопасности и охраны окружающей среды, необразованность в вопросах экологической безопасности, нежелание погружаться в проблему обеспечения экологической безопасности и проч. Менеджеры, не понимающие цели и суть экологической безопасности, склонны воспринимать меры экологической безопасности как не понятные им затраты, формировать оппозицию в отношении специалистов компании по экологической безопасности, не расположены к просвещению и обучению работников по вопросам экологической безопасности и т. д.

[6] В то время как авторы исследований, анализирующих проблему корпоративной восприимчивости к экологической безопасности в контексте развитых стран, выделяли конкурентную борьбу и необходимость опережения в ней в качестве основного драйвера высокой корпоративной восприимчивости к охране окружающей среды [Martínez-del-Río, Céspedes-Lorente 2014; Tang, Tang 2016], данное исследование показывает альтернативный эффект восприятия конкурентной борьбы — нежелание работать с компаниями-конкурентами, при котором менеджеры не могут экономить на ресурсах и добиться более эффективного решения экологических проблем.

Результаты данного исследования также обогащают дискуссию о корпоративной социальной ответственности как контекстном феномене [Halme, Roome, Dobers 2009], иллюстрируя невосприимчивость российской нефтяной компании к экологической безопасности как когнитивную производную национальной бизнес-системы. Полученные результаты выявляют и объясняют феномен институционализированного невежества и, таким образом, расширяют представление о том, как формируется корпоративная экологическая *безответственность* в рамках контекста, для которого само понятие «экологическая ответственность бизнеса» ново.

Практическая значимость исследования

Проведённое исследование представляет интерес для *практиков и теоретиков менеджмента,* так как раскрывает причины низкой восприимчивости российских компаний к экологической безопасности. Как показал проведённый анализ, эта проблема в России — системная и должна решаться на системном уровне, что, в частности, подразумевает изменения в рамках системы образования и государственного управления.

Результаты проведённого анализа могут быть использованы для развития системы образования в России. Автор предполагает, что в рамках образовательных программ для бакалавров, магистрантов и представителей бизнеса экологическую безопасность и охрану окружающей среды нужно представлять и объяснять как имеющую ценность *саму по себе.* Кроме того, преподаватели и кураторы образовательных программ для бизнеса могут задаться вопросом о том, насколько оправдано позиционирование конкуренции как жёсткой борьбы, исключающей партнёрские отношения между компаниями-конкурентами. Представляется, что проблема нежелания российских нефтяных компаний взаимодействовать в области экологической безопасности скорее найдёт своё позитивное решение, если ведущие школы бизнеса будут трактовать партнёрство между этими компаниями как вполне естественное явление для нужд экологической безопасности.

Результаты проведённого исследования также представляют интерес для *государственных служащих*, которые участвуют в разработке политики Российской Федерации в области охраны окружающей среды, стремясь обеспечить экологическую безопасность нынешнего и будущих поколений россиян и реализацию их конституционного права на здоровую окружающую среду.

Приложение

Таблица П.1

Информация о респондентах исследования

Организации	Количество респондентов	Количество интервью	Материалы личной переписки
Компания–оператор нефтяной платформы, добывающей нефть из месторождения *Alfa* (входит в группу *X*).	5	5	—
Организация-владелец компании–оператора нефтяной платформы (входит в группу *X*)	5	5	—
Научно-исследовательский центр компаний группы *X*	2	2	—
Консалтинговые и (или) исследовательские организации в области оценки рисков нефтегазовой отрасли, взаимодействующие с компаниями группы *X*	2	3	2
Итого	14	15	2

Литература

Бурк Л., Логздон Д. М. 2010. Как окупается корпоративная социальная ответственность. *Российский журнал менеджмента.* 8 (4): 57–68.

Власова Е. 2015. Антикризисные предложения нефтяников, или Как обойти экологические барьеры. *Официальный сайт общественной организации «Беллона».* URL: http://bellona.ru/2015/04/01/oil_anticrisys/

Гермаш Т. А. 2011. *Политическое взаимодействие государственной власти и бизнеса в России: становление корпоративистской модели*. Ростов-на-Дону: Волгоградская академия государственной службы.

Евлаев А. Н. 2014. Модели взаимодействия бизнеса и государства при решении задач политического механизма развития железнодорожного транспорта в России. *Власть.* 5: 55–59.

Кабалина В. И., Чеглакова Л. М. 2013. Корпоративные ценности в управлении российскими компаниями. *Российский журнал менеджмента.* 11 (3): 5–30.

Пахомова Н. В., Малышков Г. Б. 2008. Социально-экологическая ответственность и конкурентоспособность бизнеса: возможен ли синергетический эффект? *Проблемы современной экономики.* 2 (1): 310–318.

Черкашин А. А., Уланова О. В. 2013. Экологическое образование в России в рамках концепции устойчивого развития. *Веб-сайт «ЭКА».* URL: http://ecamir.ru/experts/Ekologicheskoe-obrazovanie-v-Rossii-v-ramkah-kontseptsii-ustoychivogo-razvitiya.html.

Ackerman R. W. 1973. How Companies Respond to Social Demands. *Harvard Business Review*. 51 (4): 88–98.

Ackerman R. W., Bauer R. A., 1976. *Corporate Social Responsiveness: The Modern Dilemma.* Reston, VA: Reston Publishing Company.

Alt E., Díez-de-Castro E. P., Lloréns-Montes F. J. 2015. Linking Employee Stakeholders to Environmental Performance: the Role of Proactive Environmental Strategies and Shared Vision. *Journal of Business Ethics.* 128 (1): 167–181.

Basu K., Palazzo G. 2008. Corporate social responsibility: A process model of sensemaking. *Academy of Management Review.* 33(1): 122–136.

Biernacki P., Waldorf D. 1981. Snowball Sampling: Problems and Techniques of Chain Referral Sampling. *Sociological Methods and Research.* 10 (2): 141–163.

Boiral O., Baron C., Gunnlaugson O. 2014. Environmental Leadership and Consciousness Development: A Case Study among Canadian SMEs. *Journal of Business Ethics*. 123 (3): 363–383.

Boiral O., Cayer M., Baron C. 2009. The Action Logics of Environmental Leadership: A Developmental Perspective. *Journal of Business Ethics.* 85 (4): 479–499.

Bundy J., Shropshire C., Buchholtz A. K. 2013. Strategic Cognition and Issue Salience: Toward an Explanation of Firm Responsiveness to Stakeholder Concerns. *Academy of Management Review.* 38 (3): 352–376.

Carroll A. B. 1979. A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance. *Academy of Management Review*. 4 (4): 497–505.

Crilly D., Sloan P. 2012. Enterprise Logic: Explaining Corporate Attention to Stakeholders from the 'Inside-Out'. *Strategic Management Journal*. 33 (10): 1174–1193.

Dore R. 2000. *Stock Market Capitalism: Welfare Capitalism. Japan and Germany Versus the Anglo-Saxons*. Oxford: Oxford University Press.

Evered R., Louis M. R. 1981. Alternative Perspectives in the Organizational Sciences: «Inquiry from the Inside» and «Inquiry from the Outside». *Academy of Management Review*. 6 (3): 385–395.

Frederick W. C. 1994. From CSR1 to CSR2: The Maturing of Business-and-Society Thought. *Business & Society*. 33 (2): 150–164.

Gok K. et al. 2017. You May not Reap what You Sow: How Employees' Moral Awareness Minimizes Ethical Leadership's Positive Impact on Workplace Deviance. *Journal of Business Ethics*. 146 (2): 257–277.

Hall P. A., Soskice D. W. (eds). 2001. *Varieties of Capitalism: The Institutional Foundations of Comparative Advantage*. Oxford: Oxford University Press.

Halme M., Laurila J. 2009. Philanthropy, Integration or Innovation? Exploring the Financial and Societal Outcomes of Different Types of Corporate Responsibility. *Journal of Business Ethics.* 84 (3): 325–339.

Halme M., Roome N., Dobers P. 2009. Corporate Responsibility: Reflections on Context and Consequences. *Scandinavian Journal of Management.* 25 (1): 1–9.

Hart S. M. 2013. The Crash of Cougar Flight 491: A Case Study of Offshore Safety and Corporate Social Responsibility. *Journal of Business Ethics.* 113 (3): 519–541.

Henry L. A., Douhovnikoff V. 2008. Environmental Issues in Russia. *Annual Review of Environment and Resources*. 33: 437–460

Karassin O., Bar-Haim A. 2016. Multilevel Corporate Environmental Responsibility. *Journal of Environmental Management*. 183: 110–120.

Matten D., Moon J. 2008. «Implicit» and «Explicit» CSR: A Conceptual Framework for a Comparative Understanding of Corporate Social Responsibility. *Academy of Management Review*. 33 (2): 404–424.

Mariotto F. L., Zanni P. P., Moraes G. H. S. 2014. What is the Use of a Single-Case study in Management Research? *Revista de Administração de Empresas.* 54 (4): 358–369.

Martínez-del-Río J., Céspedes-Lorente J. 2014. Competitiveness and Legitimation: The Logic of Companies Going Green in Geographical Clusters. *Journal of Business Ethics*. 120 (1): 131–146.

Michailova S. et al. 2014. Breaking the Silence about Exiting Fieldwork: A Relational Approach and its Implications for Theorizing. *Academy of Management Review*. 39 (2): 138–161.

Perrow C. 2009. *Normal Accidents: Living With High Risk Technologies*. Princeton: Princeton University Press.

Piekkari R., Welch K. 2011. *Rethinking the Case Study in International Business and Management Research*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.

Pisani N. et al. 2017. How Global is International CSR Research? Insights and Recommendations from a Systematic Review. *Journal of World Business*. 52 (5): 591–614.

Sethi S. P. 1975. Dimensions of Corporate Social Performance: An Analytical Framework. *California Management Review.* 17 (3): 58–64.

Sharfman M. P., Fernando C. S. 2008. Environmental Risk Management and the Cost of Capital. *Strategic Management Journal*. 29 (6): 569–592.

Sharma S., Henriques I. 2005. Stakeholder Influences on Sustainability Practices in the Canadian Forest Products Industry. *Strategic Management Journal*. 26 (2): 159–180.

Shrivastava P. 1995. Ecocentric Management for a Risk Society. *Academy of Management Review.* 20 (1): 118–137.

Stake R. 2000. The Case Study Method in Social Inquiry. In: Denzin N. K., Lincoln Y. S. (eds). *The American Tradition in Qualitative Research*. California: Sage Publications; 236–247.

Tang Z., Tang J. 2016. The Impact of Competitors-Firm Power Divergence on Chinese SMES'Environmental and Financial Performance. *Journal of Business Ethics*. 136 (1): 147–165.

Turkina N., Neville B. A., Bice S. 2015. Rediscovering Divergence in Developing Countries' CSR. In: Jamali D., Karam C., Blowfield M. (eds). Development-Oriented Corporate Social Responsibility. Vol. 2: *Locally Led Initiatives in Developing Economies.* New York: Greenleaf Publishing*;* 13–36.

Whitley R. 1999. *Divergent Capitalisms: The Social Structuring and Change of Business Systems*. Oxford: Oxford University Press.

Whitley R. 2003. *How National are Business Systems? The Role of Different State Types and Complementary Institutions in Constructing Homogenous Systems of Economic Coordination and Control.* Manchester: Manchester Business School.

Whitley R. 2007. *Business Systems and Organizational Capabilities: The Institutional Structuring of Competitive Competences.* Oxford: Oxford University Press.

BEYOND BORDERS

Sofia Villo

Institutionalized Ignorance: Unresponsiveness of a Russian Oil Company to Environmental Safety

VILLO, Sofia — Senior Lecturer, Department of Management, National Research University Higher School of Economics — St.Petersburg. Address: 3 Kantemirovskaya str., Saint Petersburg, 194100, Russian Federation.

Email: svillo@hse.ru

Abstract

Many companies demonstrate a low level of corporate responsiveness to environmental safety issues. The existing literature indicates egoistic behavior of companies as the main cause. However, these conclusions are based on cases from the developed countries. What determines the low corporate responsiveness to environmental safety in developing and transition economies, for which the very concept of environmental business responsibility is new? Responding to this question, this paper explores the experience of a large Russian oil company in ensuring environmental safety in the development of an oil field located in Russia . Data were collected from the documented sources of information and 15 in-depth interviews with managers who make decisions on the environmental safety of the project as well as with external experts who cooperate with this company in the field of environmental safety. The study showed that the low responsiveness to environmental safety of Russian companies is not due to their selfish behavior, as it is suggested in the existing literature, but due to the illiteracy of their top managers and their lack of understanding of environmental safety issues. Following the approach of Richard Whitley, the author explains this illiteracy as a cognitive derivative of the national business system. The author shows that illiteracy of top managers regarding environmental issues is backed by the Russian culture, education, financial, and political systems. A theoretical explanation is offered for how environmental irresponsibility is formed within a context where the very concept of environmental business responsibility is new. Governmental intervention in decision-making on environmental safety issues and the activities of regulatory authorities are discussed.

Keywords: corporate irresponsiveness; managerial ignorance; institutionalized ignorance; Russian oil company; environmental safety; transition economies.

References

Ackerman R. W. (1973) How Companies Respond to Social Demands. *Harvard Business Review*, vol. 51, no 4, pp. 88–98.

Ackerman R. W., Bauer R. A. (1976) *Corporate Social Responsiveness: The Modern Dilemma*, Reston, VA, Reston Publishing Company.

Alt E., Díez-de-Castro E. P., Lloréns-Montes F. J. (2015) Linking Employee Stakeholders to Environmental Performance: The Role of Proactive Environmental Strategies and Shared Vision. *Journal of Business Ethics*, vol. 128, no 1, pp. 167–181.

Basu K., Palazzo G. (2008) Corporate Social Responsibility: A Process Model of Sensemaking. *Academy of Management Review*, vol. 33, no 1, pp. 122–136.

Biernacki P., Waldorf D. (1981) Snowball Sampling: Problems and Techniques of Chain Referral Sampling. *Sociological Methods and Research*, vol. 10, no 2, pp. 141–163.

Boiral O., Baron C., Gunnlaugson O. (2014) Environmental Leadership and Consciousness Development: A Case Study among Canadian SMEs. *Journal of Business Ethics*, vol. 123, no 3, pp. 363–383.

Boiral O., Cayer M., Baron, C. (2009) The Action Logics of Environmental Leadership: A Developmental Perspective. *Journal of Business Ethics,* vol. 85, no 4, pp. 479–499.

Bundy J., Shropshire C., Buchholtz A. K. (2013) Strategic Cognition and Issue Salience: Toward an Explanation of Firm Responsiveness to Stakeholder Concerns. *Academy of Management Review*, vol. 38, no 3, pp. 352–376.

Burk L., Logzdon D.M. (2010) Kak okupayetsya korporativnaya sotsialnaya otvetstvennost [How does Corporate Social Responsibility Pay off]. *Russian Management Journal*, vol. 8, no 4, pp. 57–68 (in Russian).

Carroll A. B. (1979) A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance. *Academy of Management Review*, vol. 4, no 4, pp. 497–505.

Cherkashin A. A., Ulanova O. V. (2013) Ekologicheskoe obrazovanie v Rossii v ramkah koncepcii ustoychivogo razvitiya [Ecological Education in Russia within the Framework of the Concept of Sustainable Development]. *EKA*. Available at: http://ecamir.ru/experts/Ekologicheskoe-obrazovanie-v-Rossii-v-ramkah-kontseptsii-ustoychivogo-razvitiya.html (accessed 6 November 2017) (in Russian).

Crilly D., Sloan P. (2012) Enterprise Logic: Explaining Corporate Attention to Stakeholders from the 'Inside-Out'. *Strategic Management Journal*, vol. 33, no 10, pp. 1174–1193.

Dore R. (2000) *Stock Market Capitalism: Welfare Capitalism. Japan and Germany Versus the Anglo-Saxons*, Oxford: Oxford University Press.

Evered R., Louis M. R. (1981) Alternative Perspectives in the Organizational Sciences: "Inquiry from the Inside" and "Inquiry from the Outside." *Academy of Management Review*, vol. 6, no 3, pp. 385–395.

Evlaev A. N. (2014) Modeli vzaimodejstviya biznesa i gosudarstva pri reshenii zadach politicheskogo mekhanizma razvitiya zheleznodorozhnogo transporta v Rossii [Models of Interaction between Business and the State in Solving Problems of the Political Mechanism for the Development of Rail Transport in Russia]. *Vlast'*, no 5, pp. 55–59 (in Russian).

Frederick W. C. (1994) From CSR1 to CSR2: The Maturing of Business-and-Society Thought. *Business & Society*, vol. 33, no 2, pp. 150–164.

Germash T. A. (2011) *Politicheskoe vzaimodejstvie gosudarstvennoj vlasti i biznesa v Rossii: stanovlenie korporativistskoj modeli* [Political Interaction of State Power and Business in Russia: the Emergence of a Corporate Model], Rostov-na-Donu: Volgogradskaya akademiya gosudarstvennoj sluzhby (in Russian).

Gok K., Sumanth J. J., Bommer W., Demirtas O., Arslan A., Eberhard J., Ozdemir A., Yigit A. (2017) You May not Reap what You Sow: How Employees' Moral Awareness Minimizes Ethical Leadership's Positive Impact on Workplace Deviance. *Journal of Business Ethics*, vol. 146, no 2, pp. 257–277.

Hall P. A., Soskice D. W. (eds). (2001) *Varieties of Capitalism: The Institutional Foundations of Comparative Advantage*, Oxford: Oxford University Press.

Halme M., Laurila J. (2009) Philanthropy, Integration or Innovation? Exploring the Financial and Societal Outcomes of Different Types of Corporate Responsibility. *Journal of Business Ethics*, vol. 84, no 3, pp. 325–339.

Halme M., Roome N., Dobers P. (2009) Corporate Responsibility: Reflections on Context and Consequences. *Scandinavian Journal of Management*, vol. 25, no 1, pp. 1–9.

Hart S. M. (2013) The Crash of Cougar Flight 491: A Case Study of Offshore Safety and Corporate Social Responsibility. *Journal of Business Ethics,* vol. 113, no 3, pp. 519–541.

Henry L. A., Douhovnikoff V. (2008) Environmental Issues in Russia. *Annual Review of Environment and Resources*, vol. 33, pp. 437–460

Kabalina V. I., Cheglakova L. M. (2013) Korporativnye tsennosti v upravlenii rossiyskimi kompaniyami [Corporate Values in the Management of Russian Companies]. *Russian Journal of Management = Rossiyskiy zhurnal menedzhmenta*, vol. 11, no 3, pp. 5–30 (in Russian).

Karassin O., Bar-Haim A. (2016) Multilevel Corporate Environmental Responsibility. *Journal of Environmental Management*, vol. 183, pp. 110–120.

Mariotto F. L., Zanni P. P., Moraes G. H. S. (2014) What is the Use of a Single-Case Study in Management Research? *Revista de Administração de Empresas*, vol. 54, no 4, pp. 358–369.

Martínez-del-Río J., Céspedes-Lorente J. (2014) Competitiveness and Legitimation: The Logic of Companies Going Green in Geographical Clusters. *Journal of Business Ethics*, vol. 120, no 1, pp. 131–146.

Matten D., Moon J. (2008) "Implicit" and "Explicit" CSR: A Conceptual Framework for a Comparative Understanding of Corporate Social Responsibility. *Academy of Management Review*, vol. 33, no 2, pp. 404–424.

Michailova S., Piekkari R., Plakoyiannaki E., Ritvala T., Mihailova I., Salmi A. (2014) Breaking the Silence about Exiting Fieldwork: A Relational Approach and its Implications for Theorizing. *Academy of Management Review*, vol. 39, no 2, pp. 138–161.

Pakhomova N. V., Malyshkov G. B. (2008) Sotsialno-ekologicheskaya otvetstvennost i konkurentosposobnost biznesa: vozmozhen li sinergetichesky effekt? [Socio-Ecological Responsibility and Business Competitiveness: Is it Possible to Have a Synergistic Effect?] *Problems of Modern Economics = Problemy sovremennoy ekonomiki*, vol. 2, no 1, pp. 310–318 (in Russian).

Perrow C. (2009) *Normal Accidents: Living With High Risk Technologies*, Princeton: Princeton University Press.

Piekkari R., Welch K. (2011) *Rethinking the Case Study in International Business and Management Research*, Cheltenham: Edward Elgar Publishing.

Pisani N., Kourula A., Kolk A., Meijer R. (2017) How Global is International CSR Research? Insights and Recommendations from a Systematic Review. *Journal of World Business*, vol. 52, no 5, pp. 591–614.

Sethi S. P. (1975) Dimensions of Corporate Social Performance: An Analytical Framework. *California Management Review*, vol. 17, no 3, pp. 58–64.

Sharfman M. P., Fernando C. S. (2008) Environmental Risk Management and the Cost of Capital. *Strategic Management Journal*, vol. 29, no 6, pp. 569–592.

Sharma S., Henriques I. (2005) Stakeholder Influences on Sustainability Practices in the Canadian Forest Products Industry. *Strategic Management Journal*, vol. 26, no 2, pp. 159–180.

Shrivastava P. (1995) Ecocentric Management for a Risk Society. *Academy of Management Review*, vol. 20, no 1, pp. 118–137.

Stake R. (2000) The Case Study Method in Social Inquiry. *The American Tradition in Qualitative Research (eds. N. K.* Denzin, Y. S. Lincoln*),* California: Sage Publications, pp. 236–247.

Tang Z., Tang J. (2016). The Impact of Competitors-Firm Power Divergence on Chinese SMES'Environmental and Financial Performance. *Journal of Business Ethics*, vol. 136, no 1, pp. 147–165.

Turkina N., Neville B. A., Bice S. (2015) Rediscovering Divergence in Developing Countries' CSR. *Development-Oriented Corporate Social Responsibility. Vol. 2: Locally Led Initiatives in Developing Economies (eds. D.* Jamali, C. Karam, M. Blowfield**),** New York: Greenleaf Publishing, pp. 13–36.

Vlasova E. (2015) Antikrizisnye predlozheniya neftyanikov, ili Kak oboyti ekologicheskie bar'ery [Anti-Crisis Proposals of Oil Companies or How to Circumvent Environmental Barriers]. *Bellona*. Available at: http://bellona.ru/2015/04/01/oil_anticrisys/ (accessed 6 November 2017?) (in Russian).

Whitley R. (1999) *Divergent Capitalisms: The Social Structuring and Change of Business Systems*, Oxford: Oxford University Press.

Whitley R. (2003) *How National are Business Systems? The Role of Different State Types and Complementary Institutions in Constructing Homogenous Systems of Economic Coordination and Control*, Manchester: Manchester Business School.

Whitley R. (2007) *Business Systems and Organizational Capabilities: The Institutional Structuring of Competitive Competences*, Oxford: Oxford University Press.

Received: September 13, 2017
Citation: Villo S. (2018) Institutsionalizirovannoe nevezhestvo: nevospriimchivost' rossiyskoy neftyanoy kompanii k ekologicheskoy bezopasnosti [Institutionalized Ignorance: Unresponsiveness of a Russian Oil Company to Environmental Safety]. *Journal of Economic Sociology= Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 19, no 1, pp. 92–115. doi: 10.17323/1726-3247-2018-1-92-116 (in Russian).

А. Н. Муфтахова, Л. Д. Козырева

Жилищная стратификация в странах Евросоюза

МУФТАХОВА Альмира Нургалиевна — аспирант факультета социальных технологий, старший преподаватель кафедры социальных технологий Северо-Западного института управления Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ.
Адрес: 191119, Россия, Санкт-Петербург, ул. Черняховского, д. 6/10.

Email: msmalmira@yandex.ru

В статье представлены результаты компаративного анализа жилищных систем рыночных стран Западной Европы и стран с транзитивными экономиками Восточной Европы, входящих в Евросоюз (ЕС). Анализ сфокусирован на проблемах жилищной стратификации, под которой понимается социальное неравенство при удовлетворении жилищной нужды. Эмпирической базой послужили данные дескриптивной статистики социально-демографических и межстрановых различий, представленные службой «Евростат» (Eurostat) и некоммерческой организацией (НКО) Housing Europe. На основе этих данных рассчитаны показатели жилищной стратификации. Исследование показало несоответствие жилищных условий на востоке Европы среднеевропейскому уровню и значительное отличие от западных стран в доступе к удовлетворению естественной жилищной нужды. Изучение различий в распределении населения по местам обитания и типам проживания граждан позволило сделать вывод о сформировавшемся в бывших социалистических странах своеобразном карго-культе в отношении жилой недвижимости.

По результатам ранжирования данных по критерию зрелости и эффективности жилищных политик различных стран и анализа практики их реализации был предложен термин «румынизация», характеризующий наихудший способ организации отношений в жилищной сфере. В данном случае основным способом удовлетворения жилищной нужды является простая частная собственность на жилище (несдаваемая и необременённая); в качестве единственного места обитания (проживания) выступает жилище, находящееся в частной собственности, поэтому рынок недвижимости носит спекулятивный характер; отсутствует или слабо развит институт ипотеки, жилищного кредитования; аренда и наём (любые виды) не учитываются статистикой и находятся вне зоны государственного контроля и т. д.

Практическая значимость проведённого исследования состоит в том, что учёт позитивного европейского опыта снижения степени социального неравенства в жилищной сфере позволит не только повысить эффективность разработки и реализации государственных и региональных жилищных программ, но и в перспективе обеспечит переход к социально ориентированному типу экономического развития.

Ключевые слова: социальное неравенство; жилищная стратификация; жилищные условия; жилищная политика; Евросоюз; компаративные исследования.

Введение

Жилищная стратификация — один из главных видов социально-экономического расслоения, отражающего степень социального неравен-

КОЗЫРЕВА Лариса Дмитриевна — доктор философских наук, профессор кафедры социальных технологий Северо-Западного института управления Российской Академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ.
Адрес: 191119, Россия, Санкт-Петербург, ул. Черняховского, д. 6/10.

Email: kozireva-ld@sziu.ranepa.ru

ства в жилищной сфере. Однако, как справедливо отмечают исследователи, эта проблема ещё не получила должного внимания в научной литературе [Корнев 2005: 77–85]. Пик публикаций на эту тему пришёлся на конец 1990-х — начало 2000-х гг., то есть на период, когда, по признанию самих учёных, «слой хорошо обеспеченных квартиросъёмщиков и собственников» был ещё не слишком велик на квартирном рынке [Ронге 2000: 65].

Сегодня становится очевидным, что начавшиеся процессы трансформации прежней эгалитарной жилищной структуры настоятельно требуют обстоятельного изучения, прежде всего в силу увеличения степени социального неравенства.

Цель данной работы — осуществить компаративный анализ жилищных систем рыночных стран Западной Европы и стран с транзитивными экономиками Восточной Европы и на его основе оценить возможность рецепции позитивного опыта решения жилищного вопроса к российским реалиям и учёта полученных результатов при разработке и реализации отечественной жилищной политики.

Сравнительный анализ жилищных систем сфокусирован на особенностях жилищной стратификации различных стран, под которой понимается социальное неравенство («дифференциация по горизонтали и вертикали» [Сорокин 1992: 259]) при удовлетворении жилищной нужды.

Методологический фундамент исследования жилищной стратификации сформировался в рамках классической экономической социологии, прежде всего в марксизме. Именно в марксизме потребность в жилье стала рассматриваться как материальная потребность, удовлетворение которой является мощным стимулом дальнейшего развития и совершенствования производства. В то же время в рамках постулирующей дисфункциональность социального неравенства конфликтологической парадигмы неравенство в жилищной сфере признавалось тормозом общественного развития и подлежало устранению в обществе будущего социального равенства. В «эскизах» общества будущего отсутствует «жилищная нужда», которая устраняется вместе с породившей её «эксплуатацией и угнетением трудящихся классов господствующими классами». Но до этого времени жилищная нужда сохраняется, проявляясь как «особое обострение и без того скверных жилищных условий рабочих, создавшееся вследствие внезапного прилива населения в большие города; колоссальное повышение квартирной платы, ещё усилившаяся скученность жильцов в отдельных домах, невозможность для некоторых вообще найти себе пристанище» [Энгельс 2012: 16].

Следующий этап теоретического интереса «к жилищному вопросу» в социологии связан с углублением процессов индустриализации и урбанизации, что обусловило необходимость изучения их социальных последствий. Значительный вклад в изучение данной проблематики внесли социологи Чикагской школы (Р. Парк, Э. Бёрджесс, Л. Вирт, Ч. У. Зорбо и др.), исследуя социально-жилищные группы крупного американского города и закономерности формирования городских зон — «концентрических кругов».

В исследованиях Чикагской школы совершенствовались социологические методы сбора первичной информации: от несложных проблемно-ориентированных обследований жилищных условий до разнообразных статистических методов, анкетных опросов, анализа личных документов, этнографического наблюдения и т. д. Особое место среди этих методов заняло картографирование, оказавшееся чрезвычайно плодотворным при изучении жилищной стратификации. Дальнейшее развитие представлений о жилищной стратификации связано с появлением понятия «жилищный класс», введённого Д. Рексом и Р. Муром [Rex, Moore 1967] на основе изучения причин сегрегации чёрного населения, которое живёт в определённой части Бирмингема, отличающейся низким доходом жителей и расовой дискриминацией. Изучив жилищную стратификацию этого крупного английского города, исследователи выделили шесть жилищных классов по типам жилья и различиям в правах собственности на него.

Понятие «жилищный класс» было использовано в совместной российско-американской монографии «Жилищная стратификация города: рыночная эволюция советской модели» [Кротов, Буравой, Лыткина 2003: 12–13], в которой представлена теоретическая модель, основанная на тезисе о взаимосвязи и взаимозависимости между жилищной и социальной дифференциацией. Эта взаимосвязь, в свою очередь, структурируется как взаимодействие между тремя классами — жилищным, экономическим и социальным.

Современная социологическая мысль обогатила концептуальный арсенал изучением проблем влияния миграции, рождаемости, бедности и национального менталитета на тип застройки, формальные и неформальные практики расселения и урбанизации, жилищные условия и возможности домохозяйств по их улучшению [Старикова, Бушкова-Шиклина 2015: 74].

Среди работ, посвящённых проблематике жилищной стратификации, следует отметить публикации, содержащие анализ жилищной политики современных рыночных стран ЕС, который позволяет оценить характер институциональных инноваций в жилищной сфере. К примеру, по мнению О. Бессоновой, в этих странах происходит интеграция рыночных и раздаточных институтов, таких как общественный сектор жилья, жилищные пособия, дотации жилищному строительству, субсидирование квартирной платы, формирование ипотечных госкорпораций и т. д. [Бессонова 2012: 78].

Изучив степень разработанности проблемы жилищной стратификации в зарубежной и отечественной научной литературе, можно констатировать, что в современной социологии отсутствуют работы, содержащие анализ разнообразной статистической информации, которая отражает реальное состояние жилищной стратификации в странах ЕС. Именно на преодоление этого пробела и направлена данная работа.

Эмпирической базой послужили данные дискриптивной статистики социально-демографических и межстрановых различий, представленные службой *Eurostat* и НКО *Housing Europe*, на основе которых рассчитаны показатели жилищной стратификации.

Распределение населения по месту обитания

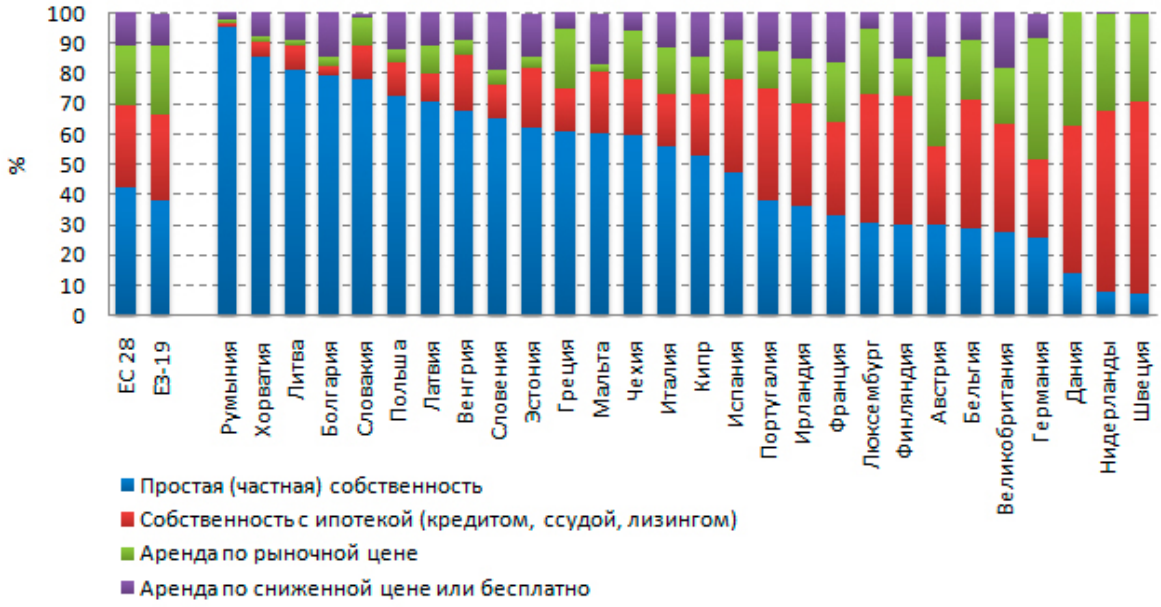
Сразу стоит отметить, что единая политика по удовлетворению жилищной нужды[1] в Европейском союзе отсутствует. Каждая страна по-своему решает жилищный вопрос, исходя из исторически сложившихся цивилизационно-культурных особенностей, современной экономической ситуации и специфики реформирования прежних структур.

[1] Нужда в жилье отнесена Т. Парсонсом к важным компонентам внутренних потребностей «жизненного уровня» любой социальной группы [Парсонс 2002: 376].

Методика службы *Eurostat* [Eurostat 2017] и НКО *Housing Europe* [Housing Europe 2017] (Европейская федерация общественного, кооперативного и социального жилья) определяет тип проживания населения в жилье через статус владения (*tenure status*). Термин «статус владения» сложен для понимания, поскольку согласно общепринятым правилам русского языка слово «владение» — фактическое обладание — считается синонимом слова «собственность». Но в соответствии с западными нормами (стандартами) владение (*tenure*) не означает нахождение в праве собственности[2]. Уже в римском праве кодифицированы понятия «собственность» (*proprietfls*), «владение» (*possessio*), «держание вещи» (*detentio*). При этом наряду с собственностью говорится о владении и держании вещи. Состояние владения соединяет два элемента: сам факт обладания вещью (*corpus possidendi*) и намерение владеть вещью (*animus possidendi*) [Иоффе, Мусин 1975: 68–69]. Обозначенные несоответствия значений в русской лингвистической (соответственно и в юридической) и в западной традиции порождают определённое противоречие.

Пьер Бурдьё раскрывает состояние владения, исходя из усреднённых шансов для присвоения различных материальных и культурных благ и услуг, имеющихся в распоряжении в данный момент, и определяет его как социально квалифицированное физическое место — своеобразное место обитания. Как считает французский социолог, шансы специфицируются для различных обитателей этой зоны по материальным (деньги, частный транспорт и др.) и культурным способностям присваивать, имеющимся у каждого агента[3], и можно физически занимать жилище, но не жить в нём, если не располагаешь негласно требующимися средствами [Бурдьё 2007: 59]. Для более корректного воспроизведения понятия «статус владения» следует использовать внедрённый термин П. Бурдьё «место обитания» (*habitat*).

Обращение к статистике «Евростата» даёт возможность наблюдать страновые различия в распределении населения по месту обитания и типам проживания граждан в жилищах (см. рис. 1).



Источник: Использованы данные: [Eurostat 2017].
Примечание: ЕС-28: страны — члены Европейского союза; ЕЗ-19: страны — участники Еврозоны.

Рис. 1. Распределение населения стран Европейского союза по месту обитания. 2015 г.

[2] В подтверждение этих рассуждений можно привести зарубежный опыт применения порядка предоставления постоянного контракта преподавателю с правом его дальнейшего проживания в кампусе университета, образующего статус владения (*tenure status*).

[3] П. Бурдьё, приводя пример с прислугой-испанкой из XVI округа Парижа, определяет у неё отсутствие возможностей присваивать себе блага и услуги, предлагаемые данным округом, что есть у её хозяина [Бурдьё 2007: 59].

«Евростат» выделяет четыре типа проживания граждан в жилищах:

— собственность, не сдаваемая в аренду, без обременения в виде ипотеки или ссуды — кредита (*owner occupied, no outstanding mortgage or housing loan*) (в дальнейшем — простая (частная) собственность);

— собственность с ипотекой или кредитом (ссудой, лизингом и т. д.) (*owner occupied, with mortgage or loan*);

— аренда по рыночной цене (*tenant-market price*);

— аренда по сниженной цене или бесплатно (*tenant-reduced price or free*).

Как видно из данных, представленных на рисунке 1, в восточноевропейских странах наибольшее распространение (более 70%) получила простая (частная) собственность, в то время как в западноевропейских государствах превалируют иные виды: ипотечная собственность или жилая собственность под залогом (Швеция — 63,4%, Нидерланды — 60,1%), аренда по рыночной цене (Германия — 39,9%, Австрия — 29,6%).

Housing Europe [Housing Europe 2017] в своих исследованиях европейской жилищной политики расширяет виды распределения населения по месту обитания и типам проживания граждан в жилищах (см. рис. 2).

Источник. Использованы данные: [Housing Europe 2015: 30–88].

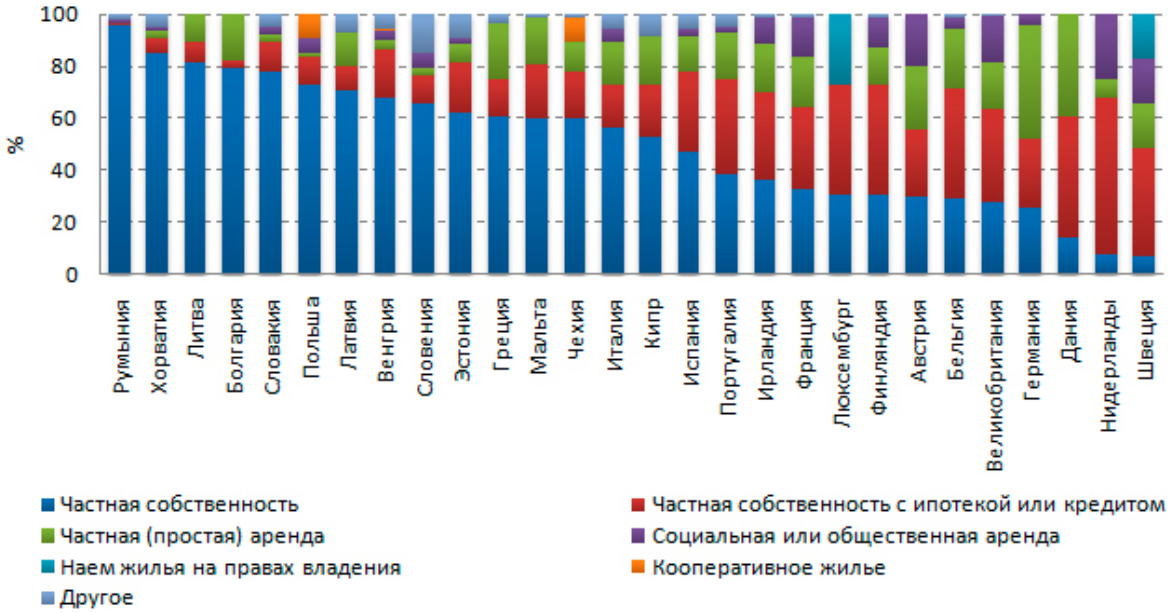
Рис. 2. Распределение населения стран Европейского союза по месту обитания и типам проживания граждан в жилищах. 2015 г.

Housing Europe отделяет *частное владение собственностью* (owner occupied) от *прямого владения собственностью* (direct ownership), игнорируя ипотечное жильё (*owner occupied, with mortgage*), частных арендаторов (*private rent*) от нанимателей жилья (*tenant ownership*), расширяя и дополняя арендные отношения социальными (*social rent*), государственными (*public rent*) и со сниженной оплатой (*reduced rent*).

Выделение в методике *Housing Europe* различных типов съёма жилья — наёма (*tenant*) и аренды (*rent*) — восходит к жилищным отношениям, изложенным в обычном праве Великобритании, где отражено соотношение понятий «владение» (*possession*) и «занятие, завладение» (*occupation*). И если первое из них свойственно нанимателю, который вправе требовать от всех лиц, включая собственника, недопущения нарушения своих прав, то второе относится к правовому положению постояльца гостиницы, жильцу [Пация 2016: 40–44]. Следовательно, обособление нанимателя, который не зависит от собственника жилого имущества и обладает правами и обязанностями, от арендополучателя, зависимого от собственника и обладающего только обязанностями, более верно для европейских стран при определении места обитания.

Данные, приведённые на рисунке 2, демонстрируют различия жилищной сферы в развитых странах Западной Европы и в развивающихся государствах Восточной Европы. На территории бывшего социалистического содружества в жилищной сфере право частной собственности преобладает над арендными отношениями; социальная направленность в удовлетворении жилищной нужды уступает коммерческим интересам.

Сопоставление методик *Eurostat* и *Housing Europe* даёт возможность соотнести и объединить в общую классификацию виды распределения населения по месту обитания и типам проживания граждан в жилищах (см. рис. 3).



Источник: Составлено авторами на основе методик *Housing Europe и Eurostat* [Housing Europe 2015: 30–88; Eurostat 2017].

Рис. 3. Распределение населения стран Европейского союза по месту обитания. 2015 г.

Совокупность данных статистики *Eurostat* и *Housing Europe* позволяет судить о разнообразии жилищной политики в странах ЕС и сделать предварительный вывод о существовании двух взаимосвязанных способах удовлетворения жилищной нужды, восходящих к тезисам П. Прудона о «собственности как результате заимствования» [Прудон 1998: 7–9] и Ф. Энгельса о «собственности как результате труда» [Энгельс 2012: 19].

Как свидетельствует историческая практика, в развитых европейских странах прудоновское определение собственности сменилось выявленным П. Саундерсом потребительским отношением к жилью как роскоши со всеми сопутствующими такому отношению субсидиарными правами и обязанностями.

В свою очередь, в бывших соцстранах произошёл отказ от солидарных позиций «жильё как средство производства» в угоду завышенным ожиданиям от права простой (частной) собственности на недвижимость.

Так, в Румынии в простой (частной) собственности находится 95,6% жилья, в Хорватии — 85,2%, в Литве — 81,3% и т. д. При этом неразвитыми остаются иные способы решения жилищного вопроса, такие как аренда, владение и ипотека.

Стоит отметить, что до кризиса 2008 г. в странах Балтии и Польше предпринимались попытки внедрить на своей территории институт ипотечного кредитования, однако сделки носили спекулятивный характер, вызванный разностью национальных валют и ставок инфляции, субсидированных скандинавскими и швейцарскими банками. Столкнувшись с рисками неплатежей, рынок ипотеки рухнул, дочерние структуры, связанные с зарубежными финансами, обанкротились [Зотин 2016: 18].

Интересным представляется сравнение с испанским опытом, где при избытке нового домостроения застройщики, опасаясь банкротства и финансовой несостоятельности в период ипотечного кризиса, вынуждены были ввести институт найма за минимальную (коммунальную) плату или вовсе бесплатную сдачу в аренду.

Подобным образом действуют и государства с развитой экономической системой, где, исходя из опыта регулирования жилищного вопроса, возникают отношения по удовлетворению жилищной нужды. Так, в Швеции в простой (частной) собственности находится 7,2% недвижимости, обременено ипотекой или кредитом — 41,4%, по 17% в частной и социальной аренде и 17,4% в найме на правах владения. В Нидерландах жильё распределено следующим образом: 7,7% — частное жильё, 60,1% — обременённое, 7% жилья находится в частной аренде и 25,2% — в социальной. Примечательна практика Дании, где при 14% частной собственности, 46,9% ипотеки и 39% простой аренды поощряется отказ от личного имущества путём введения высоких налогов на землю и безналоговых платежей при её продаже.

Полагаем, что при всеобщем и единообразном распределении жилья его ценность[4] может снижаться ввиду потери значимости для дальнейшего развития, то есть *недвижимость не переходит в класс роскоши,* интересный для вложений, но и не становится слагаемым прибавочной стоимости, являющимся средством производства.

Здесь следует привести в качестве примера ситуацию в Румынии, где население страны при едва ли не самых низких ценах на недвижимость в Евросоюзе [Romanian Property…] считает завышенной стоимость жилья, зависящей от высоких тарифов риелторов и юристов [Romanian Property…], что подтверждает предположение о преувеличенных ожиданиях от института простой (частной) собственности на жилище (жильё).

Под упомянутыми ожиданиями понимается модель институционально определённых ожиданий, положительных и отрицательных, описанных Т. Парсонсом, когда от экономических субъектов институционально ждут признания полномочий (прав собственности), и они (то есть субъекты), как правило, признают эти права [Парсонс 2002: 337].

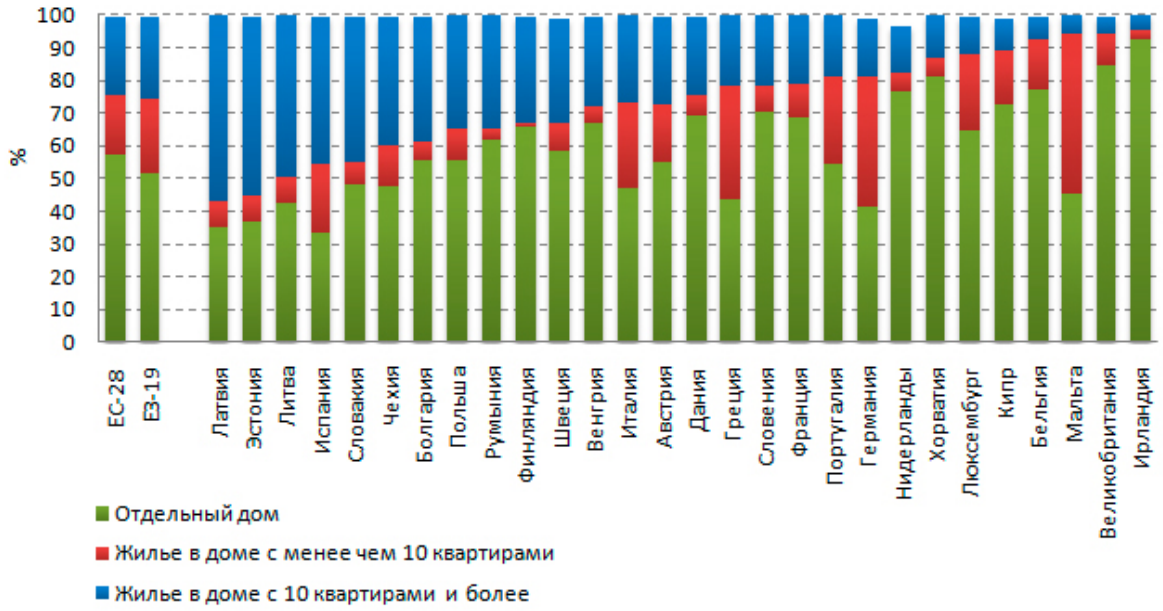
[4] Ценность жилья и его материальная и нематериальная стоимости понимаются как синонимы, исходя из перевода немецкого термина «Wert». С точки зрения Г. Зиммеля, «меновая стоимость вещей — качество или функция, которые последние приобретают наряду с другими своими свойствами, — должна была отделиться от них и обрести в сознании самостоятельность, прежде чем могло состояться объединение этого свойства, присущего самым различным вещам, в понятие, стоящее над всем единичным, и в символ» [Зиммель 2015: 131].

В результате возникших изменений в общественном строе в странах востока Европы начался процесс рецепции унифицированной модели построения капитализма свободного рынка. Фред Блок, критикуя старую парадигму вмешательства государства в хозяйственную деятельность, в рамках которой происходит противопоставление социалистического государства и государства общественных благ, приводит сущность новой парадигмы реконструирования рынка (*market reconstruction*), представляя её как попытку объяснения проводимых рыночных реформ в странах с транзитными экономиками [Блок 2004: 37–56].

Но в действительности созданный на базе уже построенного жилья путём его приватизации класс собственников оказался неготовым нести полноту ответственности за приобретённое имущество (платить высокие налоги, осуществлять уход и ремонт домостроения) и выполнять возложенные на себя, исходя из институциональных ожиданий, обязательства (переводить жильё в оборотный капитал). Таким образом, можно говорить о сформированном в бывших социалистических странах своеобразном карго-культе[5] по отношению к жилой недвижимости.

Распределение населения по типам жилья и обеспеченности жильём

В качестве подтверждения предложенных выше рассуждений целесообразно привести классификацию распределения населения по типам зданий и жилищ. Исходя из данных «Евростата», основным типом жилых зданий в странах ЕС является отдельный дом (*house*) (см. рис. 4).



Источник: [Eurostat 2017].
Примечание: ЕС-28: страны — члены Европейского союза; ЕЗ-19: страны — участники Еврозоны.

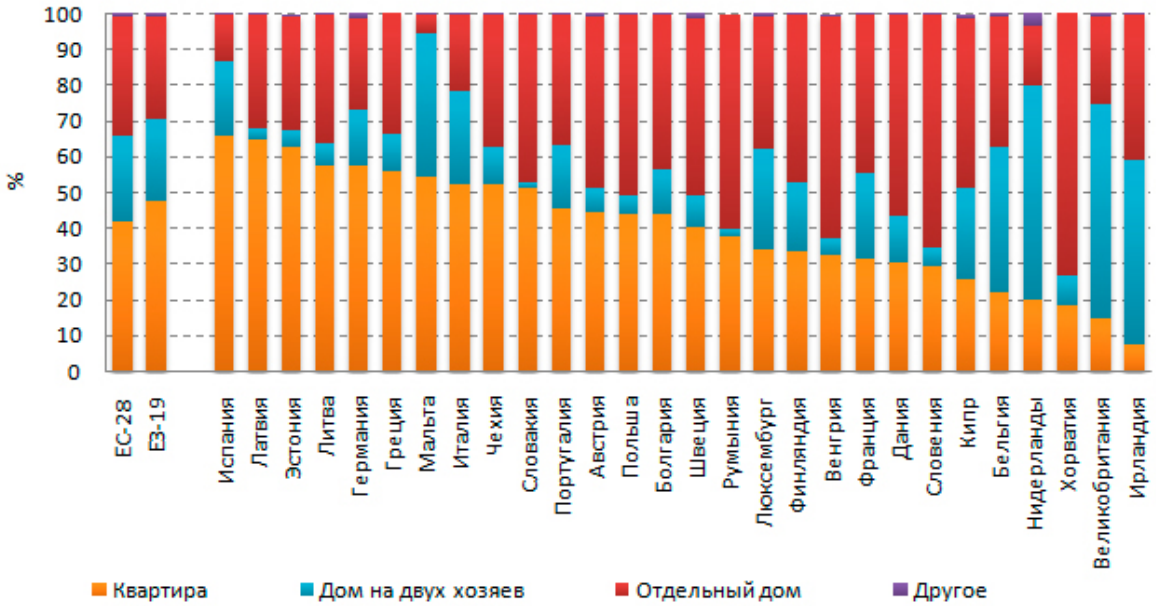
Рис. 4. Распределение населения по типам зданий в странах Европейского союза. 2015 г.

Как показано на рисунке 4, во многих европейских государствах *отдельный дом* является превалирующим типом здания. В прибалтийских странах — Эстонии (54,6% населения) и Латвии (56,8% населения), — в Испании (45,4% населения) доминирующим типом здания (жилого фонда) являлись многоквартирные дома или жильё в доме с 10 квартирами или более (*flat in a building with ten or more*

[5] Карго-культ, как и фетишизм товара, по Ж. Бодрийяру, — это фетишизм продукта, подчинённого производству различий и ценностей-знаков. Современный фетишизм предмета связывается с предметом-знаком, лишённым своей субстанции и своей истории, сведённым к состоянию простой меты некоего различия и включённым во всю систему этих различий [Бодрийяр 2007: 114].

dwellings). Достаточно значимый, хотя и не главный, тип зданий на Мальте (49% населения) и в Германии (40% населения) — малоквартирные дома или жильё в доме с менее чем 10 квартирами (*flat in a building with less than ten dwellings*).

Следует также привести конкретизирующие данные «Евростата» по распределению населения по типам жилья (см. рис. 5).



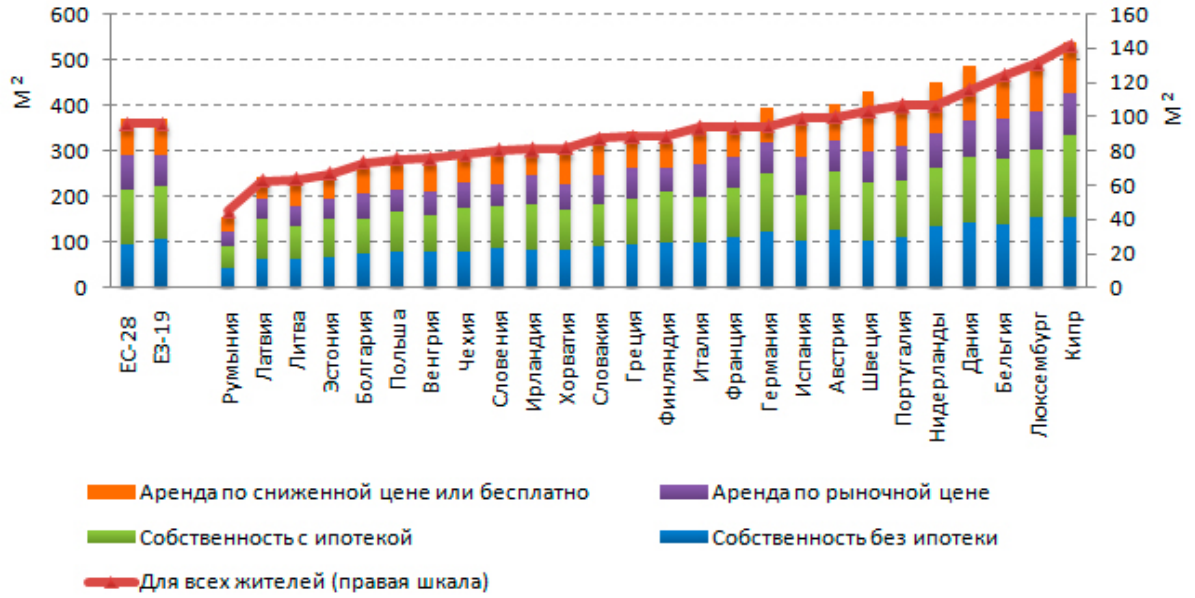
Источник: [Eurostat 2017].
Примечание: ЕС-28: страны — члены Европейского союза; ЕЗ-19: страны — участники Еврозоны.

Рис. 5. Распределение населения стран Европейского союза по типам жилья. 2015 г.

Из данных «Евростата», отображённых на рисунке 5, видно, что отдельный дом (*detached house*) как отдельное строение преимущественно представлен в Хорватии (73,4% населения), в Словении (65,1% населения). Дома на двух хозяев (*semi-detached house*) получили распространение в Нидерландах (59,9% населения), в Великобритании (59,9% населения). Квартирный (*flat*) способ распределения населения по типам жилья является ключевым в мало- и многоквартирных зданиях в прибалтийских странах, Испании (65,9% населения) и Германии (57,3% населения).

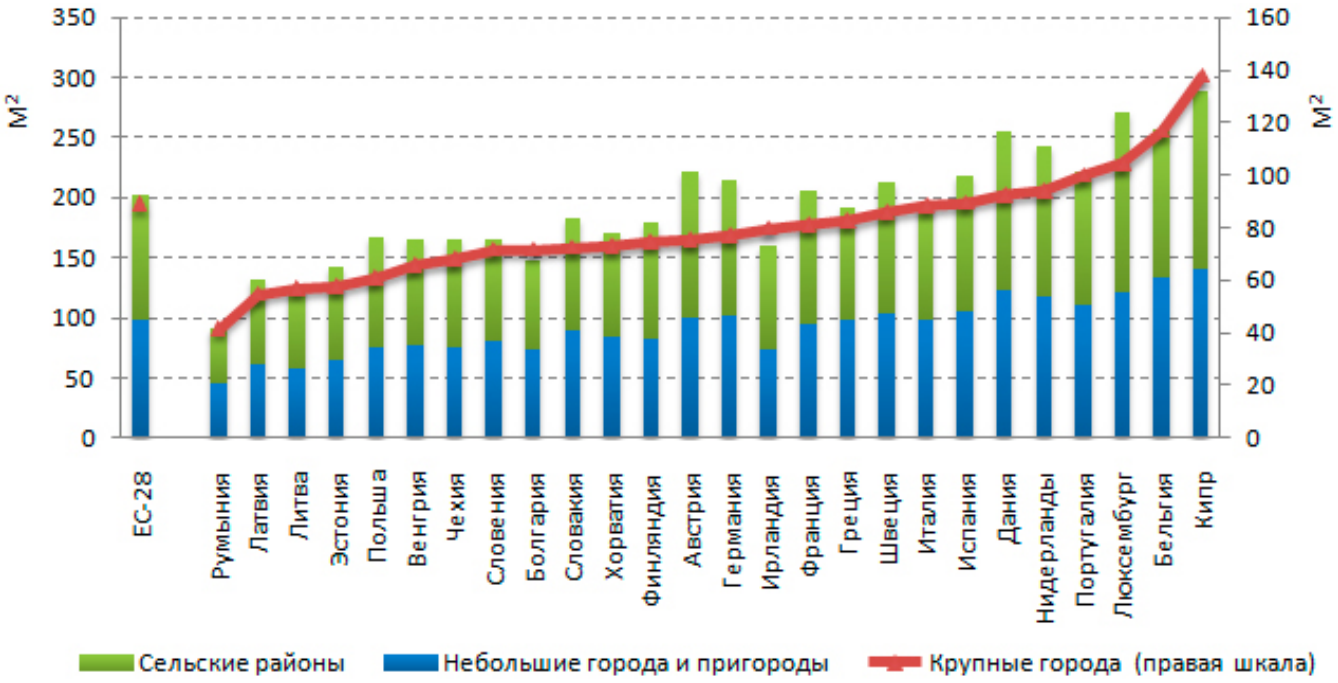
Стоит уточнить, что многоквартирные постройки в Испании получили распространение в 1950–1960-х гг. В ФРГ данный вид домостроения получен в наследство от ГДР (*Plattenbauten* — крупнопанельное строительство в период социалистического городского планирования) после объединения двух Германий [Schwenk 1997: 67]. При этом опыт городского планирования социалистического периода в Румынии (*Sistematizarea* — систематизация) [Iasi… 2008]) и Венгрии (*Panelház* — панельные дома) [Tamás 2005: 77]) не повлиял на степень распределения населения по типам жилья, несмотря на урбанизированный характер; в данных странах господствуют индивидуальные дома (60,1 и 62,1% населения соответственно), что, в свою очередь, не отразилось на средней величине площади недвижимого имущества (см. рис. 6).

Показатели обеспеченности квадратными метрами по статусу владения недвижимостью позволяют подтвердить вывод о *завышенных ожиданиях* жителей востока Европы *от института простой (частной) собственности*. Несмотря на среднеевропейский показатель площади, приходящийся на одного собственника (95,9 м^2), в Румынии этот показатель составляет 44,6 м^2, в Латвии — 62,5 м^2, в Литве — 63,2 м^2. Стоит отметить, что степень урбанизации государств не влияет на размер жилища населения (см. рис. 7).



Источник: [Eurostat 2017].
Примечание: ЕС-28: страны — члены Европейского союза; ЕЗ-19: страны — участники Еврозоны.

Рис. 6. Величина средней площади жилья по статусу владения в странах Европейского союза. 2012 г.



Источник: [Eurostat 2017].
Примечание: ЕС-28: страны — члены Европейского союза.

Рис. 7. Средний размер жилища по степени урбанизации стран Европейского союза. 2012 г.

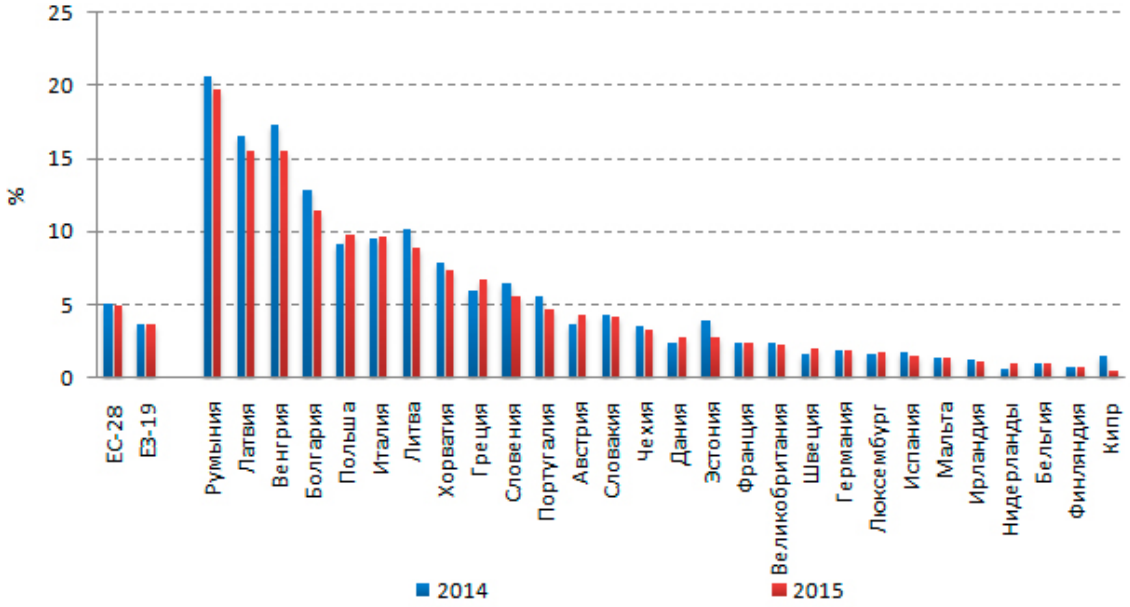
Вопреки большой разнице между жильём в крупных городах, пригородах и сельских районах в развитых странах — например, в Бельгии (117,3 м^2 в городе, 134,4 м^2 в пригороде и 121,8 м^2 в сельском районе), в Нидерландах (94,3 м^2 в городе, 117,5 м^2 в пригороде и 126,2 м^2 в сельском районе), — в бывших социалистических государствах данные различия не имеют веского значения. Различия между собственностью в городе, пригороде или сельском районе по объёму квадратуры несущественны, что свидетельствует о желании граждан Восточной Европы стать собственниками, буквально владеть

имуществом. И объяснение этого видится в средней обеспеченности квадратными метрами жильцов, которых методика «Евростата» не учитывает. Так, к примеру, если исходить из данных «Евростата», в Финляндии при 88,6 м^2, приходящихся на собственника, на жильца в реальности приходится лишь 25,7 м^2, в Польше на 75,2 м^2 во владении средняя обеспеченность составляет 23,6 м^2 (см.: [Курячий et al. 2016: 9–15].

Таким образом, если в развитых странах на одну собственность (жилой объект) большого размера приходится 3–4 иждивенца (жильца, не являющегося собственником), то в развивающихся государствах на одну собственность небольшого размера приходится 1–2 иждивенца (жильца). Иначе говоря, в государствах Восточной Европы прослеживается желание иметь как можно больше имущества (по количеству), без боязни потерять в статусе недвижимости и его размерах. И подобным отношением вызваны негативные явления в жилищных условиях, связанные с риском перенаселённости, скученности и др.

Жилищные условия граждан ЕС

Изученные данные «Евростата» о местах обитания, типах проживания граждан в жилищах, о типологии недвижимости и обеспеченности квадратными метрами характеризуют жилищные условия граждан европейских стран (см. рис. 8).



Источник: [Eurostat 2017].
Примечание: ЕС-28: страны — члены Европейского союза; ЕЗ-19: страны — участники Еврозоны.

Рис. 8. Процент населения, проживающего в тяжёлых жилищных условиях. Страны Европейского союза. 2014–2015 гг.

В отличие от российских реалий, где принято отмечать плохие жилищные условия, в европейских странах в соответствии с методикой «Евростата» выявляется их тяжесть (*severe housing deprivation rate*)[6]. Как видно из данных, представленных на рисунке 8, в среднем 5% населения ЕС проживает в тяжёлых жилищных условиях. Однако существуют значительные различия между странами. Так, про-

[6] Тяжёлые жилищные условия определяются через процент населения, проживающего в жилом помещении, которое считается переполненным, а также демонстрирует хотя бы один из критериев жилищного лишения. Жилищное лишение является мерой неудовлетворительных удобств и подлежит соответствующему учёту, если относится к домашним хозяйствам, в которых имеются такие проблемы, как протечка крыши, отсутствие ванны и (или) душа, а также внутреннего туалета, либо жилище считается слишком тёмным [Eurostat 2017].

цент живущих в тяжёлых жилищных условиях среди граждан Румынии (19,8% населения) в четыре раза выше, нежели в среднем по Европе (4–5% населения), в Венгрии и Латвии в три раза выше (по 15,5% населения). В то же время испытывают трудности с жильём в Нидерландах лишь 1% населения, в Бельгии — 0,9% населения, в Финляндии — 0,7% населения.

В методику «Евростата» включена социально-экономическая стратификационная модель (по уровню дохода), учитывающая долю населения, подверженного риску бедности (*population at risk of poverty*), где «уровень риска, связанный с риском бедности, представляет собой долю людей с эквивалентным располагаемым доходом ниже порога риска бедности, который установлен на уровне 60% от национального медианного эквивалентного располагаемого дохода» [Eurostat 2017].

Тяжесть жилищных условий измеряется в показателях перенаселённости (скученности) жителей, долей населения, имеющего проблемы с жильём или лишённого некоторых элементов жилья по статусу уровня доходов (бедности) (см. табл. 1).

Выявленная обеспеченность квадратными метрами европейского населения оказывает существенное влияние на переполненность жилищного фонда. При этом в развитых странах (Дания, Нидерланды) скученность составляет не более 10% от общего количества населения, в развивающихся (Румыния, Польша) — более 40%.

Однако анализ относительного отклонения между общим коэффициентом скученности населения и коэффициентом скученности группы населения, подверженного риску бедности, показывает, что в бывших социалистических странах граждане живут почти одинаково скученно (допустим, в Румынии общий коэффициент скученности составляет 49,7% и 61,7% среди бедных); тогда как в западных странах (к примеру, в Нидерландах — 3,3% и 13,2% соответственно) разница в коэффициенте перенаселённости между общим количеством населения и населением, подверженным риску бедности, составляет три раза.

У части населения, имеющего проблемы с жильём или лишённого некоторых элементов жилья по статусу бедности, наблюдаются трудности в жилищных условиях (протечка кровли, сырость стен, полов, фундамента или гниль в оконных рамах).

Низкий уровень качества жилых помещений наблюдается в Португалии (28,1% — всё население; 36,6% — бедные). Разрыв величин данного показателя между средней величиной для всего населения и для населения, подверженного риску бедности, заметен только в Словакии — в 1,5 раза.

Низкий уровень обеспеченности помывочными местами характерен для Румынии (30,8% — всё население; 65,5% — бедные), разрыв между группами составляет 1,5 раза. Наибольшее неравенство в обеспеченности душевыми и ваннами следует отметить в Словакии — в семь раз (0,8% — всё население; 5,5% — бедные).

Трудности с наличием санитарно-технических приспособлений, снабжённых системой смыва, наблюдаются в Румынии (32,8% — всё население; 68,0% — бедные). Как и в случае с помывочными местами, самое большое относительное отклонение демонстрирует Словакия — разрыв в пять раз (1,4% и 8% соответственно).

Недостаточный уровень освещённости или, как указанно в данных «Евростата», «жилище слишком тёмное» (*dwelling too dark*) можно отметить в Венгрии (8,6% — всё население; 16,1% — бедные). Существенное различие (в три раза) между величиной данного показателя для общей численности населения (3,1%) и величиной населения, подверженного риску бедности (9,2%), отмечается в Словакии.

Таблица 1

Величина тяжести жилищных условий в показателях перенаселённости (скученности) жителей, долей населения, имеющего проблемы с жильём или лишённого некоторых элементов жилья по статусу уровня доходов (бедности). Страны Европейского союза. 2015 г.

Страна	Коэффициент перенаселённости (скученности)		Протечка кровли и(или) сырость стен и(или) полов и(или) фундамента или гниль в оконных рамах		Отсутствие ванны и(или) душа		Отсутствие крытого туалета с промывкой		Жилище слишком тёмное	
	Всё население (%)	Бедное населения (%)	Всё население (%)	Бедное населения (%)	Всё население (%)	Бедное населения (%)	Всё население (%)	Бедное населения (%)	Всё население (%)	Бедное населения (%)
ЕС-28 (страны – члены Европейского союза)	16,7	29,5	15,2	24,0	2,2	6,6	2,4	6,9	5,5	8,7
ЕЗ-19 (страны – участники Еврозоны)	12,1	24,2	16,0	24,4	0,5	1,3	0,6	1,5	5,6	8,8
Бельгия	1,6	6,5	18,2	30,9	0,7	1,6	2,3	4,3	7,4	14,3
Болгария	41,4	48,5	12,9	26,3	11,6	33,2	18,6	45,0	6,4	13,5
Чехия	18,7	40,4	8,9	17,8	0,3	1,0	0,6	1,6	3,9	8,1
Дания	8,1	27,2	16,1	22,2	2,2	6,7	0,6	2,9	3,4	6,6
Германия	7,0	17,3	12,8	19,7	0,0	0,0	0,1	0,1	4,0	7,5
Эстония	13,4	15,0	13,4	21,8	7,3	15,4	6,9	13,3	4,9	6,2
Ирландия	3,4	6,0	13,6	19,6	0,2	0,4	0,1	0,2	5,1	6,0
Греция	28,1	42,0	15,1	20,4	0,5	0,9	0,5	1,0	5,7	9,6
Испания	5,5	11,4	15,2	21,3	0,1	0,2	0,1	0,3	3,9	5,1
Франция	7,4	20,9	12,6	23,9	0,5	1,0	0,5	1,0	7,4	10,9
Хорватия	41,7	45,0	10,9	21,0	1,7	5,9	2,0	6,5	5,1	7,3
Италия	27,8	43,8	24,1	32,2	0,4	0,6	0,6	0,7	7,0	11,0
Кипр	1,4	3,5	26,5	33,9	0,9	2,9	0,9	3,0	5,6	8,6
Латвия	41,4	49,4	24,4	38,7	15,3	36,0	13,6	31,8	8,5	15,4
Литва	26,4	34,5	17,0	30,3	11,5	30,3	12,4	31,7	5,1	6,7
Люксембург	6,8	19,8	14,4	25,8	0,1	0,0	0,0	0,0	7,1	12,3
Венгрия	41,1	62,0	25,4	44,9	3,7	15,8	3,9	16,7	8,6	16,1
Мальта	3,5	7,7	10,2	12,8	0,2	0,1	0,0	0,0	7,2	9,9
Нидерланды	3,3	13,2	15,7	21,5	0,1	0,2	0,0	0,2	4,8	7,1
Австрия	15,0	34,1	11,7	16,5	0,5	1,1	1,0	3,1	5,6	9,9
Польша	43,4	59,7	11,9	21,2	3,3	10,0	2,7	8,3	4,5	7,6
Португалия	10,3	21,0	28,1	36,6	1,5	3,0	1,0	2,6	8,0	11,0
Румыния	49,7	61,7	12,8	26,6	30,8	65,5	32,8	68,0	5,8	10,4
Словения	13,7	23,1	26,9	37,2	0,5	2,4	0,3	1,4	5,7	9,6
Словакия	37,8	57,6	6,3	17,6	0,8	5,5	1,4	8,0	3,1	9,2
Финляндия	6,7	21,0	4,4	6,2	0,8	2,4	0,5	1,5	4,0	6,0
Швеция	11,6	36,1	7,5	9,7	0,6	2,2	0,0	0,0	5,3	5,9
Великобритания	7,3	14,0	14,8	21,8	0,6	1,3	0,4	0,8	5,2	6,6

Источник: [Eurostat 2017].

Таким образом, по результатам изучения данных «Евростата» об уровне жилищных условий и их взаимосвязанных показателях можно сделать предварительные выводы.

В ходе проведённого анализа были выявлены существенные диспропорции при решении жилищного вопроса среди жителей европейских государств. Характер учёта показателей социального неравенства, заложенный в методику «Евростата», демонстрирует несоответствие жилищных условий на востоке Европы среднеевропейскому уровню и значительное отличие от западных стран в доступе к удовлетворению естественной жилищной нужды [Парсонс 2002: 376]. С одной стороны, население стран с транзитной экономикой чаще других сталкивается с проблемами в коммунальной сфере или лишено некоторых элементов жилья; с другой стороны, в таких странах отсутствуют существенные различия между тяжестью жилищных условий жизни всего населения и населения, подверженного риску бедности. Думается, что данные явления стали следствием проведённой единой политики социалистического городского планирования, заимствованной из опыта Советского Союза времён крупнопанельной застройки 1960–1970-х гг.

В развитых капиталистических странах, с относительно стабильной обстановкой и благоприятной жилищной политикой, наблюдается неравенство, при котором жилищные условия бедных в два, а то и три раза тяжелее, чем у всего остального населения.

Стоит отметить нюансы отдельных подходов в решении социальных вопросов и минимизации экономических проблем в развитых государствах Запада Европы. Если Германия унаследовала корпоративизм социальной политики О. Бисмарка, то Австрия — либеральный подход Ф. Хайека, а Швеция — его коллеги по Нобелевской премии Г. Мюрдаля [Блауг 2009: 210–214]. В Дании и Нидерландах велика роль независимых профсоюзов; в Бельгии сильны позиции ведущих государствообразующих корпораций. Во Франции процветает синдикалистский подход в решении социальных проблем, в Великобритании — ситуационистский. Возможно, этим объясняется укоренившаяся в Европе субсидиарность[7] западных государств в противовес солидарности[8] восточных.

На протяжении долгого времени учёные старались обобщить, привести к единому знаменателю или объяснить социально-экономические процессы европейского общества. Заданная в начале XX века М. Вебером в «Протестантской этике и духе капитализма» дискуссионная тема о принадлежности рыночной экономики [Вебер 1990: 44–271] была подхвачена в конце XX века Г. Эспинг-Андерсеном при попытке классификации государств, входящих в Организацию экономического сотрудничества и развития (ОЭСР), по типам их социальных политик и группированию различных профилей благосостояния.

Датский социолог Г. Эспинг-Андерсен в книге «Три мира капитализма благосостояния» [Esping-Andersen 1991] использует для определения включённости благосостояния в те или иные социальные структуры и классы два измерения — декоммодификацию (*de-commodification*), которая сориентирована на результаты социальной политики, и стратификацию (*stratification*). Он выделил три устойчивые группы государств — либерального режима (Великобритания, США, Ирландия, Канада, Австралия), консервативного режима (Германия, Франция, Австрия, страны Бенилюкса и Италия) и социал-демократического режима (Скандинавские страны). Основные критики данной типологии указали на отход от классической веберовской концепции капитализма, собственную глобальную методологию, используемые Г. Эспинг-Андерсеном устаревшие данные 1980-х гг., узость и зацикленность на 18 развитых странах, игнорировании гендерного подхода [Andreas 2006: 3–26]. Позже К. Бамбра, полемизируя с критикой, обновила данные о декоммодификации и стратификации, чем убедительно доказала гипотезу об относительно неизменной методологии датского социолога. Таким образом, предложенная им типология капиталистических обществ является надёжной и важной для дальнейшего изучения [Bambra 2004: 3–23].

7 Под субсидиарностью здесь понимаем личную ответственность.

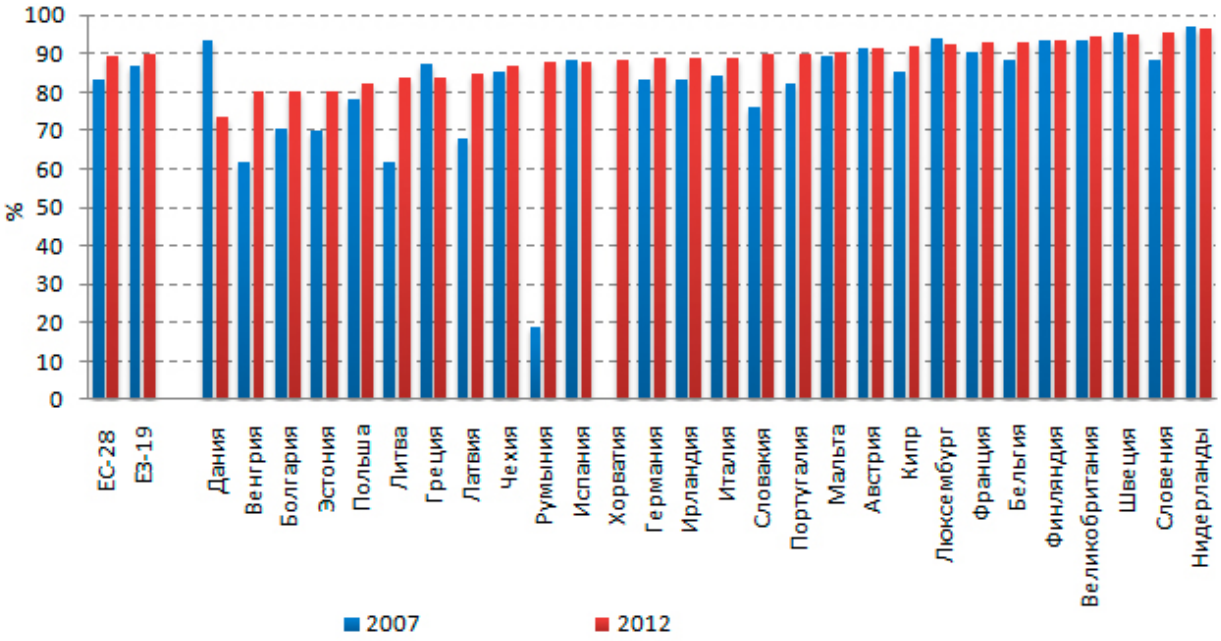
8 Под солидарностью здесь понимаем коллективную ответственность.

Н. Мэннинг, строго придерживаясь методологии Г. Эспинг-Андерсена в отношении государств всеобщего благосостояния, исследовал опыт государственного управления в постсоциалистических государствах и пришёл к мысли о сосуществовании двух социальных систем, оставшихся после распада Советского Союза. Одна из них — старая государственная социалистическая модель, которая, хотя и сокращается, остаётся по-прежнему важной. Другая — новая, связанная с в большей степени остаточной и свободной системой социального обеспечения. При этом вторая движется строго в направлении социального обеспечения как товара с чёткой уровневой системой стратификации, а также в сторону повышения роли рынка, а не государственного контроля. Как считает Н. Мэннинг, хотя постсоветские государства и должны быть добавлены в европейскую типологию, кардинальные изменения, коснувшиеся жителей центра и востока Европы, будут резко резонировать с устоявшимися традициями развитых стран [Manning 1998: 48–67].

Нетрудно заметить, что отсутствие единообразия в западных странах сказывается и на жилищной политике. Однако накопленный опыт в странах бывшего Варшавского договора, республик, входящих в состав Советского Союза и бывшей Югославии, не адаптируется к современным рыночным реалиям.

Удовлетворённость жильём

Данные «Евростата» демонстрируют высокие показатели удовлетворённости жилищными условиями в странах ЕС. За пятилетний период среднеевропейские показатели выросли с 83,1% в 2007 г. до 89,3% в 2012 г. (см. рис. 9).

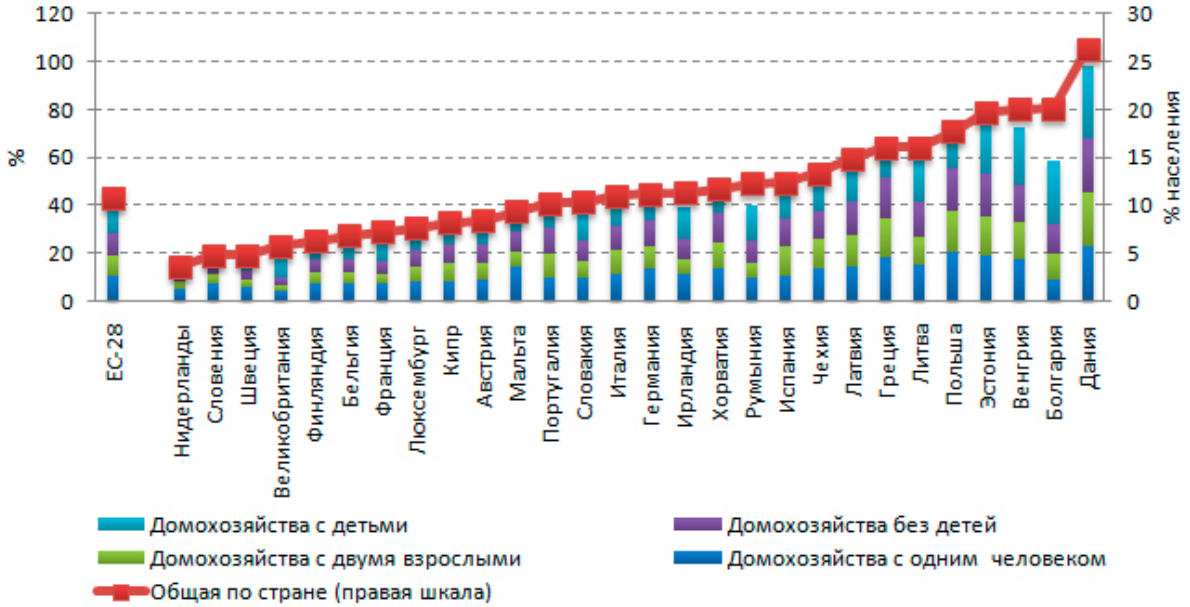


Источник: [Eurostat 2017].

Примечание: ЕС-28: страны — члены Европейского союза; ЕЗ-19: страны — участники Еврозоны.

Рис. 9. Процент населения в странах Европейского союза, удовлетворённого жилищными условиями. 2007 и 2012 гг.

Бурный рост доли населения, удовлетворённого жильём, показывают в 2007–2012 гг. данные статистики Литвы (с 61,9% в 2007 г. до 84% в 2012 г.), Венгрии (с 61,7 до 80 % соответственно). Любопытно, что в Румынии удовлетворённость в те же годы выросла в 3,5 раза — с 18,8 до 87,7%. Наряду с этим произошло сокращение доли жителей, удовлетворённых своим жильём, в Люксембурге — с 94,1% в 2007 г. и до 92,3% в 2012 г. — и особенно в Дании (с 93,6 до 73,7% соответственно) (см. рис. 10).



Источник: Данные [Eurostat 2017].
Примечание: ЕС-28: страны — члены Европейского союза.

Рис. 10. Процент населения в странах ЕС с низким или очень низким уровнем удовлетворённости местом обитания, по составу домохозяйства. 2012 г.

Среди населения, распределённого по типам домохозяйств, в странах, имеющих низкий или очень низкий уровень удовлетворённости жилищем, стоит отметить домохозяйства с двумя взрослыми в Польше (16,9% населения) и домохозяйства с детьми в Болгарии (26,1% населения).

В данном отношении вызывают интерес показатели удовлетворённости жильём в Дании. В этой стране неудовлетворённость своим жильём выказывают представители всех домохозяйств (домохозяйства с одним человеком — 22,5%; домохозяйства с двумя взрослыми — 22,9%; домохозяйства без детей — 22,8%; домохозяйства с детьми — 30,2%); общее недовольство демонстрирует 26,3% населения.

В данном случае критическое отношение к своему месту обитания объясняется высокими требованиями, предъявляемыми населением страны к жилищным условиям, а вполне возможно, и влиянием «левых» организаций, подталкивающих население к выражению недовольства своим положением, проводимой властью социальной политикой, действиями власти вообще.

В проведённом исследовании была предпринята попытка объединить полученную информацию, ранжировать данные по странам ЕС в соответствии с развитостью в них жилищных отношений.

Результаты проведённого ранжирования наглядно представлены на рисунке 11.

Среди государств, определённых как страны с высоким уровнем жилищных отношений, стоит отметить Швецию (67 баллов), Бельгию, Люксембург, Нидерланды, Финляндию (по 64 балла), Кипр и Францию (по 60 баллов).

Уровень жилищных отношений выше среднего отмечен в Дании (59 баллов), Великобритании (58 баллов), Германии (55 баллов), Ирландии (51 балл), Австрии (52 балла), Испании (50 баллов).

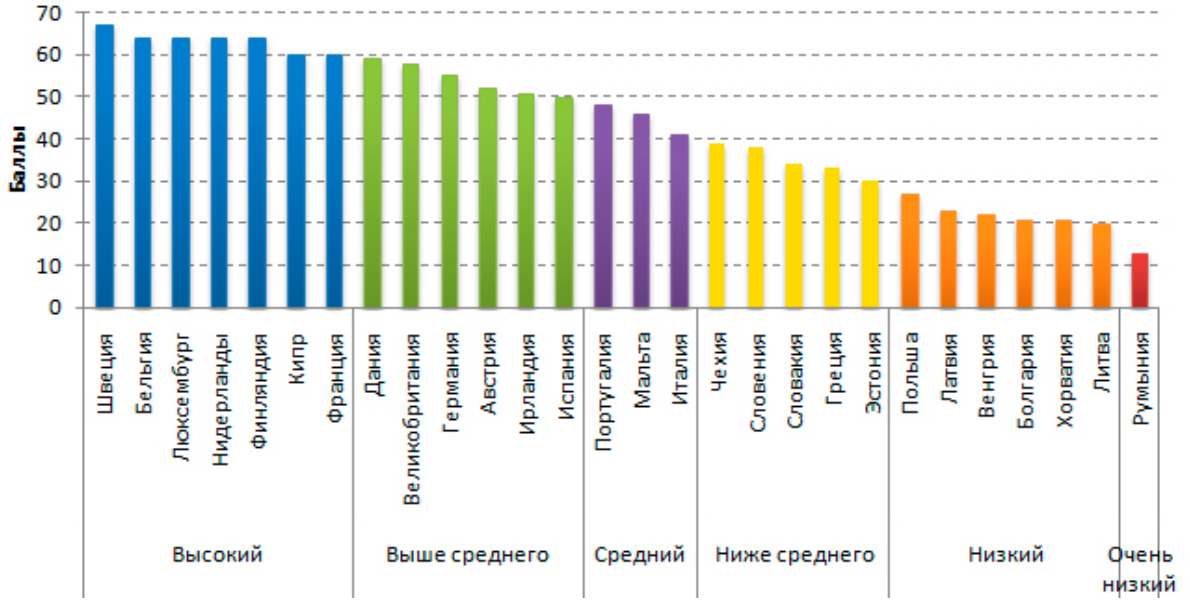
Средний уровень жилищных отношений выявлен в Португалии (48 баллов), на Мальте (46 баллов), в Италии (41 балл).

Ниже среднего жилищные отношения развиты в Чехии (39 баллов), Словении (38 баллов), Словакии (34 балла), Греции (33 балла), Эстонии (30 баллов).

Низкий уровень жилищных отношений — в Польше (27 баллов), Латвии (23 балла), Венгрии (22 балла), Болгарии (21 балл), Хорватии (21 балл), Литве (20 баллов).

Самый низкий уровень жилищных отношений имеет Румыния (13 баллов).

Для сравнительной оценки был проведён расчёт относительного отклонения, выраженного в процентах к полученному среднеевропейскому уровню жилищных отношений (43,71 балла) (см. рис. 12).



Примечание: Ранги присваивались, исходя из балльной системы соответствующих им определений (нет данных — 0 баллов; нижайший — 1; очень низкий — 2; низкий — 3; ниже среднего — 4; средний — 5; выше среднего — 6; высокий — 7; очень высокий — 8). В результате для каждой страны была получена сумма баллов, отвечающая показателям жилищных условий и рангу жилищных отношений (10 — очень низкий; 20 — низкий; 30 — ниже среднего; 40 — средний; 50 — выше среднего; 60 — высокий).

Рис. 11. Показатели ранжирования (балльной оценки) уровня жилищных отношений в государствах ЕС

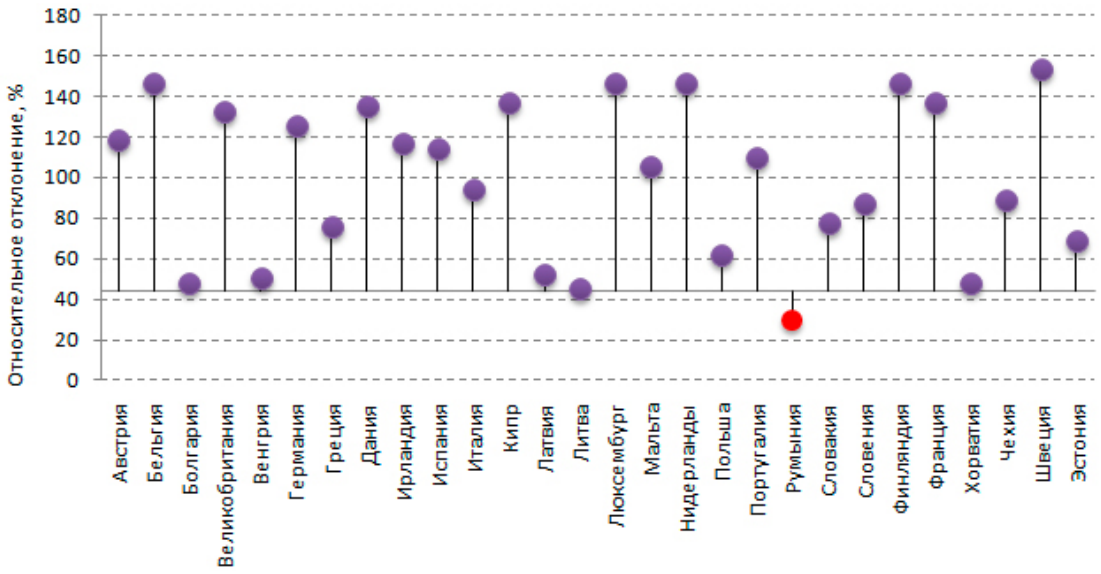


Рис. 12. Результаты сравнения оценок жилищных отношений стран Европейского союза со среднеевропейским уровнем

Как видно на рисунке 12, от среднеевропейского уровня оценки жилищных отношений рассматриваемых государств отличаются в большей или меньшей степени. При этом Румыния показала наименьший уровень (29,74% относительного отклонения от среднеевропейского уровня), что позволяет сделать вывод о наличии феномена «румынизации», характеризующего наихудший способ организации отношений в жилищной сфере.

Таким образом, под «румынизацией» следует понимать явление, вызванное негативной реализацией жилищной политики, при которой происходит следующее:

— единственным способом удовлетворения жилищной нужды оказывается простая частная собственность на жилище (несдаваемая и необременённая);

— единственным местом обитания (проживания) становится жилище, находящееся в частной собственности, поэтому сам рынок недвижимости носит спекулятивный характер;

— отсутствуют или не развиваются ипотека, жилищное кредитование;

— аренда и наём (любые виды) не учитываются статистикой и находятся в «чёрной» зоне государственного контроля;

— население вместо личностного роста и развития ценностей (значимости — *нем*. *Wert*, стоимости — *нем. Kosten*, цены — *нем. Preis*) собственности выбирает «знаковость» вещей;

— заимствуется негативный опыт иных стран в решении жилищного вопроса.

Выводы

Как показало исследование, в современной Европе существует большое разнообразие жилищных политик, способов решения жилищного вопроса. Это разнообразие обусловлено историческими и цивилизационно-культурными особенностями стран, уровнем их экономического развития и ещё целым рядом менее значимых факторов.

Не имея общего выработанного подхода по реализации жилищной политики, социальное пространство ЕС своим неравенством напоминает жилые районы, окружающие центральную часть квартала Гринвич-Виллидж (Greenwich Village), описанную Э. Гидденсом [Гидденс 2005: 495–496].

Изучение статистических данных службы *Eurostat* и НКО *Housing Europe* дало основание классифицировать распределение населения ЕС по месту обитания и типам проживания граждан в жилищах.

Сравнительный анализ позволил показать существенные различия в решении жилищного вопроса на западе и на востоке Европы. Особенностью жилищных отношений на западе Европы является связь с субсидиарным подходом («жильё как роскошь»), в противовес восточноевропейскому солидарному завышенному ожиданию от права простой (частной) собственности на недвижимость, которое пришло на смену социалистическому городскому планированию, где «жильё есть результат труда».

В государствах с развитой экономикой получили распространение аренда и наём, кредиты под залог недвижимости (ипотека), лизинг и ссуда, социальное возмещение затрат на жильё, что свидетельствует о стабильности жилищного сектора. В развивающихся экономиках при реализации метода безусловного общего дохода ставка была сделана на приватизацию недвижимости, а также на внедрение частной (простой) собственности как единственного способа решения жилищного вопроса.

Разнообразие способов решения жилищного вопроса и свобода населения в их выборе приводят к увеличению ценности жилья. В странах Западной Европы при различных способах удовлетворения жилищной нужды материальная и нематериальная стоимость недвижимости выше, нежели в бывших социалистических государствах (порой с единственным типом проживания граждан в жилищах).

Европейский опыт решения вопроса по удовлетворению жилищной нужды даёт основание указать на противоречие в приоритетах и целях государственной программы «Обеспечение доступным и комфортным жильём и коммунальными услугами граждан Российской Федерации» [Об утверждении… 2014]. В данном документе наравне с развитием рынка доступного арендного жилья предполагается снижение стоимости строительства жилищного фонда и цены на его приобретение. При этом предъявляемые условия к соискателям госпрограммы (не менее двух и не более четырёх прожиточных минимумов на каждого члена семьи) значительно сужают круг лиц, способных соответствовать заявленным требованиям; например, для Санкт-Петербурга это 34,4% населения по размерам соотношения денежных доходов и величины прожиточного минимума, что, в свою очередь, ограничивает права жителей города на удовлетворение жилищной нужды, а значит, ставит горожан в зависимое положение от установленных рамок доходов.

Завышенные ожидания жителей востока Европы от института простой (частной) собственности оказывают весьма негативное влияние на состояние жилищной сферы в этих странах. Здесь отмечаются высокий коэффициент перенаселённости (скученности), увеличение доли населения, имеющего проблемы с жильём или лишённого некоторых элементов жилья по статусу уровня доходов (бедности).

Заложенная в методику «Евростата» социально-экономическая стратификационная модель (по уровню дохода), учитывающая долю населения, подверженного риску бедности, демонстрирует существенные диспропорции при решении жилищного вопроса среди жителей европейских государств. В развитых странах при относительно стабильной обстановке наблюдается неравенство, при котором жилищный уровень жизни бедных в два, а то и четыре раза ниже, чем у всего остального населения.

Думается, что учёт этого негативного опыта, а также наличие значительной доли населения, подверженного риску бедности (например, для Санкт-Петербурга это 25,4% населения, имеющего среднедушевые денежные доходы ниже границы 60% медианного среднедушевого денежного дохода), рецепция европейских критериев определения серьёзных материальных лишений позволят повысить эффективность разработки и реализации российской жилищной политики, минимизации проблем излишнего социального неравенства.

Анализ показателей удовлетворённости населения своим жильём в странах ЕС продемонстрировал персонализацию критического отношения к месту обитания и типу проживания, что объясняется высокими требованиями, предъявляемыми населением страны к жилищным условиям.

По результатам проведённого ранжирования данных по странам ЕС по критерию зрелости и эффективности жилищных политик и анализа практики их реализации был предложен термин «румынизация», как характеризующий наихудший способ организации отношений в жилищной сфере.

Литература

Бессонова О. 2012. Жилищная модель в структуре институциональной матрицы: логика трансформаций. *Общество и экономика*. 2: 59–78.

Блауг М. 2009. *100 великих экономистов после Кейнса*. СПб.: Экономикус.

Блок Ф. 2004. Роли государства в хозяйстве. *Экономическая социология*. 5 (2): 37–56. URL: https://ecsoc.hse.ru/data/2011/12/08/1208204953/ecsoc_t5_n2.pdf#page=37 (дата обращения: 22 ноября 2017).

Бодрийяр Ж. 2007. *К критике политической экономии знака*. Пер. с франц. Д. Кралечкина. М.: Академический проект.

Бурдьё П. 2007. *Социология социального пространства*. Пер. с франц.; отв. ред. перевода Н. А. Шматко. М.: Институт экспериментальной социологии; СПб.: Алетейя.

Вебер М. 1990. *Протестантская этика и дух капитализма. Избранные произведения*. Пер. с нем.; сост., общ. ред. и послесл. Ю. Н. Давыдова; Предисл. П. П. Гайденко. М.: Прогресс.

Гидденс Э (при участии К. Бердсолл). 2005. *Социология*. Пер. с англ. Изд. 2-е, перераб. и доп. М.: Едиториал УРСС.

Зиммель Г. 2015. *Избранное. Проблемы социологии*. Сост. С. Я. Левит. М.; СПб.: Центр гуманитарных инициатив.

Зотин А. 2016. Ипотека авария. *Коммерсант. Деньги*. 17: 18–20.

Иоффе О. С., Мусин В. А. 1975. *Основы римского гражданского права*. Л.: из-во Ленинградского ун-та.

Корнев Н. Р. 2005. Жилищная стратификация в центре Санкт-Петербурга. *Социологические исследования*. 6: 77–85.

Кротов П. П., Буравой М., Лыткина Т. С. 2003. *Жилищная стратификация города: рыночная эволюция советской модели*. Сыктывкар: Рос. акад. наук, Ур. отд-ние, Коми науч. центр, Ин-т соц.-экон. и энергет. проблем Севера.

Курячий А. et al. 2016. Мечта о тесном метре. *Эксперт Северо-Запад*. 29 (735): 9–15.

Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Обеспечение доступным и комфортным жильём и коммунальными услугами граждан Российской Федерации». 2014. Постановление Правительства РФ от 15 апреля 2014 г. № 323. *Собрание законодательства РФ.* 18*:* Ст. 2169.

Парсонс Т. 2002. *О структуре социального действия*. Под общ.ред. В. Ф. Чесноковой, С. А. Белановского. М.: Академический проект.

Пация Т. М. 2016. Права на жилое помещение в Англии. *Семейное и жилищное право*. 3: 40–44.

Прудон П. Ж. 1998. *Что такое собственность?* Подгот. текста, коммент. В. В. Сапова. М.: Республика.

Ронге Ф. 2000. Условия жизни в России. *Социологические исследования*. 3: 59–69.

Сорокин П. А. 1992. *Человек. Цивилизация. Общество*. Пер. с англ.; общ. ред., сост. и предисл. А. Ю. Согомонов. М.: Политиздат.

Старикова М. М., Бушкова-Шиклина Э. В. 2015. Жилищный вопрос в социологической ретроспективе. *Евразийский союз ученых*. 7-7 (16): 71–74.

Энгельс Ф. 2012. *К жилищному вопросу*. Пер. с нем. Изд. 2-е. М.: Либроком.

Andreas T. 2006. Stability of Gøsta Esping-Andersen's «The Three Worlds of Welfare Capitalism». *LIS Working Paper Series*. 449: 3–26.

Bambra C. 2004. Weathering the Storm: Convergence, Divergence and the Robustness of the «Worlds of Welfare». *The Social Policy Journal*. 3 (3): 3–23.

Esping-Andersen G. 1991. *The Three Worlds of Welfare Capitalism*. Princeton, NJ: Princeton University Press.

Eurostat 2017. *Glossary:At-Risk-of-Poverty Rate*. Luxembourg. URL: http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Glossary:At-risk-of-poverty_rate (дата обращения: 22 ноября 2017).

Housing Conditions. Average Size of Dwelling by Tenure Status, 2012 (m2) Source: Eurostat 2012 ad-hoc module 'Housing Conditions' (ilc_hcmh01). 2017. *Eurostat.* URL: http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Housing_conditions (дата обращения: 22 ноября 2017).

Housing Conditions. Proportion of the Population with Housing Problems or Deprived of Some Housing Items by Poverty Status, 2015 (% of Specified Population) Source: Eurostat (ilc_mdho01). 2017. *Eurostat. Luxembourg.* URL: http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Housing_conditions (дата обращения: 22 ноября 2017).

Housing Conditions. Proportion of the Population with Housing Problems or Deprived of Some Housing Items by Poverty Status, 2015 (% of Specified Population) Source: Eurostat (ilc_mdho02). 2017. *Eurostat. Luxembourg*. URL: http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Housing_conditions (дата обращения: 22 ноября 2017).

Housing Conditions. Proportion of the Population with Housing Problems or Deprived of Some Housing Items by Poverty Status, 2015 (% of Specified Population) Source: Eurostat (ilc_mdho03). 2017. *Eurostat. Luxembourg.* URL: http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Housing_conditions (дата обращения: 22 ноября 2017).

Housing Conditions. Proportion of the Population with Housing Problems or Deprived of Some Housing Items by Poverty Status, 2015 (% of Specified Population) Source: Eurostat (ilc_mdho04). 2017. *Eurostat. Luxembourg.* URL: http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Housing_conditions (дата обращения: 22 ноября 2017).

Housing Conditions. Share of Population Reporting Satisfied or Very Satisfied with the Dwelling, 2007 and 2012 (% of Population) Source: Eurostat 2012 and 2007 ad-hoc Modules on "Housing conditions" (HC080, MH080). 2017. *Eurostat. Luxembourg*. URL: http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Housing_conditions (дата обращения: 22 ноября 2017).

Housing Europe. 2017. *Brussels*. URL: http://www.housingeurope.eu/ (дата обращения: 22 ноября 2017).

Housing Statistics. Distribution of Population by Dwelling Type, 2015 (% of Population) Source: Eurostat (ilc_lvho01). 2017. *Eurostat. Luxembourg.* URL: http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Housing_statistics (дата обращения: 22 ноября 2017).

Housing Statistics. Distribution of Population by Tenure Status, 2015 (% of Population) Source: Eurostat (ilc_lvho02). 2017. *Eurostat. Luxembourg.* URL: http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Housing_statistics (дата обращения: 22 ноября 2017).

Housing Statistics. Overcrowding Rate, 2015 (% of Specified Population) Source: Eurostat (ilc_lvho05a). 2017. *Eurostat. Luxembourg.* URL: http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Housing_statistics (дата обращения: 22 ноября 2017).

Housing Statistics. Severe Housing Deprivation, 2014 and 2015 (% of population) Source: Eurostat (ilc_mdho06a). 2017. *Eurostat.* Luxembourg. URL: http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Housing_statistics (дата обращения: 22 ноября 2017).

Housing Conditions. Distribution of Population by Dwelling Type, 2015 (% of Population) Source: Eurostat (ilc_lvho01). 2017. *Eurostat. Luxembourg.* URL: http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Housing_conditions (дата обращения: 22 ноября 2017).

Iasi — Prezentare Generala. 2008. *Monumente Iasi*. URL: http://www.monumenteiasi.ro/pagina.php?v=iasi_prezentare (дата обращения: 22 ноября 2017).

Manning N. 1998. Social Policy, Labour Markets, Unemployment, and Household Strategies in Russia. *International Journal of Manpower.* 19 (1/2): 48–67.

People in the EU — Statistics on Housing Conditions. Average Size of Dwellings, by Degree of Urbanisation, 2012 (m²) Source: Eurostat (ilc_hcmh02). 2017a. *Eurostat. Luxembourg*. URL: http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/People_in_the_EU_%E2%80%93_statistics_on_housing_conditions (дата обращения: 22 ноября 2017).

People in the EU — Statistics on Housing Conditions. Proportion of Persons Expressing They have a Low or Very Low Level of Satisfaction with Their Dwelling, by Household Type, 2012 (1) (% of Population) Source: Eurostat (ilc_hcmp04). 2017. *Eurostat. Luxembourg.* URL: http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/People_in_the_EU_%E2%80%93_statistics_on_housing_conditions (дата обращения: 22 ноября 2017).

Rex J., Moore R. 1967. *Race, Community and Conflict: A Study of Sparkbrook*. Oxford: Oxford University Press.

Romanian Property Market Rising Fast; Yields Still Good. 2017. *Global Property Guide*. Bristol. URL: http://www.globalpropertyguide.com/Europe/Romania/Price-History (дата обращения: 22 ноября 2017).

Schwenk H. 1997. Die Splanemann- Siedlung. *Berlinische Monatsschrift*. 4: 67–71.

Severe Housing Deprivation Rate. Glossary. 2017. *Eurostat. Luxembourg.* URL: http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Glossary:Severe_housing_deprivation_rate (дата обращения: 22 ноября 2017).

Tamás E. 2005. Kiskedvencből mostohagyerek? — A lakótelepek helyzete. *Beszelo*. Márc.–Ápr. 77. URL: http://beszelo.c3.hu/05/0304/10egedy.htm (дата обращения: 22 ноября 2017).

The State of Housing in the EU 2015. Housing Europe, the European Federation for Public, Cooperative and Social Housing Brussels. 2015. *A Housing Europe Review.* Brussels: Housing Europe: 30–88.

Almira Muftakhova, Larisa Kozyreva

Housing Stratification in the European Union

MUFTAKHOVA, Almira — Graduate Student, Faculty of Social Technologies; Lecturer, Department of Social Technologies, the North-West Institute of Management of the Russian Academy of National Economy and Public Administration under the President of the Russian Federation. Address: 6/10 Chernyakhovsky str., St. Petersburg, 191119, Russian Federation.

Email: msmalmira@yandex.ru

KOZYREVA, Larisa — Doctor of Philosophy, Professor, Department of Social Technologies, the North-West Institute of Management of the Russian Academy of National Economy and Public Administration under the President of the Russian Federation. Address: 6/10 Chernyakhovsky str., St. Petersburg, 191119, Russian Federation.

Email: kozireva-ld@sziu.ranepa.ru

Abstract

This paper presents a comparative analysis of the housing systems of market countries in Western Europe and countries with transitional economies in Eastern Europe. The research focuses on the housing stratification defined as social inequalities in housing needs. Data were collected from the descriptive statistics of socio-demographic and cross-country differences presented by Eurostat and NGO Housing Europe containing indicators of housing stratification. The study showed a discrepancy between housing conditions in the Eastern European and developed Western countries in meeting housing needs. Exploring differences in the distribution of the population by place of residence and by type of residence, the authors come to a conclusion on the existence of a "cargo cult" formed in the former socialist countries with respect to residential real estate.

The concept of "rumanianization" is suggested as a result of the ranking of maturity and effectiveness of housing policies in different countries. It describes the worst case of organizing relationships in the housing sphere. This case presumes that most dwellings remain in unserved and unencumbered private property, that mortgage and housing loans are absent or underdeveloped, and that any types of rentals are unaccounted for by the statistics and thus stay outside of state control.

The authors demonstrate that use of the positive European experience in reduction of social inequality in housing may improve the efficiency of the implementation of national and regional housing programs and also may provide a transition to a socially oriented type of economic development in the future.

Keywords: social inequality; housing stratification; living conditions; housing policy; The European Union; comparative research.

References

Andreas T. (2006) Stability of Gøsta Esping-Andersen's "The Three Worlds of Welfare Capitalism". *LIS Working Paper Series*, no 449, pp. 3–26.

Bambra C. (2004) Weathering the Storm: Convergence, Divergence and the Robustness of the "Worlds of Welfare". *The Social Policy Journal*, vol. 3, no 3, pp. 3–23.

Baudrillard J. (2007) *K kritike politicheskoy ekonomii znaka* [For a Critique of the Political Economy of the Sign] (trans. from French by D. Kralechkin), Moscow: Akademicheskiyy Proekt (in Russian).

Bessonova O. (2012) Zhilishchnaya model' v strukture institutsional'noy matritsy: logika transformatsiy [Housing Model in the Structure of the Institutional Matrix: The Logic Transformations]. *Obshchestvo i ekonomika*, no 2, pp. 59–78 (in Russian).

Blaug M. (2009) *100 velikikh ekonomistov posle Keynsa* [100 Great Economists before Keynes]. St. Petersburg: Ekonomikus (in Russian).

Block F. (2004) Roli gosudarstva v khozyaystve [The Roles of the State in the Economy]. *Journal of Economic Sociology = Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 5, no 2, pp. 37–56 (in Russian).

Bourdieu P. (2007) *Sotsiologiya sotsial'nogo prostranstva* [Sociology of Social Space] (trans. from French; ed. N. A Shmatko), Moscow: Institut eksperimental'noyy sotsciologii; St. Petersburg: Aleteyya (in Russian).

Engels F. (2012) *K zhilishchnomu voprosu* [The Housing Question], Moscow: Librokom (in Russian).

Esping-Andersen G. (1991) *The Tthree Wworlds of Wwelfare Ccapitalism*, Princeton, New Jersey: Princeton University Press.

Eurostat (2017) *Glossary: At-Risk-of-Poverty Rate*. Luxembourg. Available at: http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Glossary:At-risk-of-poverty_rate (accessed 22 November 2017).

Housing Conditions. Average Size of Dwelling by Tenure Status, 2012 (m2) Source: Eurostat 2012 ad-hoc module 'Housing Conditions' (ilc_hcmh01). (2017) *Eurostat*. Available at: http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Housing_conditions (accessed 22 November 2017).

Housing Conditions. Proportion of the Population with Housing Problems or Deprived of Some Housing Items by Poverty Status, 2015 (% of Specified Population) Source: Eurostat (ilc_mdho01). (2017) *Eurostat. Luxembourg*. Available at: http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Housing_conditions (accessed 22 November 2017).

Housing Conditions. Proportion of the Population with Housing Problems or Deprived of Some Housing Items by Poverty Status, 2015 (% of Specified Population) Source: Eurostat (ilc_mdho02). (2017) *Eurostat. Luxembourg*. Available at: http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Housing_conditions (accessed 22 November 2017).

Housing Conditions. Proportion of the Population with Housing Problems or Deprived of Some Housing Items by Poverty Status, 2015 (% of Specified Population) Source: Eurostat (ilc_mdho03). (2017) *Eurostat. Luxembourg*. Available at: http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Housing_conditions (accessed 22 November 2017).

Housing Conditions. Proportion of the Population with Housing Problems or Deprived of Some Housing Items by Poverty Status, 2015 (% of Specified Population) Source: Eurostat (ilc_mdho04). (2017) *Eurostat. Luxembourg*. Available at: http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Housing_conditions (дата обращения: 22 November 2017).

Housing Conditions. Share of Population Reporting Satisfied or Very Satisfied with the Dwelling, 2007 and 2012 (% of Population) Source: Eurostat 2012 and 2007 ad-hoc Modules on "Housing conditions" (HC080, MH080) (2017) *Eurostat. Luxembourg*. Available at: http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Housing_conditions (accessed 22 November 2017).

Housing Europe. (2017) *Brussels*. Available at: http://www.housingeurope.eu/ (accessed 22 November 2017).

Housing Statistics. Distribution of Population by Dwelling Type, 2015 (% of Population) Source: Eurostat (ilc_lvho01) (2017) *Eurostat. Luxembourg.* Available at: http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Housing_statistics (accessed 22 November 2017).

Housing Statistics. Distribution of Population by Tenure Status, 2015 (% of Population) Source: Eurostat (ilc_lvho02). (2017) *Eurostat. Luxembourg.* Available at: http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Housing_statistics (accessed 22 November 2017).

Housing Statistics. Overcrowding Rate, 2015 (% of Specified Population) Source: Eurostat (ilc_lvho05a) (2017) *Eurostat. Luxembourg.* Available at: http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Housing_statistics (accessed 22 November 2017).

Housing Statistics. Severe Housing Deprivation, 2014 and 2015 (% of population) Source: Eurostat (ilc_mdho06a) (2017) *Eurostat. Luxembourg*. Available at: http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Housing_statistics (accessed 22 November 2017).

Housing Conditions. Distribution of Population by Dwelling Type, 2015 (% of Population) Source: Eurostat (ilc_lvho01). (2017) *Eurostat. Luxembourg.* Available at: http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Housing_conditions (accessed 22 November 2017).

Eurostat (2017) Glossary: *Severe Housing Deprivation Rate*. Luxembourg. Available at: http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Glossary:Severe_housing_deprivation_rate (accessed 22 November 2017).

Giddens E. (2005) *Sotsiologiya* [Sociology] (trans. from English), 2nd ed., revised and additional, Moscow: Editorial URSS (in Russian).

Global Property Guide (2017) *Romanian Property Market Rising Fast; Yields Still Good*. Bristol. Available at: http://www.globalpropertyguide.com/Europe/Romania/Price-History (accessed 22 November 2017).

Housing Europe (2017) *Brussels*. Available at: http://www.housingeurope.eu/ (accessed 22 November 2017).

Iasi — Prezentare Generala (2008). *Monumente Iasi*. Available at: http://www.monumenteiasi.ro/pagina.php?v=iasi_prezentare (accessed 25 November 2017).

Ioffe O., Musin V. (1975) *Osnovy rimskogo grazhdanskogo prava* [Foundations of Roman Civil Law]. Leningrad: Iz-vo Leningradskogo un-ta (in Russian).

Kornev N. (2005) Zhilishchnaya stratifikatsiya v tsentre Sankt-Peterburga [Housing Stratification in the Centre of Saint-Petersburg]. *Sotsiologicheskie Issledovaniia*, no 6, pp. 7–85 (in Russian).

Krotov P., Buravoy M., Lytkina T. (2003) *Zhilishchnaya stratifikatsiya goroda: rynochnaya evolyutsiya sovetskoy modeli* [Housing Stratification of the City: Market Evolution of the Soviet Model], Syktyvkar: Ros. akad. nauk, Ur. otd-nie, Komi nauch. centr, In-t soc.-jekon. i jenerget. problem Severa (in Russian).

Kuryachiy A., Kholodilin K., Usachev K., Sorokin D. (2016) Mechta o tesnom metre [Dream about the Close Meter]. *Ekspert Severo-Zapad*, no 29 (735), pp. 9–15.

Manning N. (1998) Social Policy, Labour Markets, Unemployment, and Household Strategies in Russia. *International Journal of Manpower*, no 19 (1/2), pp. 48–67.

Ob utverzhdenii gosudarstvennoy programmy Rossiyskoy Federatsii "Obespecheniye dostupnogo i komfortnogo zhil'yem i kommunal'nymi uslugami grazhdan Rossiyskoy Federatsii" [On the Approval of the State Program of the Russian Federation "Providing Affordable and Comfortable Housing and Utility Services for Citizens of the Russian Federation"] (2014). Postanovleniye Pravitel'stva RF ot 15 aprelya 2014 g. No. 323. *Sobranie zakonodatel'stva RF* [Collection of Llegislation of the Russian Federation], no 18, art. 2169 (in Russian).

Parsons T. (2002) *O strukture sotsial'nogo deystviya* [The Structure of Social Action], Moscow: Akademicheskij Proekt (in Russian).

Patsiya T. (2016) Prava na zhiloye pomeshcheniye v Anglii [Rights to a Dwelling in England]. *Semeynoe i zhilishchnoe pravo*, no 3, pp. 40–44.

Prudon P. (1998) *Chto takoye sobstvennost'?* [What is Property?], Moscow: Respublika (in Russian).

Rex J., Moore R. (1967) *Race, Community and Conflict: A Study of Sparkbrook*, Oxford: Oxford University Press.

Ronge F. (2000) Usloviya zhizni v Rossii [Living Conditions in Russia]. *Sotsiologicheskie Issledovaniia*, no 3, pp. 59–69.

Schwenk H. (1997) Die Splanemann-Siedlung. *Berlinische Monatsschrift*, no 4, pp. 67–71.

Simmel G. (2015) *Izbrannoye. Problemy sotsiologii* [Favorites. Problems of Sociology] (comp. by S. Y. Levit), Moscow, St. Petersburg: Tsentr gumanitarnykh initsiativ (in Russian).

Sorokin P. (1992) *Chelovek. Tsivilizatsiya. Obshchestvo* [Man. Civilization. Society], Moscow: Politizdat (in Russian).

Starikova M., Bushkova-Shiklina E. (2015) Zhilishchnyy vopros v sotsiologicheskoy retrospektive [The Housing Issue in a Sociological Retrospective]. *Yevraziyskiy soyuz uchenykh*, no 7-7 (16), pp. 71–74.

Tamas E. (2005) Kiskedvencbol mostohagyerek? — A lakotelepek helyzete. *Beszelo*, March–April, p. 77. Available at: http://beszelo.c3.hu/05/0304/10egedy.htm (accessed 22 November 2017) (in Hungarian).

The State of Housing in the EU 2015. Housing Europe, the European Federation for Public, Cooperative and Social Housing Brussels (2015). *A Housing Europe Review*, Brussels: Housing Europe, pp. 30–88.

Weber M. (1990) *Protestantskaya etika i dukh kapitalizma. Izbrannyye proizvedeniya* [The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism. Selected works] (trans. from German; comp., ed. Y. N. Davydov), Moscow: Progress (in Russian).

Zotin A. (2016) Ipoteka avariya [Mortgage Accident]. *Kommersant-Dengi = Kommersant Money*, no 17, pp. 18–20.

Received: October 30, 2017
Citation: Muftakhova A., Kozyreva L. (2018) Zhilishhnaya stratifikatsiya v stranakh Evrosoyuza [Housing Stratification in the European Union]. *Journal of Economic Sociology = Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 19, no 1, pp. 116–142. doi: 10.17323/1726-3247-2018-1-117-144 (in Russian).

ДЕБЮТНЫЕ РАБОТЫ

П. В. Демин

Московские центры сексуального благополучия: структура рынка и стратегии легитимации[1]

ДЕМИН Павел Владиславович — студент магистратуры департамента политологии Университета им. Луис-Гуидо Карли в Риме. Адрес: Италия, 00198, Рим, Виале-Пола, д. 12.

Email: pdemin.hse@gmail.com

В работе представлен обзор московского рынка центров сексуального благополучия (ЦСБ), которые конструируют новую нишу рынка психологических услуг, предоставляя консультационные услуги в вопросах сексуального и психологического самочувствия людей. Человеческие представления о счастье и сексуальной сфере обретают в этих центрах коммерческую основу и становятся благом, которое начинает обладать определённой стоимостью, как любые товар или услуга. Для создания устойчивого спроса на свои услуги ЦСБ используют различные стратегии легитимации своей деятельности. Данные стратегии легитимации глубоко укоренены в культуре общества и являются необходимым условием деятельности центров.

В ходе исследования был проведён качественный контент-анализ вебсайтов восьми центров сексуального благополучия в Москве. Выяснилось, что данный рынок сегодня является малочисленным и слаборазвитым, услуги предоставляются в форме тренингов и консультаций, при этом отсутствует единый стандарт профессий, образования и стажа ведущих. Стоимость тренинга варьируется и составляет 1500–80 000 руб. за человека. Практически все центры ориентированы на женскую целевую аудиторию, а привлечение новых клиентов происходит с помощью различных типов акций. На основе кодировочной матрицы также выявлены и описаны основные стратегии легитимации: (1) способ достижения счастья в личной и семейной сфере; (2) инструмент развития человеческого капитала; (3) образовательный проект публичного дискурса о сексе и (4) форма досуга. Эти стратегии могут использоваться центрами совместно, они не являются взаимоисключающими.

Общим результатом работы является детальное описание рынка ЦСБ, правил и принципов функционирования участников данного рынка, концептуализация их стратегий легитимации. Данная работа может быть полезна для исследователей, заинтересованных в изучении новых формирующихся рынков, где спрос конструируется производителями с помощью определённых стратегий легитимации себя и своего специфического блага. Помимо этого, данная работа полезна всем, кто заинтересован в изучении организации концепции сексуального благополучия на коммерческой основе и связанного с ней спектра экономических и психологических услуг.

[1] Автор статьи глубоко признателен С. Г. Пашкову и Е. А. Сорочан за неоценимую помощь при сборе данных, анализе и концептуализации результатов исследования.

Ключевые слова: сексуальное благополучие; психологическое консультирование; легитимация; стратегии легитимации; центры сексуального благополучия; конструирование рынков.

Центры сексуального благополучия как конструкторы новой рыночной ниши

С начала 2010-х гг. в Москве создаётся новая рыночная ниша консультационных услуг, относящаяся к сфере сексуального и психологического благополучия, у которой нет аналогов в истории современной России. Небольшая группа организаций, называющих себя центрами сексуального благополучия, стремится сформировать спрос на свои услуги, используя различные способы аргументации собственной полезности для всех заинтересованных потребителей. По типу предоставляемых услуг такие организации можно причислить к рынку психологического консультирования, который характеризуется отсутствием официального регулирования законодательством Российской Федерации, наполненностью представителями самых разных профессий и званий, невозможностью даже приблизительной оценки размеров спроса и предложения [Крутько 2015]. Хотя на этом рынке смешаны оккультные, религиозные и научные практики, вопрос сущности и качества предоставляемых услуг принципиален для успешности существования на нём, поскольку от этого зависит доверие клиента, являющееся центральным фактором спроса на услуги организаций этого рынка [Казьмина 2016].

Несмотря на то что центры сексуального благополучия уже существуют на рынке продолжительное время (первый ЦСБ — «Secrets» — открылся в 2010 г., а второй крупный ЦСБ — «Секс.РФ» — в 2012 г.), характер блага, которое фирмы предлагают для клиентов, остаётся теоретически неясным, поскольку оно не может быть квалифицировано ни как товар, ни как узкопрактическая услуга. М. Каллон и его соавторы различают «благо» как сущность удовлетворения потребности и «продукт» как форму воплощения блага. По мнению исследователей, благо «как фаза жизни продукта, его конфигурация, подверженная изменению в ходе непрерывного процесса квалификации и реквалификации, должно рассматриваться в качестве экономической переменной точно так же, как и цены» [Callon, Méadel, Rabeharisoa 2002: 203]. Но какова сущность блага, которое предоставляется данными центрами?

Благо организации не может существовать в отрыве от его позиционирования и продвижения к потенциальным потребителям. При формировании новых рыночных ниш выстраивание стратегий легитимации является основой для дальнейшего развития фирмы, при этом сама легитимация блага означает его когнитивную и нормативную интерпретацию для потенциальных клиентов центров, признание его как полезного и необходимого. По мнению Ч. Олдрича, организации-первопроходцы в новой отрасли товаров или услуг сталкиваются в первую очередь с дефицитом *когнитивной легитимности*, что заключается в отсутствии устоявшейся модели фирмы, предоставляющей новые блага на формирующемся рынке [Олдрич 2005]. В связи с этим фирмам-пионерам при конструировании нового типа организации приходится устранять дефицит легитимации, чтобы добиться устоявшегося спроса на свои блага, для чего необходимо использовать стратегии легитимации себя и своей продукции для целевой аудитории. Более того, в условиях формирования новых рыночных ниш эта легитимация должна быть направлена на процесс производства доверия по отношению к агентам, с которыми организация взаимодействует [Олдрич 2005: 40]. Производство доверия означает, что потенциальные клиенты, кредиторы, поставщики и другие организации должны убедиться в надёжности нового экономического агента, и это происходит благодаря совпадению взаимных ожиданий, стремлению фирмы соответствовать таким ожиданиям и наличию у неё компетенций для выполнения необходимых действий. Вопросы легитимации и выстраивание доверительных отношений в этом случае становятся наиболее актуальными задачами для организаций на начальном периоде её становления [Олдрич 2005: 49].

Легитимация себя и своих товаров или услуг не может рассматриваться в отрыве от культурного и социального контекста, в котором она происходит. Как утверждает Д. Слейтер в статье «Забирая ры-

нок у экономистов», структуры рыночных отношений глубоко укоренены в культуре общества [Слейтер 2008]. По мнению автора, культура как совокупность форм смысловой организации социальной жизни является неотъемлемым элементом социального порядка, который встраивается и в экономическую сферу. Это вторжение происходит, по мнению Д. Слейтера, с помощью *неценовых* способов воздействия на спрос, которые используются современными фирмами для привлечения клиентов. Учёт обширного культурного контекста и выбор культурно приемлемой формы представления продукта очень помогают организациям в конкуренции на большинстве современных рынков [Слейтер 2008: 42]. Кроме привычной конкуренции внутри рыночных полей, сегодня гораздо более важной становится борьба за право определять саму структуру рынков. Рынок уже не воспринимается самоочевидным, в результате чего рыночные отношения начинают рассматриваться не как изначально заданные условия, а как культурный процесс формирования взаимодействий участников на нём. Иными словами, фирмы стремятся учитывать культурные смыслы, намереваясь конституировать спрос на определённые виды своих товаров и услуг в надежде стать лидерами рынка.

Мишель Каллон и его коллеги, обращаясь к проблеме организации и способов функционирования экономических рынков, предлагали описывать их с позиции экономики качеств [Callon, Méadel, Rabeharisoa 2002], для которой характерно различение продукта и рыночного блага. Разница состоит в соответственно активной и рефлексивной роли экономических агентов в квалификации своих товаров. Хотя часто эти понятия используются как синонимы, в терминологии М. Каллона и его коллег продуктом является объект, находящийся в процессе постоянного изменения своих характеристик, а благом представляется фаза этого процесса, результат, удовлетворяющий потребителя. В таком понимании продукт становится величиной, которая является стратегической переменной экономических агентов. «Благо как фаза жизни продукта, как конфигурация, подверженная изменению в ходе непрерывного процесса квалификации и реквалификации, должно рассматриваться в качестве экономической переменной точно так же, как и цены» [Callon, Méadel, Rabeharisoa 2002: 203]. Под экономикой качеств М. Каллон и его коллеги понимают динамическую экономику продукта, в рамках которой взаимодействие спроса и предложения, а также формы конкуренции зависят от стратегий фирм по квалификации предлагаемых ими благ. Учёт культурного и экономического контекста рынков позволяет фирмам эффективно конструировать *образ* продаваемых товаров и услуг, соответствовать возникающим рыночным трендам и формировать своими действиями структуру экономических условий. Таким образом, грамотная легитимация и позиционирование своих продуктов и услуг становится главной задачей экономических агентов в вопросе привлечения потребителей и увеличения прибыльности бизнеса [Callon, Méadel, Rabeharisoa 2002: 215]. Но каковы на данный момент основные стратегии легитимации себя и своего блага у центров сексуального благополучия?

Рынок центров сексуального благополучия как объект исследования

Для того чтобы выявить и описать стратегии легитимации центров сексуального благополучия, было предпринято исследование дескриптивного и аналитического характера. Под стратегиями легитимации понимается целенаправленная деятельность организаций по когнитивной и нормативной интерпретации своей деятельности и пользы своей продукции для потенциальных потребителей [Бергер, Лукман 1995: 64]. Такой подход позволяет представить процесс легитимации продукта организацией с позиции социального конструктивизма, которая предполагает определение формы и принципов работы рынка его основными агентами: центрами и потребителями их услуг.

В рамках исследования был поставлен вопрос о том, какие стратегии легитимации используют центры сексуального благополучия. Чтобы ответить на него, для понимания общей картины происходящего составлено подробное описание рынка данных центров. Впоследствии с помощью доступных индикаторов было проведено описание центров сексуального благополучия, а также самих стратегий

легитимации. Для дополнительной интерпретации материалов использовались исследовательские и теоретические работы в области экономической социологии и социальной психологии, а также все имеющиеся данные о центрах, представленные в открытых источниках информации и СМИ.

Объектом исследования стал московский рынок ЦСБ. Центры понимались как экономические организации, которые занимаются просвещением и консультированием (в разных форматах) людей по вопросам сексуального и психологического благополучия и реализуют свою деятельность коммерческим способом. Москва выбрана как место сосредоточения головных офисов всех изучаемых центров, где возникают все инновации и формируются тренды, впоследствии апробируемые в региональных филиалах. Предмет исследования — стратегии легитимации центров сексуального благополучия, которые реализуются центрами через официальные веб-сайты, являющиеся источниками данных.

Веб-сайты — важный современный источник информации для потенциальных клиентов ЦСБ. Это связано как с особенностями рекламной деятельности центров[2], так и с большой важностью веб-сайтов в становлении молодой фирмы и в формировании доверия к ней у потенциальных клиентов [Koufaris, Hampton-Sosa 2004; Hampton-Sosa, Koufaris 2005]. Веб-сайты зачастую являются источниками начальной информации о фирме и формируют первичное отношение к ней, которое напрямую влияет на последующее потребление услуг. Ряд исследователей в области информационных технологий, социологии и даже социальной психологии обнаружили, что Интернет демонстрирует позитивный эффект в распространении информации о фирме и её услугах [Noar et al. 2006; Yates, Noyes 2007]. Значимый критерий успешной коммуникации фирмы с потребителем — сам формат канала передачи информации, то есть веб-сайт. Оформление (цветовой профиль, адекватная структура информации, контент) во многом определяет удовлетворённость посещения веб-сайта [Yates Noyes 2007], а также быстроту поиска и считывания необходимой клиенту информации, что напрямую влияет на факт повышения продаж [Noar. et al. 2006]. Таким образом, веб-сайты ЦСБ являются на аналитическом уровне наиболее перспективным источником информации о рынках и его участниках, поскольку транслируют информацию о том, как центры позиционируют свои услуги, квалифицируют предлагаемое благо, конструируют предложение на продаваемые товары и выстраивают свою легитимацию. Веб-сайты были информационной базой исследования, поскольку это один из основных источников информации о данных центрах для потенциальных клиентов. Хотя представленная на них информация является лишь репрезентацией реальной деятельности центров, для клиентов она становится связующим звеном между сущностью организации и потреблением её продуктов и услуг. В результате именно веб-сайты оказались отправной точкой для поиска и описания центров сексуального благополучия.

На основе анализа поисковых запросов в Yandex и Google как наиболее популярных поисковых системах[3] через инструменты «Yandex. Wordstat» и «Google. Trends» были выявлены несколько центров сексуального благополучия, которые составляют основной контингент фирм в своей рыночной нише (см. табл. 1).

[2] Тематика оказываемых услуг (обучение сексуальным техникам и проч.) накладывает серьёзные ограничения на рекламу деятельности ЦСБ; подробнее см.: [О рекламе 2006: ст. 5, п. 4.5].

[3] Yandex и Google занимают лидирующие позиции в российском сегменте веб-поисковых систем.

Таблица 1

Центры сексуального благополучия в Москве

№ п/п	Название центра	Веб-сайт
1	Секс.РФ	sexrf.com
2	Secrets	secrets-center.ru
3	Love is…	sexeducation.com.ru
4	Академия любви	lacademy.ru
5	Школа интимной гармонии	шиг.рф
6	Тренинг-центр «Империя» Алины Силаевой	imperiya-trening.ru
7	Международная федерация Вумбилдинга-Имбилдинга-Римбилдинга им. В. Л. Муранивского	vumbuilding.ru
8	Гейша Фитнес	geishafitness.ru

Поисковые запросы формировались на основе ключевых слов (тегов), которые позволяют идентифицировать центры сексуального благополучия и отделить их от соседствующих с ними центров психотерапевтического и семейного консультирования. Подход основан на том, что определённые ключевые слова предварительно были определены *самими центрами*, после чего записаны в метаданные веб-сайтов, благодаря чему их можно отыскать в ленте поисковых систем. Таким образом, на основе ключевых слов наподобие «секс-тренинг», «тренинг-центр», «женский секс-тренинг», «центр сексуального благополучия», «школа сексуального здоровья» и т. п., были выделены центры сексуального благополучия, включённые в таблицу 1 (представлены в порядке убывания частоты поисковых запросов).

После выявления основных участников рынка стало возможным описать рынок в целом, в том числе привести данные о его масштабе, взаимодействии со смежными рынками, уровне концентрации и монополизации, организационных и институциональных ограничениях, профессиональных особенностях и т. д. Поскольку статистической информации об этом рынке не существует, был проведён качественный контент-анализ информации веб-сайтов о центрах, в результате чего можно говорить об описании рынка только с позиции представленных центрами данных. В процессе сбора и первичного анализа эмпирической информации путём перекрёстного сравнения всех сайтов выявлены осевые категории для описания функционирования центров: виды и типы услуг и их стоимость, целевая аудитория, текст позиционирования (раздел сайта «Об организации» — «About»), система акций и техники привлечения клиентов, характеристики тренеров и преподавателей (профессия, должность, стаж и др.), активность в медиасфере (СМИ, инфопартнёры, партнёры по рынку, социальные сети и др.), публичная оферта (юридическое оформление, контакты, филиалы), общие данные по ЦСБ (количество тренингов, процесс доступа к контенту, статистика посещений, срок работы). Выбор этих осевых категорий обусловлен доступностью информации о центрах на их веб-сайтах, при этом позволяет максимально подробно описать рынок центров сексуального благополучия, его характеристики и особенности, принципы функционирования и предложение услуг. Составленный на базе осевых категорий унифицированный кодификатор для веб-сайтов (см. Приложение) впоследствии использовался как инструмент сбора и анализа данных с веб-сайтов центров. На их основе проводилось описание рынка в целом, а также выявление и анализ стратегий легитимации центров сексуального благополучия.

Характеристика рынка центров сексуального благополучия

Центры сексуального благополучия — феномен на рынке психологических консультационных услуг, не имеющий аналогов в прошлом. В России на протяжении многих лет отсутствовала последователь-

ная государственная политика в отношении публичного обсуждения интимной сферы, вследствие чего дискурс о сексе оказался практически неразвитым, в отличие от западноевропейских стран, где обсуждение вопросов секса официально начинается ещё в рамках школьной программы [Shapiro 2001]. В этом контексте центры сексуального благополучия формируют и развивают дискурс обсуждения сферы интимных отношений, используя в качестве материального референта свои товары и услуги.

ЦСБ видят помощь клиенту в достижении «счастья» одним из основных приоритетов своей деятельности. На первый взгляд может показаться, что предоставляемые центрами услуги ограничиваются исключительно набором товаров и техник для сексуального удовлетворения партнёра, однако это далеко не так. С помощью определённых коммуникационных стратегий центры транслируют набор мировоззренческих установок, основанных на экспертном знании из разных областей психологии, способных улучшить коммуникацию партнёров и привести к гармонии в семейной жизни. Они создают тесную связку между интимной сферой отношений пары и перспективами благополучной счастливой жизни. Поскольку эти темы касаются практически каждого человека, постольку аудитория центров предположительно могла бы составлять десятки и сотни тысяч клиентов. Однако за прошедшие семь лет с момента основания первого и самого крупного на данный момент ЦСБ «Secrets» его аудитория не превысила 100 тыс. человек, а распространение по стране ограничивается преимущественно Москвой и Санкт-Петербургом[4].

Одним из объяснений малой аудитории центров может быть серьёзная регламентация со стороны государства способов рекламы услуг ЦСБ, что связано со спецификой рекламируемой продукции. Узнать о существовании центров сексуального благополучия непросто, поскольку их способы рекламы своих услуг для целевой аудитории ограничены существующим законодательством. Действующий законодательный запрет упоминания темы секса в рекламных сообщениях, объясняемый нарушением норм морали [О рекламе 2006: ст. 5, п. 4.5], а также сенситивность предлагаемых услуг уменьшают число каналов распространения до веб-сайтов в Интернете и рекламы в секс-шопах и различных шоу-румах. Подобный контекст сужает способы позиционирования центров сексуального благополучия, в результате чего они используют собственные веб-сайты как главный источник информации о себе и основную платформу для продвижения. Последующая информация о рынке данных центров составлена во многом на основе анализа доступной информации в Интернете и на веб-сайтах центров.

Общее описание центров сексуального благополучия стоит начать с масштаба рынка и его сегментации. Рынок ЦСБ имеет небольшое число представителей: не более 10 организаций в пространстве современного российского Интернета. Организации этого рынка, не имеющие веб-сайтов в Интернете, носят преимущественно локальный и очень ограниченный по размерам и численности клиентов характер, а потому не вызывают особого интереса для данного исследования. Этот рынок также составляет несущественную часть от общего рынка психологических консультационных услуг в Москве, оценить объёмы которого не представляется возможным ввиду отсутствия статистики и каких-либо данных (даже экспертных), а также слабой развитости этого рынка в России. В настоящее время не существует ни правовой регуляции этого рынка со стороны государства, ни стандартов оценки деятельности организаций и ИП, оказывающих услуги этого типа, а многие люди до сих пор не могут отличить услуги психолога от эзотерических практик и народного лечения[5]. Всё это ведёт к колоссальной вариации форм организации психологического консультирования в самых разных сферах жизни, от выбора продуктов питания до лечения заболеваний, объёмы которых не поддаются оцениванию. В такой ситуации

[4] Информация о численности клиентов взята из «счётчика клиентов» на главной странице официального сайта центра (см.: URL: secrets-center.ru).

[5] Что стало основной темой панельных дискуссий на последней конференции «Этика в психологическом консультировании 2017»; см. подробнее: URL: http://psyethics.ru/conference/ (дата обращения: 4 июня 2017).

рынок центров сексуального благополучия возникает как один из сегментов большого рынка психологических консультационных услуг, который постепенно начинает дистанцироваться от всех смежных рынков в результате специфичности блага и направления своей легитимации.

Игроками на рынке являются организации, юридически оформленные преимущественно как индивидуальные предприниматели (ИП) или общества с ограниченной ответственностью (ООО). При этом подобная форма регистрации никак не связана с характером деятельности организаций, то есть с формой работы консультационных центров, имеющих большое количество штатных сотрудников, как правило, женщин. В среднем в центре работают от пять-восемь человек, ведущих тренинги или консультации, при этом все из них имеют, по данным сайтов, стаж в психологическом консультировании. Среди должностей можно встретить такие интересные специальности, как «профессиональный сексолог» (наиболее популярный вариант), «имидж-консультант», «инструктор славянских практик», «гранд-мастер системы исцеления сердцем Белваспата» (она же «получила высшее экономическое образование, работала заместителем директора страховой компании; жена и мама чудесной девочки»), «доктор нетрадиционной медицины», «мастер женских телесных практик», «директор модельной школы и визажист (стилист)», «сертифицированный *beauty*-тренер по гимнастике лица», «гипнотизёр»; «инженер-механик и офицер-лейтенант» и т. д. В действительности на веб-сайтах в разделе о тренерах не представлено никаких сертификатов, которые подтверждали бы действительный стаж тренеров или их образование. В целом можно утверждать, что люди, продающие схожее благо и продукты, являются представителями совершенно различных профессий и специальностей, и это говорит об отсутствии унифицированной системы сертификации работников данных центров, а также о различной профессиональной компетентности специалистов, ведущих тренинги и консультации.

Хотя центры предоставляют схожие услуги, на основе собранной информации можно утверждать, что они не сотрудничают друг с другом, но и не конкурируют за клиентов. На рынке присутствуют два игрока, многократно превышающих остальных по числу заявленных клиентов, — «Secrets» и «Секс. РФ», но об олигополии говорить не приходится, поскольку рынок крайне разнороден, а организации практически не конкурируют за клиентов друг с другом. Это может быть объяснимо малой насыщенностью рынка, рассчитываемой из соотношения числа фирм к числу потенциальных клиентов. Географически рынок центров сексуального благополучия широко представлен только в Москве; есть филиалы в Санкт-Петербурге и Перми. В целом характер данного рынка локален, хотя он постепенно расширяет своё представительство в регионах, но без особой конкуренции (ввиду специфичности продаваемого блага).

Целевой аудиторией ЦСБ являются преимущественно женщины разных возрастов; мужчинам центры практически ничего не предлагают, а некоторые даже запрещают посещение мероприятий (например, «Секс.РФ», который открыто об этом уведомляет через все каналы коммуникации). Сами услуги практически во всех случаях квалифицируются как *тренинги или консультации*, на которых происходят ознакомление с теоретическим материалом и практическая работа. Формы организации тренингов разнообразны — от бесплатных вебинаров и Skype-консультаций до многомесячных курсов практических занятий; практикуются и групповые выезды за город. Тренинги бывают индивидуальными или групповыми; при этом цена на индивидуальные тренинги выше в 1,5–2 раза, чем на групповые. Стоимость стандартного тренинга начинается обычно с 1500–2500 руб. за час и может достигать 65 000–80 000. руб. с человека в наиболее длительных и серьёзных случаях. При этом наблюдается интересная зависимость: редкие тренинги для мужчин стоят в среднем в 1,5–2 раза дороже, чем для женщин, что в очередной раз убеждает в наличии гендерного смещения данных тренингов в сторону женской целевой аудитории.

Содержание тренингов во многом обусловливается предлагаемыми клиентам продуктами. Основной продукт центров — всевозможные техники сексуального удовлетворения партнёра — презентуется и отрабатывается на тренингах как в теоретическом, так и в практическом виде с помощью тренажёров, предоставляемых центрами. Ещё одним распространённым продуктом является так называемое консультирование, в ходе которого клиенты слушают лекцию на ту или иную тему. Содержание предлагаемых тем во многом схоже и сводится к психологии отношений в паре (до брака или во время), к управлению эмоциями и желаниями, полезностям и тонкостям различных техник обольщения мужчин (до брака и во время), приёмам самовнушения («как выйти замуж» и (или) «найти любовь» и т. п.) или к техникам тренировки интимных мышц. Однако бывают и уникальные особенности отдельных центров, когда в рамках тренингов клиенты могут обучиться техникам продаж секс-товаров и стать профессиональными продавцами таких товаров, овладеть принципами общения с детьми о сексе, приобрести навыки имиджмейкинга и даже рукоделия или флористики. В целом можно утверждать, что центры сексуального благополучия на деле оказывают огромный спектр всевозможных услуг, которые во многом затрагивают сексуальный аспект жизни человека, но не ограничиваются этим. Большая часть курсов направлена на просвещение и наработку практических навыков в интересующих человека областях психологии и интимных отношений.

Хотя центры сексуального благополучия предлагают большой спектр услуг и консультаций (в ЦСБ «Secrets» представлено более 140 тренингов, при этом в день проводят до 13 тренингов), количество клиентов не позволяет говорить о высоком спросе на данные услуги. Если судить по количеству индивидуальных посетителей центров сексуального благополучия, то, по оценкам самих центров, их наибольшее число, по данным на 1 июня 2017 г., 71 тыс. человек для ЦСБ «Secrets» и около 30 тыс. человек у тренинг-центра «Секс.РФ». Если судить по количеству подписчиков у центров в социальных сетях (которые активно используют лишь некоторые ЦСБ), то их число не превышает 14 тыс. человек для «Secrets» в официальной группе «ВКонтакте», что крайне мало для популярных открытых групп. Подобная низкая активность центров сексуального благополучия в социальных сетях снижает возможности центров по привлечению новых клиентов и удержанию имеющихся с помощью SMM-стратегий. Таким образом, объёмы данного рынка довольно малы при всей социальной значимости продаваемого блага, а динамика за последние годы не показала серьёзного роста ни у одного рассмотренного центра, при этом активность ЦСБ в социальных сетях остаётся низкой.

Для привлечения новых клиентов центры используют различные акции и системы скидок. Чаще всего встречаются бесплатные вебинары или «пробные занятия», во время которых клиент решает, продолжать ли взаимодействовать с центром. Это довольно рискованный ход для ЦСБ по двум причинам: во-первых, они не рассчитаны на «одноразовых» клиентов и предпочитают выстраивать долгосрочные отношения; во-вторых, бесплатный тренинг предполагает особую ответственность ведущего, поскольку от результата во многом зависит приток новых клиентов в центр. Именно поэтому для данных консультаций выбираются, как правило, ведущие, имеющие наибольший стаж работы в организации либо высокую «харизму» (по мнению центров)[6]. Распространёнными техниками привлечения клиентов являются также системы скидок, которые в основном сводятся к групповому посещению тренингов и консультаций («приведи друга и (или) подругу»). Почти во всех центрах существуют также накопительные системы скидок по карте постоянного клиента и дополнительные скидки в день рождения или подарочные сертификаты.

Одним из способов поддержания лояльности аудитории и расширения своего присутствия на рынке может являться активная деятельность центров в социальных сетях. Однако на деле ЦСБ имеют низкую общую медиаактивность. Группы в социальных сетях зачастую закрыты для комментариев, имеют

[6] К примеру, к подобным занятиям в ЦСБ «Secrets» и «Секс.РФ» привлекаются «ведущий тренер» и директор центра, о чём написано на страницах бесплатных тренингов.

мало подписчиков и редко обновляют информацию. Видеоблогинг распространён чаще и заключается в публикации на своём сайте или видеохостинге youtube.com коротких видеороликов, рекламирующих услуги и продукцию центра. Наибольшее число видеороликов — у самых крупных центров, «Secrets» и «Секс.РФ» (этот последний, кстати, зарождался как интернет-телевидение и впоследствии дополнился тренинг-центром). Раздел «Отзывы» на веб-сайтах наиболее полно представлен у тех же крупных центров, при этом в нём публикуются как положительные, так и отрицательные мнения, на которые администрация даёт быстрые ответы. У остальных центров раздел «Отзывы» содержит очень мало записей, в основном положительных, что может говорить о селективности организациями откликов в этом разделе. Скорее всего, это может быть связано с желанием центров продемонстрировать свои положительные стороны и привлечь новых клиентов путём публикации отзывов от имеющихся клиентов.

Ещё один способ расширить свою аудиторию — публикация различных статей и заметок в печатных и онлайн-СМИ. Однако к подобной стратегии прибегают лишь «Secrets» и «Секс.РФ», причём первый ЦСБ публикует гораздо больше статей в печатных СМИ, чем все остальные, вместе взятые. Практически все статьи публикуются в изданиях для женщин («Женские секреты», «Cosmopolitan», «Elle», «Добрые советы», «Woman's Health» и др.) и посвящены вопросам женской психологии и психологии отношений в паре (прямых указаний на секс или сексуальные практики нет). Для получения подробной информации даётся адрес веб-сайта центров, что говорит о рекламном назначении данных статей. К примеру, «Секс.РФ», помимо женских журналов, использует как рекламную площадку информационные и аналитические радиостанции («Эхо Москвы», «Москва.FM», «Маяк»). Что касается онлайн-СМИ, то публикации в них активно используют те же два центра сексуального благополучия — «Secrets» и «Секс.РФ», при этом первый ориентируется на более широкую аудиторию потребителей («Cosmopolitan», «Maxim», «Агентство городских новостей "Москва"», «360tv.ru», «Lifenews» и многие другие), чем второй («Школа-шугаринга.рф», «Академия красоты Wamiles», интернет-магазин «Sport-Lady.com»).

Интересная особенность была замечена при изучении центров сексуального благополучия: шесть из восьми центров напрямую связывают свою деятельность с именами основателей организации[7]. На веб-сайтах ЦСБ афишируют серьёзную деятельность своих основателей как по продвижению организации, так и по определению её подходов к качеству работы. Основатель центра сексуального благополучия — это человек, который формирует вокруг себя ядро постоянных сотрудников, во многом конструирует содержательное наполнение предлагаемых услуг, а также защищает интересы организации на рынке, в том числе активно рекламирует её. Например, Валерия Агинская («Secrets») является частым гостем в различных телепередачах, а Екатерина Любимова («Секс.РФ»), помимо выступлений в различных телепередачах, написала несколько книг (из них наиболее известна «О чём молчат мужчины») и создала авторские методики в сфере совершенствования интимных отношений в паре. Подобные примеры поднимают вопрос о роли основателя в становлении и развитии подобного рода организаций, который может являться принципиальным для создания и продвижения на рынке подобных центров. Помимо этого, у основателя может быть идеологическая роль — как человека, формулирующего главные ценности организации, которые впоследствии продвигаются на рынок и доставляются потребителю.

Наконец, стоит упомянуть о деловом партнёрстве. Оно афишируется лишь у некоторых ЦСБ. Как правило, партнёры центра — это организации, занимающиеся реализацией товаров сексуального назначения (секс-шопы). В случае с ЦСБ «Secrets» это онлайн-гипермаркет секс-товаров «Condom-shop.ru» (который оформлен юридически и находится в том же здании, где и сам ЦСБ) и розничная сеть

[7] «Secrets» — Валерия Агинская; «Секс.РФ» — Екатерина Любимова; «Love is…» — Светлана Керимова; «Академия любви» — Максимилиан Лапин; «Тренинг-центр "Империя"» — Алина Силаева; «Международная федерация Вумбилдинга-Имбилдинга-Римбилдинга» — Владимир Муранивский.

секс-шопов «Точка любви» в Москве. Примерами делового сотрудничества являются также различные СМИ («Секс.РФ» и телеканалы ТНТ, НТВ), в том числе печатные, а в некоторых случаях — салоны женской красоты.

Обобщая вышесказанное, можно сказать, что центры сексуального благополучия — это молодой формирующийся рынок организаций, занимающихся просвещением и консультированием людей в вопросах сексуального и психологического благополучия. Этот рынок является малочисленным и слаборазвитым, о чём говорит его локальная распространённость в основном в пределах Москвы, а также незначительное число участников с относительно небольшой клиентской базой. ЦСБ оказывают услуги в форме тренингов и консультаций, посвящённых различным тематикам, так или иначе связанным с интимной сферой жизни людей и психологией отношений. При этом работают с клиентами люди с самыми разными специальностями, профессиональным стажем и образованием. Стоимость стандартного тренинга в центре начинается с 1500–2500 руб. и может достигать 65 000–80 000. руб. с человека, когда речь идёт о длительных и серьёзных курсах. Практически все ЦСБ ориентированы на женскую целевую аудиторию, при этом привлечение новых клиентов происходит через систему акций, наиболее частыми из которых являются бесплатный первый тренинг и «приведи друга и (или) подругу». Медиаактивность центров в целом низкая, что относится к продвижению своих услуг как в Интернете, так и в СМИ (печатных и онлайновых). ЦСБ, за редким исключением, не афишируют своих деловых партнёров.

Стратегии легитимации центров сексуального благополучия

Стратегии легитимации — это способы обоснования центрами своей полезности для потребителя, которые учитывают социальный и культурный контексты и применяются центрами для конструирования спроса на свои блага, утверждения на рынке в качестве полноправного агента. В ходе качественного контент-анализа собранных данных о центрах были выделены *четыре* стратегии легитимации. Эти стратегии могут использоваться как одновременно в нескольких центрах, так и совместно в рамках одного. Далее представлены формулировки стратегий с описанием того, как центры сексуального благополучия заимствуют стереотипы и традиционные социальные установки для обоснования важности своей деятельности.

Стратегия 1: ЦСБ как способ достижения счастья в личной и семейной сфере

Рынок центров сексуального благополучия имеет уникальную специфику деятельности. С одной стороны, он подчиняется общим законам и правилам деятельности рынков, то есть создаёт продукт (благо), продаёт его, использует различные способы извлечения прибыли и стремится удовлетворять потребности клиентов. С другой стороны, благо на данном рынке не имеет аналогов, поскольку оно задействует гендерные и сексуальные стереотипы, гендерное неравенство, психологию отношений и другие темы, тесно связанные с индивидуальным благополучием людей. Рынок ЦСБ характеризуется множеством взаимосвязанных социальных, психологических и культурных феноменов. Данные о центрах сексуального благополучия могут стать важным ключом к анализу современного российского общества и его восприятия института семьи, взаимоотношений в паре, вопросов человеческого капитала, идей самосовершенствования и даже концепций человеческого «счастья». Широко распространено представление о том, что счастье купить нельзя, которое означает невозможность сведения счастья к «простому удовлетворению потребностей» [Чепурных 2012: 224]. Тем не менее организации на этом рынке пытаются сделать именно это — продать счастье под видом удовлетворения определённых потребностей людей. Через легитимацию своей деятельности центры сексуального благополучия воспроизводят собственное представление процессов взаимоотношений между людьми и концепций «человеческого счастья», используя социальные установки как основу для конструирования спроса на

свои услуги [Слейтер 2008]. Однако каким образом они легитимируют свою деятельность через конструкт «счастье»?

Одной из главных позиционируемых задач центров сексуального благополучия является «помощь клиентам стать счастливыми и успешными людьми»[8]. Её реализация заключается в консультировании людей по вопросам взаимопонимания в семье, гармонии в сексуальной жизни, отношений в паре, мужской и женской психологии и т. п. С помощью определённых словосочетаний («сделать вашу личную жизнь счастливой», «профессиональный тренер обучит, как заботиться о себе» и т. д.) центры оправдывают свою полезность через наличие у них компетенций для просвещения людей в вопросах, ответы на которые трудны и неочевидны. Но на каких культурных и социальных основаниях зиждется желание людей найти ответы на вопросы достижения личного и семейного счастья, обращаясь за его удовлетворением именно в эти центры, которые устанавливают свою «цену счастья»?

Изучение вопроса счастья человека невозможно без понимания социального контекста. С социологической точки зрения счастье является культурным конструктом, который всё чаще доминирует в современном индивидуалистическом обществе как приоритетная цель жизни человека. Многие авторы, занимающиеся изучением проблемы счастья в жизни людей, отмечают его чрезвычайную значимость в объяснении поведения и образов мышления индивидов. Так, А. Хохшильд утверждает, что эмоции счастья имеют социальное значение и становятся символами, которые широко признаны и используются личностью для управления собой и выражения себя в социальном взаимодействии [Hochschild 1979: 554]. В концепции габитуса П. Бурдьё эмоциональные эталоны счастья, усвоенные в процессе социализации, входят в структуру габитуса и влияют на накопление различных форм капитала [Бурдьё 2001: 82]. М. Аргайл указывает на зависимость счастья от социальных связей, основной значимостью которых является социально-сетевая поддержка, оказываемая индивиду близкими людьми, от наличия интересной, разнообразной работы, характера досуга, состояния здоровья, общения, а также статуса, уровня образования и материального благосостояния [Аргайл 2008: 32]. Подобные примеры демонстрируют предопределённость счастья как социального конструкта, имеющего большую значимость для жизни каждого человека.

В науке не существует единого понимания феномена «счастье»; оно часто ставится в один ряд с психологическим благополучием и удовлетворённостью жизнью [Кислицына 2016]. Более того, в рамках только психологии существует несколько подходов к изучению счастья. К примеру, У. Павот и Э. Динер счастье представляют как культурно-зависимый конструкт, который складывается из субъективной удовлетворённости жизнью, позитивных и негативных аффектов [Pavot, Diener 2008]. По их мнению, человек имеет высокий уровень субъективного благополучия, если в большинстве случаев испытывает удовлетворение от жизни, и только в отдельных ситуациях он переживает неприятные чувства. Иначе говоря, субъективное благополучие — это кумулятивная шкала когнитивного восприятия и эмоциональных ощущений. А. А. Кроник и Е. А. Кроник счастье понимают как форму переживания полноты бытия и самоосуществления: «Это переживание возникает в случае превращения мотивации человека к миру в бесконечно большую величину» [Кроник, Кроник 1998: 35]. По мнению авторов, психологические способы обретения счастья являются способами саморегуляции человеком своей мотивации, обращённой к миру, которая основана на четырёх независимых принципах: (1) максимизация полезности; (2) минимизация потребностей; (3) минимизация сложности; (4) максимизация способностей. Каждый из этих принципов в итоге приводит человека к ощущению личного счастья.

Некоторые учёные связывают психологическое благополучие человека с позитивным психологическим функционированием личности (К. Рифф, А. Маслоу, К. Роджерс, Э. Эриксон и др.). «Идеальное»

[8] Например, ЦСБ «Секс.РФ», «Secrets», «Love is…» и др.

психологическое благополучие в их теориях является инструментом оценки человеком своего бытия, который формируется на основе существующих в обществе и культуре представлений и постоянно соотносится с «актуальным» психологическим благополучием. Чем ближе человек к «идеальному» для него представлению о благополучии, тем более счастливым он себя ощущает. Наконец, счастье человека как «психологическое благополучие» может пониматься как психофизиологическая сохранность функций [Ryan, Deci 2017]. Авторы утверждают, что существует связь между психологическим благополучием и здоровьем (включая субъективное ощущение жизнеспособности), которая может быть обусловлена генетическими факторами или текущими болезнями, ограничивающими уровень удовлетворения жизнью.

Таким образом, счастье в разных подходах означает и общее удовлетворение от жизни, и ощущение полноты бытия, и даже психофизиологическую сохранность функций. Как можно заметить, чаще всего в понимании счастья наблюдается смещение в область материального удовлетворения потребностей человека. Достижение счастья при таком подходе происходит через последовательный набор шагов (поведенческих, эмоциональных и когнитивных) и соблюдение предписанных правил, при грамотном выполнении которых человек достигает стабильного комфортного состояния (то есть счастья), что становится «главной целью его жизни» [Селигман 2010: 38]. Именно подобную трактовку человеческого счастья и используют центры сексуального благополучия в рамках одной из стратегий легитимации. Их подход к определению счастья имеет серьёзные психологические и социальные основания. Хотя сами центры, скорее всего, не разрабатывали данную стратегию легитимации с учётом этих оснований и действовали лишь как представители своего культурного контекста, объяснение фундаментальных принципов, на которых она основана, необходимо для понимания её функционирования.

Счастье в центрах сексуального благополучия является объектом управления для поддержания и развития отношений в паре, что превращает пару из «союза сердец» в «менеджериальный проект» [Zelizer 2005: 96]. «Благополучие пары» начинает обретать форму успешного проекта управления отношениями, предполагающего неизменное совершенствование партнёров как *самостоятельных личностей*, развитие человеческого капитала каждого из партнёров в отдельности, управление которым возможно при наличии нужных знаний, должном желании и целеустремлённости. Подобное смещение фокуса с «благополучия пары» на «индивидуальное благополучие партнёров» можно наблюдать через постоянный акцент ЦСБ на предоставлении услуг для отдельных клиентов. «Вам помогут избавиться от проблем во взаимоотношениях, научат уделять внимание своему здоровью, заботясь о себе каждый день» (ЦСБ «Secrets»); «Эксперты тренинг-центра “Академия любви” помогут разрешить любую проблемную ситуацию в Ваших отношениях и вместе с Вами проработают программу восстановления и гармонизации Ваших чувств к друг другу» (ЦСБ «Академия любви»); «Наши гостьи посещают центр <…> для познания самой себя, раскрытия скрытых талантов и качеств» (ЦСБ «Тренинг центр “Империя”»); «Те, кто уже получил семейное сексуальное образование в центре “Love is…” <…> уже нашли свой путь к счастью» (ЦСБ «Love is…») и т. д. В каждом из описаний присутствуют указания на работу с отдельными клиентами, а не с парой. Более того, за редким исключением, центры не предоставляют программ для обоих партнёров. Преобладание женской аудитории в данных центрах становится ключевой особенностью стратегии: достижение счастья в паре с позиции центров является преимущественно женской задачей, что напрямую свидетельствует о воспроизводстве ими традиционных патриархальных установок, где женщина ответственна за благополучие в отношениях, создавая счастье как для себя, так и для своего мужчины. В то же время центры как экономические организации могут лишь отвечать на запросы своей аудитории, тем самым воспроизводя распространённую концепцию отношений в паре, сложившуюся в российском обществе.

В настоящее время концепт «счастье» всё чаще становится источником коммерческой прибыли, когда организации для достижения счастья предлагают набор товаров или услуг, предполагающих после

употребления достижение человеком этого состояния в заданное число этапов. Для таких ситуаций в экономической социологии используют понятие «экономика надежды». В подобной форме экономики «люди понимают ограниченность своих возможностей перед своими желаниями», двигаясь к «желаемому будущему через преодоление проблем настоящего» [McGeer 2004: 103], что выражается в массовом стремлении людей удовлетворить спрос на решение проблемы достижения своего счастья[9]. Центры сексуального благополучия используют это стремление и коммерциализируют его в форме предоставления услуг по консультированию в вопросах сексуального благополучия, которое является одной из базовых потребностей человека и с которым всегда сопряжено множество трудностей. Центры сексуального благополучия выступают как эксперты по психологии полов и семейной психологии, поэтому их услуги призваны предоставить людям ответы на вопросы, связанные с поиском и удержанием своего счастья, в какой бы форме оно ни выражалось: поддержание брака, просвещение детей, успех у противоположного пола или «сохранение любви на долгие года»[10]. Представляя счастье человека как индивидуальную удовлетворённость жизнью, которая поддаётся управлению и контролю, центры сексуального благополучия становятся очередными промоутерами материалистического понимания счастья. Подобный подход распространяется на массовую целевую аудиторию, то есть на людей одиноких и состоящих в отношениях, находящихся в браке по любви или по расчёту, желающих просвещения или просто разнообразить свою жизнь.

Стратегия 2: ЦСБ как инструмент развития женского эротического капитала

Рационализация поведения людей на сегодняшний день всё чаще принимает форму саморазвития. После книги Д. Карнеги «Как завоёвывать друзей и оказывать влияние на людей» [Carnegie 1936] люди всё чаще уделяют внимание своим качествам и навыкам, благодаря которым они смогут иметь успех в обществе. Следствием является стремление удовлетворить потребность в развитии своих психологических качеств и инструментальных навыков, наращивание своего человеческого капитала во всех необходимых сферах. Однако какие формы капитала могут развиваться с помощью центров сексуального благополучия у клиентов, как они связаны с благом, предоставляемым этими организациями?

Одной из главных форм человеческого капитала, который предоставляется и развивается у клиентов через центры сексуального благополучия, является эротический капитал, способствующий повышению ценности личности в разных контекстах общественной жизни [Hakim 2010]. По мнению К. Хаким, совершенствование обаяния, выработка собственного стиля поведения в отношениях, конструирование своей сексуальности способствуют сегодня эффективным социальным взаимодействиям и возможностям активно влиять на социальный и экономический статус больше, чем когда-либо раньше. Стоит раскрыть теорию эротического капитала немного подробнее с тем, чтобы определить его культурную значимость в деятельности центров сексуального благополучия.

Кэтрин Хаким выделяет новую форму капитала — эротический, который отличается от символического, культурного, экономического и социального, выделяемых П. Бурдьё. Эротический капитал представляет собой сочетание эстетической, визуальной, физической, социальной и сексуальной привлекательности человека, оцениваемой другими членами общества, особенно с точки зрения представителей противоположного пола, во всех социальных контекстах [Hakim 2010: 500]. В этой форме капитала взаимодействуют врождённые преимущества индивида и приобретённые в ходе социализации навыки. Всего К. Хаким выделяет шесть частей эротического капитала, которые могут иметь разную значимость в зависимости от типов общества и исторического момента [Hakim 2010]:

---

9 Подробнее о концепции «экономики надежды» см.: [Miyazaki, Swedberg 2017].

10 Из раздела «О центре» на веб-сайте ЦСБ «Love is…».

— красота, с учётом культурных и исторических представлений о ней;

— сексуальная привлекательность человека, женственность или мужественность, умение владеть своим телом;

— социальные навыки взаимодействия, которые подразумевают харизму, шарм (обаяние), умение флиртовать и располагать к себе людей;

— живость, смесь физической формы человека и его социальной энергии, хорошее настроение и умение контролировать его;

— навыки социальной презентации, то есть стиль, проявляющийся в макияже, одежде, аксессуарах, парфюме и т. д. Эти навыки используются для демонстрации в первую очередь своего социального статуса и личного вкуса;

— сексуальное мастерство, то есть эротические навыки, сексуальная энергия и воображение, а также игривость. Этот элемент — один из наиболее специфических в эротическом капитале, поскольку не зависит напрямую от уровня либидо, меняется в зависимости от времени, культуры, компетенций и энтузиазма партнёра, а также применяется исключительно в интимных отношениях, в отличие от остальных пяти компонентов капитала. И именно его развитие зачастую активно встраивается в услуги центров сексуального благополучия.

Эротический капитал может быть развит как у женщин, так и у мужчин. На протяжении жизни человек обучается ролям, предписанным обществом для того или иного пола. Обладая красотой, сексуальной привлекательностью, обаянием, стилем, жизненной энергией, можно эффективнее проводить разные коммуникации, налаживать социальные связи и быстрее повышать свой статус в обществе. Многочисленные исследования показывают, что хороший внешний вид, навыки общения и ухода за собой, интеллект, а также уверенность в себе в значительной степени влияют на размер доходов как женщин, так и мужчин [Hakim 2010: 509]. По мнению К. Хаким, сегодня эротический капитал приобретает социальное и экономическое значение и является одним из ключевых факторов изменения статуса в обществе.

Есть ещё одна особенность этой формы человеческого капитала — его неотчуждаемость от личности человека, который его приобретает. Центры сексуального благополучия используют это свойство эротического капитала для усиления легитимации своей деятельности, призывая людей всячески развивать свой эротический капитал с помощью предоставляемых услуг. Обучение знаниям и навыкам, которые способствуют улучшению взаимоотношений между людьми, росту их эротической привлекательности, личного счастья и благополучия, преумножая их эротический капитал, становится лейтмотивом услуг ЦСБ. Однако важно учитывать тот факт, что подавляющее большинство услуг ЦСБ оказываются исключительно женщинам, и это свидетельствует об убеждённости центров в том, что именно женщина должна развивать свой эротический капитал для улучшения социального статуса и условий жизни (в том числе для поддержания счастья семьи). В этом смысле услуги центров сексуального благополучия иногда используют концепцию «стервологии», основная идея которой заключается в «органичной роли самовлюблённой роковой женщины в современном нарциссичном обществе»[11]. По логике ЦСБ, женщина не должна становиться жертвой существующего и во многом дискриминирующего гендерного положения, а может научиться извлекать выгоду из сложившихся гендерных ролевых ожиданий.

Таким образом, глубоко укоренившуюся в обществе идею саморазвития и повышения своего человеческого капитала используют центры сексуального благополучия для предоставления услуг по разви-

[11] Существует множество курсов по так называемой стервологии для женщин; см., например: [Стервология…].

тию эротического капитала у женщин, тем самым значительно повышая свою полезность у целевых аудиторий.

Стратегия 3: ЦСБ как образовательный проект публичного дискурса о сексе

Центры сексуального благополучия — это новые организации на формирующемся рынке, которые вынуждены легитимировать свою пользу для людей. Помимо «счастья», «гармонизации отношений» и «саморазвития», они приводят ещё один аргумент в пользу своей деятельности, который заключается в дистанцировании от других форматов донесения информации о сексе и параллельно развивающейся смене дискурса о нём.

ЦСБ, осуществляя предложение услуг по консультированию в сфере сексуального семейного и личного благополучия, становятся одним из примеров организаций, которые выносят обсуждение и решение частных интимных проблем в сферу публичного. Как уже не раз отмечалось, подавляющее большинство клиентов данных центров — женщины, о чём могут свидетельствовать предложение услуг преимущественно для них и в отдельных случаях открытая дискриминация мужской части аудитории. Порой центры предлагают программы для мужской аудитории, однако подавляющее большинство центров все ещё транслируют традиционные представления о гендерных ролях в этой сфере. Публичный дискурс в данной сфере оказывается поэтому смещённым в сторону женской аудитории. Сам дискурс реализуется в центрах через групповое взаимодействие тренеров-консультантов и группы клиенток (как правило, незнакомых между собой), в рамках которого тренеры-эксперты транслируют определённое знание клиентам, стимулируя их на активное обсуждение в подробностях своей интимной жизни. Более того, множество групповых тренингов по развитию сексуальных навыков на практике трансформируют секс из глубоко интимной и частной сферы в область открытого публичного обсуждения, когда клиентки могут свободно и без социального напряжения говорить о волнующих их вопросах.

Смена дискурса происходит с помощью использования специфичного формата обсуждения данной темы. Центры сексуального благополучия практически полностью заимствуют формат образовательных курсов для того, чтобы придать своей деятельности признаки просветительства и научной обоснованности. Судя по фотографиям на веб-сайтах организаций, тренинги проходят в классах, где есть парты и учебные столы, клиенткам выдаются блокноты и шариковые ручки для записей (своими пользоваться нельзя), по стенам развешаны плакаты с изображениями, иллюстрирующими физиологию человека[12]. В отдельных случаях дублируются даже структурные единицы образовательных учреждений — факультеты и школы («Love is…»: факультет женской магии и факультет целительства); а также должностные позиции — деканы, преподаватели и проч. Формат занятий устроен по образу и подобию лекций и семинаров в образовательных учреждениях, где преподаватель вначале даёт подготовленный теоретический материал, а затем обсуждает его с аудиторией, после чего проводит серию практических занятий. На таких занятиях используется «учебный материал», заранее подготовленный ведущими. По окончании отдельных курсов выдаются сертификаты с информацией о прохождении курса занятий. Подобный формат, по мнению центров, лучше всего подходит для обсуждения столь сенситивной и табуированной темы, как секс, а также позволяет посетительницам на время дистанцироваться от социальной напряжённости, связанной с нею. Растущее число общественных проектов, посвящённых дискуссиям в формате конференций и публичных обсуждений вокруг сексуальной сферы жизни, подтверждают удобство подобного формата обсуждения темы[13].

---

12 См., напр.: [Чему учат… 2014].

13 Например, площадки интернет-телевидения «Секс.РФ» или конференция о сексе «Секспросвет» (sexprosvet.me), которые уже несколько лет реализуются в виде публичных дискуссий и лекториев, доступных для всех людей вне зависимости от пола.

Заимствуя образовательный формат, ЦСБ стараются дистанцироваться от источников информации по близким тематикам (книги, журналы, сексологи и семейные психологи, родственники, друзья и проч.), которые могут подвергаться дополнительному цензурированию и не предоставлять в полной мере необходимую информацию. Позиционируя свою информацию как экспертное знание, центры играют на недостатках современного обилия информации о сексуальной и интимной сфере жизни человека, зачастую не подкреплённой никакими научными данными. Поскольку из-за переизбытка источников люди часто не способны отличить полезный контент от вредного [Pierson 1994], постольку использование аккумулированного экспертного систематизированного знания представляется рациональным и выгодным выходом, который практикуют ЦСБ в своей деятельности. Заинтересованность людей в экспертном знании —источник важной социальной роли центров, которые с помощью соответствующего образовательного формата предлагают людям публично высказаться и задать свои вопросы о сексе, семейном и личном благополучии. При этом они дистанцируются от множества других источников информации по этим темам, объявляя их ненаучными и предлагая взамен «научно обоснованный» и «подкреплённый многолетним стажем преподавателей» образовательный тренинг или курс, когда совмещение теории с практикой позволяет клиентам наяву оценить все достоинства и недостатки подобных центров, эмоционально дистанцируясь от медицинского характера «сексологов» и оценочных суждений друзей и знакомых, что образует ещё одно направление легитимации деятельности центров сексуального благополучия.

Стратегия 4: ЦСБ как форма интересного и полезного досуга

Помимо личностной и социальной значимости, центры сексуального благополучия предлагают ещё одну форму аргументации своей пользы для людей. Она заключается в возможности нестандартно и с пользой провести свой досуг, посетив один или несколько предлагаемых тренингов. К примеру, ЦСБ «Тренинг-центр “Империя”» использует следующее описание своей деятельности: «Наши гостьи посещают центр с целью побыть в кругу единомышленников и радушно настроенных людей, для познания самой себя, раскрытия скрытых талантов и качеств, отдыха, вдохновения и просто хорошего настроения!»[14]. Предложение нового интересного способа отдохнуть и провести свободное время не отсылает ни к образовательной полезности центра, ни к его пользе в достижении семейного или личного счастья. В данном случае посетителям центра предоставляется возможность получить образование в интерактивной креативной форме, которая не требует никаких необходимых навыков или большого труда, но в то же время принесёт пользу — новые теоретические знания и практические навыки, которые можно сразу же применить в реальности.

Подобный подход связан с набирающей в последнее время популярность концепцией эдьютейнмента (*edutainment*), суть которой заключается в донесении образовательных знаний и навыков в игровой развлекательной форме. Подобную технологию уже применяют в отдельных высших образовательных учреждениях России [Сапух 2016], однако во многом она реализуется через образовательно-досуговые центры и мастер-классы. Главное отличие эдьютейнмента от классической парадигмы обучения состоит в том, что человек принимает активное участие в образовательном процессе, результатом которого становятся новые знания, умения, навыки, индивидуальный опыт и субъективные эмоции. В целом подобная форма образовательно-культурного досуга позволяет людям получить множество приятных эмоций и полезных знаний при минимуме волевых затрат с их стороны. Благодаря своим преимуществам форма получила широкое распространение, в том числе в центрах сексуального благополучия.

В то же время центры сексуального благополучия используют идею культурно-образовательного досуга и в другой форме — организуя девичники и (или) мальчишники как один из своих тренингов. Этот

[14] Цит. по: URL: http://imperiya-trening.ru/o-tsentre.html (дата обращения: 8 июня 2017).

способ организации досуга не только предполагает активное вовлечение группы знакомых людей в общую креативную деятельность, но и стимулирует их к узнаванию множества интересных фактов друг о друге, что, по мнению организаторов, повышает солидарность группы. Такой же принцип реализован в наиболее частой системе акций ЦСБ — «приведи друга и (или) подругу». Привлечение знакомого человека к посещению тренинга в ЦСБ делает его безопаснее, приятнее и интереснее, а также «улучшает отношения и способствует увеличению близости в паре»[15].

Таким образом, центры сексуального благополучия, помимо своей культурно-просветительской и образовательной направленности, предлагают своим клиентам новый формат проведения досуга, который заключается в оформлении услуг организации в концепции эдьютейнмента, то есть в форме интересного и познавательного обучения, способствующего одновременно приятному досугу и просвещению человека.

Выводы

Согласно данным, полученным на основе матричного кодирования и контент-анализа веб-сайтов центров сексуального благополучия, можно сформулировать несколько выводов относительно их деятельности, а также используемых ими стратегий легитимации.

Основные позиционируемые цели ЦСБ: «делиться знаниями; помогать людям определить свои сильные стороны и находить решение кризисных ситуаций»[16], «помочь стать счастливыми и успешными людьми»[17], «достичь психологического и семейного благополучия»[18], «отдохнуть и приятно провести время»[19]. По сути, в этих целях отражаются четыре главные стратегии центров по легитимации своей деятельности:

— ЦСБ как способ достижения счастья в личной и семейной сфере;
— ЦСБ как инструмент развития человеческого капитала;
— ЦСБ как образовательный проект публичного дискурса о сексе;
— ЦСБ как форма интересного и полезного досуга.

Эти стратегии, однако, используются центрами в разных комбинациях, ни одна из них не является исключительной. Центры стремятся продемонстрировать своей клиентской аудитории компетентность и богатый экспертный опыт консультирования по вопросам личного и семейного благополучия, тесно связывая их с интимной стороной жизни людей. ЦСБ работают преимущественно с женской аудиторией, транслируя традиционные патриархальные установки ответственности женщин за благополучие в отношениях, за ощущение счастья в них у себя и партнёра. Центры используют естественное стремление людей к счастью в личной и семейной жизни как источник коммерческой прибыли, предлагая набор услуг, предполагающих достижение человеком этого состояния. Помимо счастья, одной из центральных идей ЦСБ является саморазвитие и повышение женского эротического капитала, который представляет собой сочетание эстетической, визуальной, физической, социальной и сексуальной привлекательности, особенно с точки зрения представителей противоположного пола, во всех социальных контекстах [Hakim 2010]. Использование эротического капитала становится очень актуальным в

[15] ЦСБ «Secrets»; см.: URL: http://www.secrets-center.ru/about/ (дата обращения: 30 января 2017).

[16] Там же.

[17] ЦСБ «Секс.РФ»; см.: URL: секс.рф/о-проекте/ (дата обращения: 30 января 2017).

[18] ЦСБ «Love is…»; см.: URL: sexeducation.com.ua (дата обращения: 30 января 2017).

[19] ЦСБ «Тренинг-центр “Империя”»; см.: URL: http://imperiya-trening.ru/o-tsentre.html (дата обращения: 8 июня 2017).

«индивидуализированных и сексуализированных культурах современных обществ», в результате чего он приобретает социальное и экономическое значение и является, по мнению К. Хаким, одним из ключевых факторов изменения статуса женщины в обществе XXI века [Hakim 2010: 512].

Образовательный формат донесения информации до целевой аудитории используется центрами сексуального благополучия как наиболее удобный, поскольку представляет им внешнее подобие научной обоснованности действий, а также требуемую интерактивность и социальную дистанцию между участниками тренингов. Осуществляя предложение услуг по консультированию в сфере сексуального, семейного и личностного благополучия, ЦСБ выносят обсуждение и решение частных и интимных проблем в сферу публичного, поскольку их работа во многом связана с коллективным взаимодействием тренеров-консультантов и группы клиентов. Благодаря этому центры сексуального благополучия меняют и во многом конструируют формат дискурса о сфере интимных отношений, привнося в него элементы просвещения и самосовершенствования. Данный дискурс *подстёгивается смежными рынками*, поскольку, как отмечалось, наиболее успешные центры сексуального благополучия («Secrets» и «Секс.РФ») аффилированы с организациями, продающими «товары для взрослых» (секс-шопы). Центры сексуального благополучия стремятся сформировать особый дискурс, в котором счастье в личной жизни ставится в прямую зависимость от интимных отношений, которые подаются как клей, сплачивающий пары во все времена. Такой подход к определению счастья не нов, но ЦСБ акцентируют в нём естественное стремление людей к саморазвитию и наиболее успешный способ построения и гармонизации отношений в паре. Согласно представлениям одного из центров о своей миссии, «секс — это универсальный язык, досконально изучив который пара обретает способность понимать друг друга с полуслова»[20]. Образовательная форма донесения информации оказывается в данном случае наиболее удобной, она реализуется в том числе, через эдьютейнмент, то есть формы интересного и познавательного обучения, которое иногда преподносится ЦСБ как новый развлекательный формат досуга.

Таким образом, по результатам данного исследования можно сказать, что центры сексуального благополучия, хотя и не являются новыми организациями на рынке психологического консультирования, представляют собой новый, ещё не сформированный рынок консультационных услуг по вопросам сексуального и психологического благополучия. В этом смысле одной из приоритетных задач их деятельности является легитимация себя и своих услуг для целевых аудиторий, что происходит с помощью перечисленных выше стратегий легитимации. Важно отметить, что медиаактивность центров, за исключением некоторых, в целом остаётся крайне слабой, это может свидетельствовать о наличии барьеров для рекламной деятельности и развития данных организаций. В такой ситуации веб-сайты организаций являются наиболее адекватным и полноценным источником информации о центрах, поскольку первичное знакомство клиентов с такими организациями происходит именно на них.

Данное исследование носит разведывательный и дескриптивный характер и не может охватить всю совокупность социально-экономических и культурных феноменов, проявляющихся в деятельности данных центров. Однако уже сейчас можно утверждать, что центры сексуального благополучия — это новая организационная форма, стремящаяся сформировать свою рыночную нишу и выжить на ней, используя определённые стратегии легитимации своей деятельности, которые глубоко погружены в культурный и социальный контексты.

[20] ЦСБ «Secrets»; см.: URL: http://www.secrets-center.ru/about/ (дата обращения: 23 марта 2017).

Приложение

Таблица П.1

Матрица кодирования веб-сайтов ЦСБ (кодификатор)

Комментарии к заполнению строк	Код	Типология
Какие типы услуг продвигаются в ЦСБ (психологические тренинги, тренинги по сексмастерству, любовные отношения и проч.)? По какой цене продвигаются услуги (сопоставлять с типом услуги)?	Услуги + цена	Бесплатные Индивидуальные Групповые Курсы Темы тренингов + содержание
На кого направлено рекламное сообщение (для кого делают)? (Обычно указывается в *about*, но стоит посмотреть и общее наполнение тренингов.) Главный вопрос: какая аудитория потребляет рекламное сообщение чаще всего?	Целевая аудитория	Мужчины Женщины Общие
Описать словами следующее: что продают (например, счастье и успех)? что это такое (например, успех в любовных отношениях, гармония в отношениях и проч.)? как продают (например, через тренинги)? почему это нужно (например, чтобы найти радость в жизни)? (Можно добавлять интересную информацию по желанию.)	Текст позиционирования («Об организации» — «About»)	
С помощью каких механизмов достигаются привлечение новых клиентов и усиление позиционирования? (Это могут быть не только денежные скидки, но и другие виды акций.)	Система акций (техники привлечения клиентов)	
Описание тренеров и (или) консультантов школы (профессия — откуда пришли в ЦСБ; чем занимаются в ЦСБ; стаж работы; особенности преподавания и проч.)	Тренеры	Профессия + должность Стаж Интересная информация
Типология по средствам массовой информации, с которыми сотрудничает ЦСБ (Необходимо указывать не только формальные названия, но и детальное *качественное* описание того, что происходит в данных СМИ.)	Активность в медиасфере	СМИ (печать, ТВ) Онлайн-СМИ Информационные партнёры (раздел «СМИ о нас») Партнёры по рынку Соцсети Видеоблогинг
Отдельный раздел о PR-активности ЦСБ (как общаются с аудиторией, что и как продвигают)	Открытость к коммуникации	
Данные об официальном устройстве организации, публичная оферта, контактные данные, филиалы	Публичная оферта	Юридическое оформление (ИП, ООО...) Услуги и для кого они предназначены Контакты Филиалы
Дополнительные комментарии по центру		Реклама тренингов Количество тренингов Процесс оплаты тренинга и получения доступа к контенту Статистика посещений ЦСБ Бизнес-партнёры Срок работы ЦСБ

Литература

Аргайл М. 2008. *Психология счастья*. СПб.: Питер.

Бергер П., Лукман Т. 1995. *Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания*. М.: Медиум.

Бурдьё П. 2001. *Практический смысл*. М.: Институт экспериментальной социологии.

Казьмина О. И. 2016. Современный российский рынок и проблемы продвижения психологических услуг. *СМАЛЬТА*. 2: 68–69.

Кислицына О. А. 2016. *Измерение качества жизни / благополучия: международный опыт*. М.: Институт экономики РАН.

Кон И. 2009. Сексуальное образование — глобальная задача XXI века. *Социология: теория, методы, маркетинг*. 1: 94–114.

Кроник А. А., Кроник Е. А. 1998. *Психология человеческих отношений.* Дубна: Феникс; Когито-Центр+.

Крутько И. С. 2015. Профессиональные риски в работе психолога. В кн.: *Риски и безопасность: социально-психологические аспекты*. Екатеринбург: Гум. ун-т; 58–69.

О рекламе. *Федеральный закон*. 2006. 13 марта. № 38-ФЗ.

Олдрич Х. 2005. Предпринимательские стратегии в новых организационных популяциях. *Экономическая социология*. 6 (4): 39–53. URL: https://ecsoc.hse.ru/data/2011/12/08/1208204928/ecsoc_t6_n4.pdf (дата обращения: 6 июня 2017).

Сапух Т. В. 2016. Применение технологии «Эдьютейнмент» в образовательной среде университета. *Вестник Томского государственного педагогического университета*. 8 (173): 30–34.

Селигман М. 2010. *В поисках счастья. Как получать удовольствие от жизни каждый день*. М.: Манн, Иванов и Фербер.

Слейтер Д. 2008. Забирая рынок у экономистов. *Экономическая социология*. 9 (2): 29–45. URL: https://ecsoc.hse.ru/data/2011/12/08/1208204941/ecsoc_t9_n2.pdf (дата обращения: 6 июня 2017).

Стервология. Высшие женские курсы, или Женщины начинают и выигрывают. *Стервология — высшие женские курсы Владимира Раковского*. URL: http://rakovsky.ru/?s=15&d_id=136 (дата обращения: 7 июня 2017).

Франкл В. 1990. *Человек в поисках смысла*. М.: Прогресс.

Чему учат на московских мастер-классах про секс. 2014. *Афиша*. 13 (373). URL: http://bit.ly/2qY4Y2q (дата обращения: 7 июня 2017).

Чепурных М. Н. 2012. Теоретический анализ основных научных подходов к изучению феномена счастья. *Вестник Российского государственного гуманитарного университета. Серия «Социологические науки».* 2 (82): 222–231.

Callon M., Méadel C., Rabeharisoa V. 2002. The Economy of Qualities. *Economy and Society*. 31 (2): 194–217.

Carnegie D. 1936. *How to Win Friends and Influence People*. New-York: Simon & Schuster.

Hakim C. 2010. Erotic Capital. *European Sociological Review*. 26 (5): 499–518.

Hampton-Sosa W., Koufaris M. 2005. The Effect of Web Site Perceptions on Initial Trust in the Owner Company. *International Journal of Electronic Commerce*. 10 (1): 55–81.

Hochschild A. 1979. Emotion Work, Feeling Rules, and Social Structure. *The American Journal of Sociology.* 85 (3): 551–575.

Koufaris M., Hampton-Sosa W. 2004. The Development of Initial Trust in an Online Company by New Customers. *Information & Management*. 41 (3): 377–397.

McGeer V. 2004. The Art of Good Hope. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*. 592 (1): 100–127.

Miyazaki H., Swedberg R. (eds) 2017. *The Economy of Hope*. Philadelphia, PA: University of Pennsylvania Press.

Noar S. M. et al. 2006. Review of Interactive Safer Sex Web Sites: Practice and Potential. *Health Communication*. 20 (3): 233–241.

Pavot W., Diener E. 2008. The Satisfaction with Life Scale and the Emerging Construct of Life Satisfaction. *The Journal of Positive Psychology*. 3 (2): 137–152.

Pierson R. 1994. The Epistemic Authority of Expertise. *PSA*: *Proceedings of the Biennial Meeting of the Philosophy of Science Association 1994* (1): 398–405.

Ryan R. M., Deci E. L. 2017. *Self-Determination Theory: Basic Psychological Needs in Motivation, Development, and Wellness*. New York: Guilford Publishing.

Shapiro B. 2001. School-Based Sex Education in Russia: The Current Reality and Prospects. *Journal of Sex Education: Sexuality, Society and Learning*. 1 (1): 87–96.

Yates R. A., Noyes J. M. 2007. Web Site Design, Self-Monitoring Style, and Consumer Preference. *Journal of Applied Social Psychology*. 37 (6): 1341–1362.

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

DEBUT STUDIES

Pavel Demin

Moscow Centers for Sexual Well-Being: Market Structure and Legitimation Strategies

DEMIN, Pavel V. — Student of the 2nd year Master's program, Department of Political Science, LUISS Guido Carli University (Rome, Italy). Address: 12 Viale Pola, Roma, 00198, Italia.

Email: pdemin.hse@gmail.com

Abstract

This paper presents an overview of the Moscow market of centers for sexual well-being (CSWB), which is a new niche in the market of psychological services, providing counseling services on the issues of sexual and psychological well-being. Human notions of happiness and sexual well-being have been commercialized and have become a commodity that can be purchased for a certain price, like any product or service. Centers for sexual well-being use divergent strategies to legitimize their activities and create a sustainable demand for their services. These legitimation strategies are embedded in the culture of society.

Data were collected from a qualitative content analysis of the websites of eight centers for sexual well-being in Moscow. It was revealed that this market is small and underdeveloped, with services being provided in the form of trainings and consultations, whereas there are no established standards for professional skills, educational background, and seniority. The cost of training varies from 1,500 rubles up to 80,000 rubles per person, while almost all the centers are targeted at females. On the basis of the coding matrix, the main strategies of legitimation were identified and described as follows: the way to achieve happiness in the personal and family sphere (1); the tool for the development of human capital (2); the educational project of public discourse about sex (3); and the form of leisure (4). These strategies can be combined by the centers, and they are not mutually exclusive.

The study resulted in a detailed description of the CSWB market, the rules and principles for the functioning of market participants, and a description of their legitimation strategies. This work can be useful for scholars interested in exploring new emerging markets.

Keywords: sexual well-being; psychological counseling; legitimation; centers for sexual well-being; legitimation strategies; market construction.

Acknowledgments

The author of the article expresses gratitude and deep appreciation to S. G. Pashkov and E. A. Sorochan for invaluable assistance in data collection, analysis and conceptualization of research results.

References

Aldrich H. (2005) Predprinimatel'skie strategii v novykh organizatsionnykh populyatsiyakh [Entrepreneurial Strategies in New Organizational Populations]. *Journal of Economic Sociology = Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 6, no 4, pp. 39–53. Available at: https://ecsoc.hse.ru/data/2011/12/08/1208204928/ecsoc_t6_n4.pdf (accessed 6 June 2017) (in Russian).

Argyle M. (2008) *Pskihologiya shchast'ya* [The Psychology of Happiness], Saint-Petersburgh: Piter (in Russian).

Berger P. L., Luckmann T. (1995) Sotsial'noe konstruirovanie real'nosti. Traktat po sotsiologii znaniya [The Social Construction of Reality. A Treatise on sociology of Knowledge], Moscow: Medium (in Russian).

Bourdieu P. (2001) *Prakticheskiy smysl* [Practical Meaning], Moscow: Institut eksperimental'noy sotsiologii (in Russian).

Callon M., Méadel C., Rabeharisoa V. (2002) The Economy of Qualities. *Economy and Society*, vol. 31, no 2, pp. 194–217.

Carnegie D. (1936) *How to Win Friends and Influence People*, New York: Simon & Schuster.

Chemu uchat na moskovskikh master-klassakh pro seks [What is Taught in Moscow Master Classes about Sex] (2014) *Afisha*, vol. 13, no 373. Available at: http://bit.ly/2qY4Y2q (accessed 7 June 2017) (in Russian).

Chepurnykh M. N. (2012) Teoreticheskiy analiz osnovnykh nauchnykh podkhodov k izucheniyu fenomena shchast'ya [Theoretical analysis of the main scientific approaches to the study of the phenomenon of happiness]. *Bulletin of the Russian State Humanitarian University. Sociological sciences Series = Vestnik Rossiyskogo gosudarstvennogo gumanitarnogo universiteta. Seriya «Sotsiologicheskie nauki»*, no 2 (82), pp. 222–231 (in Russian).

Frankl V. (1990) *Chelovek v poiskakh smysla: Sbornik* [Man in Search of Meaning: Collection], Moscow: Progress (in Russian).

Hakim C. (2010) Erotic Capital. *European Sociological Review, v*ol. 26, iss. 5, pp. 499–518.

Hampton-Sosa W., Koufaris M. (2005) The Effect of Web Site Perceptions on Initial Trust in the Owner Company. *International Journal of Electronic Commerce*, vol. 10, no 1, pp. 55–81.

Hochschild A. (1979). Emotion Work, Feeling Rules, and Social Structure. *The American Journal of Sociology*, vol. 85, no 3, pp. 551–575.

Kazmina O. I. (2016) Sovremennyy rossiyskiy rynok i problemy prodvizheniya psikhologicheskikh uslug [The Modern Russian Market and the Problems of Promotion of Psychological Services]. *SMALTA*, iss. 2, pp. 68–69 (in Russian).

Kislitsyna O. A. (2016) *Izmerenie kachestva zhizni / blagopoluchiya: mezhdunarodnyy opyt* [Measuring the Quality of Life / Well-Being: International Experience], Moscow: Institute of Economics of Russian Academy of Science (in Russian).

Kon I. (2009) Seksual'noe obrazovanie — global'naya zadacha XXI veka [Sexual Education— a Global Task of the 21st Century]. *Sociology: Theory, Methods, Marketing*, iss. 1, pp. 94–114. Available at: http://bit.ly/2qQoyla (accessed 23 March 2017) (in Russian).

Koufaris M., Hampton-Sosa W. (2004) The Development of Initial Trust in an Online Company by New Customers. *Information & Management*, vol. 41, no 3, pp. 377–397.

Kronik A. A., Kronik E. A. (1998) *Psihologija chelovecheskih otnoshenij* [Psychology of Human Relations], Dubna: Phoenix; Kogito-Centr+ (in Russian).

Krutko I. S. (2015) Professional'nye riski v rabote psikhologa [Professional Risks in the Work of a Psychologist]. *Risks and Safety: Socio-Psychological Aspects,* pp. 58–69 (in Russian).

McGeer V. (2004) The Art of Good Hope. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, vol. 592, no 1, pp. 100–127.

Miyazaki H., Swedberg R. (eds) (2017) *The Economy of Hope*, Philadelphia, PA*:* University of Pennsylvania Press.

Noar S. M., Clark A., Cole A., Lustria M. L. (2006) Review of Interactive Safer Sex Web Sites: Practice and Potential. *Health Communication*, vol. 20, no 3, pp. 233–241.

O reklame. *Federal'nyy zakon* [About Advertising. Federal Law] (2006) no 38-FZ, March 13 (in Russian).

Pavot W., Diener E. (2008) The Satisfaction with Life Scale and the Emerging Construct of Life Satisfaction. *The Journal of Positive Psychology*, vol. 3, no 2, pp. 137–152.

Pierson R. (1994) The Epistemic Authority of Expertise. PSA: *Proceedings of the Biennial Meeting of the Philosophy of Science Association*, vol. 1994, no 1, pp. 398–405.

Ryan R. M., Deci E. L. (2017) *Self-Determination Theory: Basic Psychological Needs in Motivation, Development, and Wellness*, New York: Guilford Publishing.

Sapuh T. V. (2016) Primenenie tekhnologii «edutainment» v obrazovatel'noy srede universiteta [Application of "Edutainment" Technology in the Educational Environment of the University]. *Tomsk State Pedagogical University Bulletin = Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta*, vol. 8, no 173, pp. 30–34 (in Russian).

Seligman M. (2010) *V poiskakh shchast'ya. Kak poluchat' udovol'stvie ot zhizni kazhdyy den'* [In Search of Happiness. How to Have Fun Every Day], Moscow: Mann, Ivanov & Ferber (in Russian).

Shapiro B. (2001) School-Based Sex Education in Russia: The Current Reality and Prospects. *Journal of Sex Education: Sexuality, Society and Learning*, vol. 1, iss. 1, pp. 87–96.

Slater D. (2008) Zabiraya rynok u ekonomistov [Capturing Market from the Economists]. *Journal of Economic Sociology = Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 9, no 2, pp. 29–45 Available at: https://ecsoc.hse.ru/data/2011/12/08/1208204941/ecsoc_t9_n2.pdf (accessed 6 June 2017) (in Russian).

Stervologiya. Vysshie zhenskie kursy, ili Zhenshhiny nachinyut i vyigryvayut [Sterlovology. Higher Female Courses, or Women Start and Win]. *Stervologija — vysshie zhenskie kursy Vladimira Rakovskogo* [Sterlovology — Higher Female Courses of Vladimir Rakovsky]. Available at: http://rakovsky.ru/?s=15&d_id=136 (accessed 7 June 2017) (in Russian).

Yates R. A., Noyes J. M. (2007) Web Site Design, Self-Monitoring Style, and Consumer Preference. *Journal of Applied Social Psychology*, vol. 37, no 6, pp. 1341–1362.

Zelizer V. (2005) *The Purchase of Intimacy*, Princeton, NJ: Princeton University Press.

Received: August 5, 2017
Citation: Demin P. (2018) Moskovskie tsentry seksual'nogo blagopoluchiya: struktura rynka i strategii legitimatsii [Moscow Centers for Sexual Well-Being: Market Structure and Legitimation Strategies]. *Journal of Economic Sociology = Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 19, no 1, pp. 143–167. doi: 10.17323/1726-3247-2018-1-145-169 (in Russian).

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ОБЗОРЫ

Р. И. Романова

Что политического в потреблении?[1]

РОМАНОВА Регина Игоревна — аспирант, младший научный сотрудник Лаборатории экономико-социологических исследований, преподаватель департамента социологии факультета социальных наук Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики». Адрес: 101000, Россия, Москва, ул. Мясницкая, д. 20.

Email: rromanova@hse.ru

В данной работе рассматриваются дискуссия вокруг теории политического консюмеризма и более широкая аналитическая рамка политики потребления. На фоне культурного поворота в исследованиях потребления появление нового направления — политического консюмеризма — важный шаг на пути понимания роли и места потребителя в современном обществе. В статье рассматривается, в частности, как социальные науки пришли к устоявшемуся сегодня экономическому пониманию потребителя и как это понимание трансформировалось в дихотомию между политическим и экономическим. Политически мотивированное потребление позволило смягчить противопоставление между пассивным потребителем, заботящимся о собственном интересе, и активным гражданином, который берет на себя ответственность за общественное благополучие. Согласно теории политического консюмеризма развитие демократии и рост индивидуализации способствовали формированию новых креативных форматов политического участия. Не желая ждать реакции государства, потребители используют рынок в качестве площадки для восстановления социальной справедливости. Тем не менее, опираясь на исторические исследования, мы постараемся показать, что теория политического консюмеризма сильно ограничивает нас в интерпретации данного феномена рамками современного западного общества. Политическое содержание потребления отражает характер отношений между государством и потребителем. Формирование идеи потребителя не только связано с развитием рыночных отношений, но и зависит от усилий и интересов государства. На основе исторических примеров в данной работе демонстрируется, что понимание потребителя и его интересов вариативно, а идентичность потребителя соответствует нормам гражданственности, сформированным в той или иной стране.

Ключевые слова: политический консюмеризм; политика потребления; гражданские нормы; потребитель; политическое участие; защита потребителя.

Введение

В октябре 2017 г. жительница Сан-Франциско Шеннон Коултер инициировала акцию под лозунгом «Хватайтесь за свой бумажник» («Grab your wallet»), быстро набравшую популярность в социальных медиа. Цель акции — бойкотировать товары и компании, которые связаны с новым президентом США Дональдом Трампом или членами его семьи. Тем самым Шеннон Коултер высказала своё недовольство новым политическим руководством страны и призвала всех, кто разделят её мнение, присоединиться к потребительскому бойкоту. Среди предприятий, которые оказались в чёр-

[1] Исследование осуществлено в рамках Программы фундаментальных исследований НИУ ВШЭ в 2018 г.

ном списке[2] Шеннон Коултер, значатся такие крупные ритейлеры, как Wallmart, Macy's, Bloomingdale's и Amazon, попавшие в этот список за продажу товаров, произведённых компаниями, принадлежащими Дональду Трампу. За время существования акции из чёрного списка исключались компании, разорвавшие сотрудничество с бизнесом президента США.

Подобная форма потребительского поведения, где выбор в пользу тех или иных продуктов или производителей основан на политических или этических соображениях, получил название «политический консюмеризм» [Stolle, Hooghe, Micheletti 2005]. Используя рынок в качестве площадки для восстановления социальной справедливости, потребители пытаются повлиять на корпорации или обратить внимание государства на проблему. Описанная выше ситуация с призывом отказаться покупать товары, связанные с бизнесом Дональда Трампа, — классический пример бойкота (*boycott*), одной из базовых форм политического консюмеризма [Friedman 1991]. Ещё одна форма политического консюмеризма — «байкот» (*byucott*) — предполагает систему маркировки товаров, которые следует покупать [Stolle, Hooghe, Micheletti 2005]. Индикатором «справедливого» товара может служить указание на упаковке, что при его производстве соблюдены экологические и (или) этические стандарты (например, не нарушены права людей и (или) животных). *Байкот* считается более безопасной альтернативой *бойкоту*, так как компании могут пойти на ухищрения вместо реальных действий по разрешению проблемной ситуации (например, компания может прибегнуть к массовым сокращениям работников или же к переносу производства в другие страны) [Friedman 1996; Micheletti, Stolle 2008].

Благодаря появлению такой избирательности потребителя, удалось сократить концептуальную дистанцию между гражданином, ориентированным на публичную сферу и общественное благополучие, и потребителем, представляющим приватную область частных интересов. Сторонники теории политического консюмеризма характеризуют данный феномен как новую форму политического участия, при которой потребители выступают активными и осознанными гражданами, защищающими общественные интересы [Shaw, Newholm, Dickinson 2006; Micheletti, Stolle 2007; Schudson 2007]. Рынок предоставляет каждому потребителю право свободного политического волеизъявления. Политически мотивированное потребление выступает как механизм сдержек и противовесов внутри капиталистической системы: капитализм находит внутренний потенциал для борьбы со своими же недостатками [Micheletti, Follesdal, Stolle 2004]. Так, рутинный поход в супермаркет предоставляет возможность для индивидуализированного коллективного действия (*individualized collective action*) [Stolle, Micheletti 2013]. Не нуждаясь во внешней координации со стороны властей, потребитель способен брать на себя ответственность за социальные изменения.

Устоявшимся мнением считается, что «демократии поддерживаются активным участием граждан в гражданских делах, высоким уровнем информированности о публичных делах и широко распространённым ощущением гражданской ответственности» [Алмонд, Верба 2014: 24]. Расцвет исследований, посвящённых политическому консюмеризму, приходится на период спада традиционных форм участия в политической жизни страны. Во многом эти исследования вступают в полемику [Stolle, Hooghe 2005] с пессимистической работой Р. Патнэма, который видит в растущей индивидуализации угрозу для работы демократической политической системы [Putnam 2000]. В качестве важного аргумента против идеи Р. Патнэма используется теория модернизации, согласно которой индивидуализм, независимость и способность к самовыражению приводят к возникновению и сохранению демократии [Инглхарт, Вельцель 2011]. В современном обществе появляется спрос на рефлексивных индивидов, способных по-новому выстроить отношения с государством, не жертвуя при этом своей автономностью [Giddens 1998].

[2] С полным списком бойкотируемых компаний можно ознакомиться на сайте основательницы акции: URL: https://grabyourwallet.org/Boycott%20These%20Companies.html

Другие исследователи настроены менее оптимистично, рассматривая потребление как девальвацию политического участия и маркетизацию гражданственности [Bang 2007; Bauman 2007], так как консюмеристская идеология стала философией по умолчанию для современных западных обществ [Campbell 2004: 41]. В таких условиях отношения между государством и гражданами все больше напоминают рыночную сделку, в которой каждая сторона руководствуется своим принципом полезности [Somers 2008]. Модель поведения человека на рынке становится новой нормативностью, поэтому даже в области политических отношений человек ведёт себя как вычислительная машина, калькулируя выгоды и издержки [Лаваль 2010: 16].

Данная работа представляет собой попытку реконструкции взглядов на взаимосвязь между потребителем и политикой. Сначала постараемся понять, как потребитель превратился из основы социально-политического порядка в угрозу для этого же порядка. Затем обозначим основные моменты в дискуссии по поводу того, можно ли считать политический консюмеризм формой политического участия или нет. Далее рассмотрим концепт политики потребления, который учитывает историческую и культурную укоренённость потребления и позволит тем самым выйти за узкие рамки понятия «политический консюмеризм». На основе опыта европейских стран, США и Советского Союза мы обнаружим вариативность в социально-политическом контракте между потребителем и государством.

Как конструировалась (а)политичность потребления

Понятие «потребление», которое мы используем сегодня, унаследовано социальными науками из политической экономии. В экономической теории потребление возникает в западных странах во время Промышленной революции для обозначения того, чем люди занимаются за пределами производства — уничтожают, поглощают блага [Graeber 2011: 492]. Потребление рассматривается как ответная реакция на развитие производственного процесса: чтобы производить что-то новое, нужно потребить уже готовое. А. Маршалл характеризует потребление как «отрицательное производство» и пишет, что «поскольку человек способен производить лишь полезности, постольку и потреблять он может только их» [Маршалл 2007: 113].

Представления о потребителе и гражданине и об их отношениях между собой — аналитические конструкции либеральной мысли, понимание которых отражает и формирует связи между государством и экономикой [Clarke et al. 2007]. Постепенно экономическая рефлексия рыночной сферы становится языком политической рефлексии: понятия «производство», «богатство», «труд», «деньги», «население» и «личный интерес» станут основой государственного управления, попутно вытесняя этико-религиозные категории старой политической рефлексии [Лаваль 2007: 67].

Потребление в своём современном понимании изначально ориентировано на удовлетворение частных интересов. В экономической теории при этом подчёркивается стремление к максимизации полезности как главная мотивирующая сила потребления; в социальных науках потребление рассматривается как способ конструирования собственной или групповой идентичности. В этом плане потребитель в своей мотивации противопоставляется гражданину, который долг перед обществом ставит выше собственного интереса. Иными словами, аксиоматика личного интереса противопоставляется модели гражданского общества, так как предполагается, что гражданское общество основано на социальной солидарности и чувстве общности [Александер 1999].

При этом противостояние между экономическим и политическим измерениями возникло не сразу. Наряду с появлением политической экономии зарождается новое понимание общественного порядка, важная роль в построении которого отводится частному интересу. Теоретики общественного договора (Ш. Монтескьё, Т. Гоббс, Дж. Стюарт, А. Смит) развивали идею уравновешивания страстей как основы

для успешной социальной координации [Хиршман 2012]. Так, с точки зрения Гоббса, договор заключается, когда «плохие» страсти (жажда богатства, славы и владений) преодолеваются за счёт «страстей, склоняющих человека к миру», то есть «страха смерти, желания вещей, необходимых для хорошей жизни, и надежды приобрести их своим трудолюбием» (цит. по: [Хиршман 2012: 63]). Монтескьё развивает доктрину *doux-commerce*[3], согласно которой развитие торговли способствует установлению мирных отношений. Поскольку торговые отношения предполагают возникновение сети взаимных обязательств, то нарушать их становится невыгодно; распространение мирной и предсказуемой страсти способствует интеграции общества. В этой схеме потребитель со своим стремлением к приобретению занимает вполне конструктивную позицию (как элемент торговли, хотя и остаётся в её тени).

Всё меняется с развитием массового производства и переориентации политики с вопросов производства и прав рабочих на интересы потребителя. Если ранее следование своему интересу рассматривалось как посильный вклад потребителя в равновесие общественной системы, то аналогичная позиция потребителя в XX веке становится поводом для социальной критики, основное направление которой связано с тем, что идеология потребления постепенно завоевала публичную сферу и организовала её в соответствии с рыночными принципами.

Обращаясь к социальной мысли XX века в поисках ответа на вопрос: «Что политического в потреблении?», — мы обнаружим, что наиболее частым ответом будет: «Ничего». Расцвет потребления после Второй мировой войны был воспринят как основная причина политического упадка. Обвиняя потребителя в пассивности, Ж. Бодрийяр отмечает, что общество лишилось цели в отношении себя самого, рефлексия по поводу будущего была успешно замещена потребительским выбором [Бодрийяр 2006]. Критически к потреблению относились и представители Франкфуртской школы. Так, Г. Маркузе видит в свободе потребителя выбирать подмену истинной политической свободы, а потребление как единственный способ обеспечить «хорошую» жизнь считает незаметным и даже приятным рабством [Маркузе 2003]. С его точки зрения, потребность в вещах затмила потребность в самоопределении. Таким образом, новые потребительские возможности способствовали политическому умиротворению и, в конечном счёте, апатии.

В неолиберальной теории[4] свобода выбора — одна из базовых политических свобод, частным случаем которой является свобода потребительского выбора. Возникновение массового потребления обладало эмансипирующей силой: все равны перед ценой и прилавком. Единственное ограничение для потребителя — наличие достаточных средств; все остальные формы дискриминации упразднены. З. Бауман признаёт, что общество потребления предлагает человеческой свободе большее пространство, чем любое другое человеческое общество, прошлое или нынешнее [Бауман 2006]. В то же время, считает Бауман, современное общество задействует своих членов преимущественно как потребителей и в меньшей степени как производителей [Bauman 2007]. Это означает, что общество нацелено на спрос, а не на создание нового, то есть реактивно, а не активно. Потребители поэтому покинули сферу политического, обратившись к удобному и понятному субституту — потребительскому активизму. С точки зрения Баумана, потребительский активизм — имитация реальных политических процессов и «симптом растущего отчуждения от политики» [Bauman 2007: 52].

Потребление как форма политического участия

Внутри политической науки нет единого мнения, считать ли потребительское поведение формой политического участия (*participation*) или нет. Во многом это объясняется тем, что такие фундаменталь-

[3] Смягчающий эффект торговли (*франц.*).

[4] Неолиберализм считается радикальной и догматической формой классического экономического либерализма. Цель неолиберализма — политическое формирование рыночных экономических обществ [Лаваль 2007: 359].

ные понятия, как «политическое действие», «политическое участие», «гражданская вовлеченность» (*civic engagement*), систематически подвергаются пересмотру и переопределению (см., напр.: [Zukin et al. 2006, Amnå, Ekman 2012; Deth 2014]). Критики отмечают, что уравнивание политического действия с любой формой коллективного и индивидуального поведения, обращённого в публичную сферу, девальвирует само понятие «политическое», которое становится всеобъемлющей категорией [Berger 2009].

Классическое определение политического участия (*political voice*) предполагает действие, интенция или результат которого оказывает влияние на поведение государства (*government action*), напрямую (формирование социальной политики) или косвенно (выбор представителей власти, которые займутся формированием социальной политики) [Verba, Schlozman, Brady 1995: 38]. Следуя этому определению, репертуар действий, относящихся к политического участию, невелик: участие в выборах, членство в партиях, прямое обращение к представителям власти.

В 1992 — начале 2000-х гг. в Америке было зафиксировано резкое падение явки на выборах, особенно среди молодых людей (18–24 лет), и рост недоверия людей по отношению к институтам власти. Однако на фоне нежелания молодёжи участвовать в политической жизни общества через голосование на выборах отмечается заинтересованность в волонтёрской деятельности по сравнению с представителями старших возрастных когорт [Zukin et al. 2006: 8]. Низкие явки на выборы или нежелание присоединяться к политическим партиям объясняются не ростом политической апатии и недоверия, но переориентацией политических субъектов в сторону более гибких и эффективных форматов принятия решений, которые могут осуществляться и без вовлечения представителей власти [Bennet 1998]. Статус-кво репрезентативной демократии пошатнулся: активная гражданская позиция заключается не столько в готовности присутствовать на выборах, сколько в желании изменить мир вокруг себя собственными усилиями.

Спрос на новые форматы политического участия (креативное участие — *creative participation*) возникает как реакция на появление транснациональных компаний, дисперсию властных организаций и новых технологий коммуникации [McFarland 2010]. Защитники креативных форм политического участия настаивают на ограниченном потенциале выборов или участии в политических партиях при решении социальной несправедливости в других странах либо в независимых корпорациях. В таких ситуациях коллективное действие разобщённых индивидов (*scattered individuals*) куда более эффективное средство воздействия на общественные процессы.

Кроме того, исследования рассматривают политический консюмеризм не как компенсацию за неэффективность традиционных политических форм участия, но как естественное развитие гражданских норм и сопряжённых с ними форм политического действия [Dalton 2008; Strømsnes 2009]. Р. Далтон считает, что профиль политического действия формирует нормы гражданственности, принятые в обществе. С его точки зрения, только определившись со своей ролью в обществе и местом в политическом процессе, человек решает, как вести себя в политической сфере. Свой аргумент Далтон усиливает анализом современных гражданских норм, которые можно разделить на нормы (1) «гражданского долга» и (2) «вовлечённого гражданства» (*engaged citizen*). Для первого блока норм характерны требования социального порядка (донести о совершенном преступлении, подчиняться закону, служить в армии и др.); а для второго блока норм приоритетом считается активность в политике (участвовать в общественных движениях, помогать обездоленным). Эволюция в понимании гражданственности вызывает к жизни изменения в политическом участии.

Эмпирические исследования также свидетельствуют, что никакой оппозиции между «старыми» и «новыми» форматами политического участия нет, они комплементарны друг другу. Например, приобщение к политическому консюмеризму положительно связано с традиционным политическим участием [Neilson, Paxton 2010; Stolle, Micheletti 2013; Copeland 2014], то есть индивид, готовый бойкотировать

или «байкотировать», с большей вероятностью пойдёт на выборы или будет участвовать в конвенциональной политической деятельности.

Сторонники концепции креативного политического участия апеллируют к стремлению людей взять на себя ответственность за общественное благополучие как одному из критериев политичности. Речь идёт не о самоотверженном поведении, где общественная ценность полностью затмевает личную выгоду, но об укоренённости политической идентичности в жизненном мире индивида, чьё понимание выливается в (без)действие в отношении как общественного благополучия, так и собственного [Micheletti 2010]. Переменная «общественное благополучие» обладает положительными морально-этическими коннотациями, при которых политический консюмеризм — *добродетель*. К примеру, выступая против компании, которая использует детский труд на своём производстве, абстрактный потребитель демонстрирует высокие моральные убеждения, согласующиеся с доминирующими сегодня взглядами на недопустимость экономической эксплуатации детей. Сейчас сложно себе представить потребительскую кампанию, участники которой требуют, чтобы на производстве были заняты люди определённой расы, и отказывались от покупки в случае несоблюдения этого условия. Однако, как считал Токвиль, наличие связи между политическим и этическим вовсе необязательное условие или последствие (цит. по: [Berger 2009]). Более того, истории известны примеры, когда гражданские объединения инициировали политические действия, которые противоречили моральным императивам современного общества.

Если для социолога понятие «гражданская вовлечённость» ассоциируется с социальным и (или) моральным участием в жизни сообщества, то для политолога тот же термин концептуализируется как участие в политическом процессе. При этом, если следовать за традицией Х. Арендт, «способность человека к политической организации не просто отлична, но противоположна его естественной социальности, в центре которой стоят семья и домохозяйство» [Филиппов 2015: 58]. Развивая эту логику, можно утверждать, что в таком случае экономическая сфера находится за пределами политического, поэтому индивидуальное поведение (например, потребление) логично считать политическим в том случае, если результаты действия будут обращены в адрес политических институтов. В ином случае поведение следует считать дополитическим или вовсе неполитическим действием [Berger 2009: 337].

Иное определение политического мы найдём в теории К. Шмитта. С его точки зрения, политическое — это понятие, содержание которого сопряжено с историческим контекстом, локализовано в той или иной эпохе и связано с противостоянием и борьбой между группами (см. подробнее: [Филиппов 2016]). Политика в строгом смысле возникает поэтому не только по отношению к государству, как в случае с определением Х. Арендт. Потребительский активизм, предполагающий ситуацию борьбы с рыночными условиями, тоже можно рассматривать как форму политического действия.

Потребление часто использовалось в качестве рычага политического давления для групп, чьи *гражданские* права были ограничены [Cohen 2003; Glickman 2009], поэтому рынок служил площадкой для отстаивания своих политических интересов. Начало XX века было ознаменовано массовым появлением низовых движений, требовавших восстановления справедливости на рынке, в частности понижения или контроля цен со стороны государства. Примечательно, что в основе большинства движений стояли женские ассоциации [Jacobs 2001; Hilton 2002]. Будучи ответственными за домашнее потребление, женщины небезосновательно воспринимали себя в качестве экспертов на продовольственных рынках. Со временем сфера протеста начала расширяться, затрагивая не только высокие цены и спекуляции со стороны продавцов, но и базовые социально-политические требования. Жены и матери стремились получить права на участие в выборах, работу и многое другое. Кроме женщин, к помощи потребительского протеста обращались афроамериканцы, которые использовали потребительский бойкот как способ борьбы с нарушениями трудовых прав. Будучи дискриминированы на рынке труда из-за своей расовой принадлежности, они организовывали акции протеста под лозунгом «Не покупай там, где ты не можешь работать» [Cohen 2001].

Новые формы политики потребления не представляют собой когерентной мобилизующей силы, как, например, в случае с марксистской и (или) социалистической идеологией, объединяющей людей на основе трудовых интересов [Daunton, Hilton 2001]. Разнородность потребительской мотивации не позволяет выделить сплочённую социальную группу. Различия в обоснованиях, которые люди воспроизводят, описывая свой опыт политического потребления, отражают дифференцированное понимание себя как гражданина, своих прав и обязанностей [Atkinson 2015]. Например, одни потребители не приобретают товары фирмы, которая проводит тесты на животных, и настаивают на защите прав животных, другие отказываются покупать товары компании, нарушающей трудовые нормы при производстве товаров, а третьи не покупают товары в сетевых супермаркетах, предпочитая локальных производителей. Единственным объединяющим фактором для этих людей является их избирательность.

Итак, концептуальное происхождение теории политического консюмеризма сильно ограничивает нас в интерпретации данного феномена рамками современного западного общества. Если придерживаться этой этноцентрической логики, то политический консюмеризм — новый виток в развитии демократии, локализованный в ряде европейских стран. Экономико-социологическое осмысление потребителя нуждается в представлении исторической перспективы и социального контекста [Доббин 2016].

Укоренённость потребления: государство и потребитель

Ключевыми характеристиками потребления считаются уничтожение стоимости и использование полезности блага в своих личных интересах [Радаев 2005]. Сам концепт видится как очевидный, не требующий дополнительных уточнений, и одновременно обладающий высоким объяснительным потенциалом: практически любой выбор индивида становится потребительским, достаточно лишь купить. Однако широта охвата превратила потребление не столько в продуктивный термин, сколько в метафору [Wilk 2004]. Покидая зал театра, мы не уничтожаем стоимость постановки, хотя и используем ее полезные свойства. Тем не менее мы можем сказать, что выбор (или его отсутствие) той или иной постановки характеризует наше культурное потребление, отражающее наше социальное положение.

Социальные учёные сильно продвинулись за последние десятилетия в объяснении роли и места потребления в жизни современного общества, переживая так называемый культурный поворот [Zukin, Smith 2004; Warde 2015]. Однако в большинстве случаев исследования демонстрируют несовершенства в модели индивидуализированного эгоистичного потребителя, используемой в экономической теории. В редких случаях критической оценке подвергается сама идея потребления и потребителя как сконструированной формы знания [Trentmann 2006; Graeber 2011]. Так, рассуждая о времени возникновения пользы, получаемой от благ, в которых нет жизненной необходимости, Т. Седлачек отмечает, что желание потреблять стоит у истоков нашей цивилизации [Седлачек 2016]. Например, события в райском саду можно рассматривать как «потребительское решение с последствиями»: Адам и Ева в буквальном смысле *употребили* плод, за что и были изгнаны из мира изобилия в мир нищеты и недостатка [Седлачек 2016: 340].

Стремление к приобретению кажется естественной частью человеческой истории. Проблема такого допущения заключается в том, что представление о потреблении мы заимствуем из экономической теории, описывающей западноевропейский хозяйственный уклад. Мы признаём различия в мотивации потребителей из разных социальных групп, видим разнообразие культурных репертуаров потребительских практик [Димаджио 2004], но крайне редко задаём вопросы в отношении фигуры потребителя как такового, считая её предзаданной характеристикой, не требующей проблематизации.

Обращаясь к подходу К. Поланьи, можно сказать, что мы остановились на формальном значении экономического и используем понятие «потребление» как артефакт рыночной системы [Поланьи 2002].

В итоге мы оперируем универсальной фигурой потребителя, главная задача которого оптимально распределить ограниченные ресурсы в зависимости от своих предпочтений, вызванных статусными и (или) культурными соображениями. В действительности, как и в случае с формами интеграции хозяйства, потребление зависит от институциональных оснований, укоренено в историческом и культурном контекстах, которые обусловливают замысел и дизайн исполнения идеи потребителя [Trentmann 2006].

Потребитель отличается тем же разнообразием характеристик, что и хозяйственные системы, в рамках которых он функционирует. Например, формирование общества потребления в Японии и Корее после Второй мировой войны проходило в условиях развития институтов сбережения, а не кредитования, как в случае с западными странами [Bevir, Trentmann 2007: 177]. Так, например, правительство Японии всячески поддерживало сберегательные кампании среди населения ещё в довоенное время, считая это необходимым благом для каждого индивида. После же войны установка «сберегай больше, потребляй меньше» приравнивалась к гражданскому долгу каждого японца: такая модель потребления позволяла экономике страны быстрее восстанавливаться [Garon 1998: 154].

Кроме того, распространение и интериоризация правил потребления тесно связаны с деятельностью государства, которое неоднократно способствовало упразднению одних качеств потребителя и формированию других. Радикализируя данное утверждение, можно утверждать, что государство, а не рынок стояло за развитием и утверждением идеи потребления [Bevir, Trentmann 2007: 180].

Политика потребления: историко-культурная перспектива

М. Донтон и М. Хилтон предлагают условно выделить два аналитических разворота в политике потребления [Daunton, Hilton 2001]. Первое направление исследований — политика материальной культуры (*the politics of material culture*); оно носит общий характер и призвано показать, как совокупность институциональных условий формирует доминирующее в данный период времени и места представление о потребителе и его месте в социальной системе. Когда мы говорим о политике потребления, то подразумеваем утвердившееся понимание сущности потребителя, отражающее отношения между государством и потребителем в конкретном историко-географическом контексте, увязывающее все элементы потребления в единую систему. Второе направление — материальная культура политики (*the material culture of politics*); оно относится к частным проявлениям политического активизма через потребление, таким как политический смысл товаров, производителей, тип производства и др. Данное направление политики потребления носит разрозненный характер (разные политические решения могут быть мотивированы противоположными политическими убеждениями): нет ни единства мотивации, ни обоснования. Важно понимать, что оба направления связаны друг с другом: если первое — институциональные условия, которые поддерживаются разделяемыми большинством нормами и убеждениями, то второе — повседневные практики, соответствующие принятым сегодня способам потребительского выражения [Daunton, Hilton 2001: 12–13].

Историк Л. Коэн продемонстрировала на примере США, как сосуществуют политический и экономический режимы [Cohen 2003]. Двойственное отношение между потребителем и гражданином ей удалось выразить в таких социальных формулах, как гражданин-потребитель (*citizen-consumers*) и клиент-потребитель (*customer-consumers*). Во время Второй мировой войны актуализировалось противостояние между гражданином-потребителем и клиентом-потребителем. Первый своей целью ставил заботу об общественном благе через осознанное и бережливое потребление, соответствующее стеснённым военным условиям. Второй не был готов идти на лишения ради общественных целей: его основная задача, невзирая на морально-этические ограничения, сводилась к удовлетворению собственных потребностей. После войны конфликт между мотивациями гражданина-потребителя и клиента-потребителя разрешился в пользу второго, но с новым обоснованием. В послевоенное время *гражданский* долг

каждого американца заключался в оказании посильной потребительской помощи государству: приобретая товары, американский потребитель способствовал развитию своей страны через развитие ее рынка. Иными словами, произошло переопределение понятия «гражданственность», и клиент-потребитель превратился в нового гражданина-потребителя. Битва за регулирование цен со стороны государства, которую особенно лоббировали граждане-потребители, завершилась победой сторонников свободного рынка.

Новая республика потребителей способствовала росту неравенства в американском обществе. С одной стороны, рост массового производства содействовал увеличению доступности товаров и их разнообразия. С другой стороны, новый формат производства сопровождался правовыми изменениями, которые консервировали неравенство. Доступ к привилегиям свободного рынка (приобретение домов в ипотеку, доступ к заёмным средствам, налоговые льготы) предполагал негативный отбор в пользу белых мужчин из среднего класса, оставляя позади все другие группы населения. Возможность взять кредит превратилась в ключевой элемент экономического гражданства (*economic citizenship*) в США и стала политическим аргументом при отстаивании гражданских прав [Krippner 2017].

Совсем иная политика потребления складывается в Советском Союзе. В первые десятилетия существования советского государства, с 1917 г. до начала 1940-х гг., формировалась модель аскетичного потребления как идеологического ответа буржуазному потреблению [Vihavainen 2015]. Потребление было неотъемлемой частью идентичности нового советского гражданина, который не мог себе позволить своим выбором скомпрометировать новый социальный порядок. Так, например, товары–атрибуты буржуазной культуры или, наоборот, «примитивной» крестьянской культуры рассматривались как чужеродный элемент старого уклада [Randall 2008: 136]. Потребление, соответствующее критическим принципам марксистской идеологии, предполагает рационализацию вещей, главная задача которых не демонстрировать статус, но быть доступными и «понятными» каждому советскому человеку [Гурова 2005]. Советский потребитель — это главным образом гражданин, участвующей в модернизации экономической системы нового государства, так как потребление неразрывно связано с производством, драйвером социально-экономического развития. В этих условиях понятие «потребитель» синонимично с понятиям «гражданин» и «работник» [Bogdanova 2015:116].

В послевоенное время политика потребления трансформируется вместе с пониманием гражданственности. «Холодная война» и оттепель способствовали конвергенции потребительской культуры западных стран и СССР. Удовлетворённость потребителя и достижение высокого уровня жизни, выраженные в доступе к материальным благам, — новый критерий для оценки эффективности той или иной экономической системы и государства в целом [Hilton 2007].

В европейских капиталистических странах начинает активно формироваться идея о необходимости защитить потребителя от произвола рынка. Однако сам проект по защите потребителя был реализован с существенными различиями от страны к стране. Так, например, во Франции и в Германии в 1970–1980 гг. происходит резкое увеличение количества законов по защите прав потребителя: с 25 до 338 законов в Германии и с 37 до 94 законов во Франции [Trumbull 2001]. Во Франции потребительские движения были институционализированы в качестве министерства по делам потребителей, став официальной площадкой для политической борьбы. В Германии же потребительские движения всячески избегали политизации, стараясь формулировать свои требования в форме рекомендаций министерству сельского хозяйства или министерству экономики. В таких условиях сформировались два разных понимания того, что такое потребительский интерес и как его надо защищать. В Германии защита потребителя обеспечивалась благодаря поддержке добросовестной конкуренции через разработку стандартов и критериев качества продукции. Во Франции же потребителя хотели уберечь от произвола рынка, поэтому снабжали его политическими инструментами давления.

Идея о необходимости защищать потребителя в Великобритании формировалась благодаря инициативе государства и других институтов, а не через низовые движения потребителей [Burgess 2001]. Так, в условиях неолиберальной политики М. Тэтчер безопасность потребителя была возведена правительством Великобритании в ранг приоритетной задачи; активно оказывалась поддержка потребительским движениям. Правительству удалось сохранить за собой возможность регулировать дерегулированный рынок. Государство, объединённое с потребителем подозрением в отношении поведения продавцов, получило легитимное право влиять на участников рынка через заботу о физической и экономической безопасности потребителя. Новая культура подозрения поддерживалась разработкой новых требований к качеству товара, публичными разбирательствами сомнительных манипуляций со стороны бизнеса. В публичном дискурсе удалось сформировать представление о потенциально уязвимом потребителе, вынужденном постоянно остерегаться уловок продавца. При этом речь не идёт об эффективности протестного движения потребителей. Влияние на рынок оказывается, как правило, за счёт сочетания ряда факторов; происходит публичное обсуждение в СМИ, к которому привлекаются как участники потребительских движений, так и представители власти [Burgess 2001: 103].

Заключение

Абстрактный и агрегированный подход к потреблению в рамках рыночной экономики нуждается в уточнении и пересмотре. Исторические исследования показывают, что потребитель проделал долгий путь от своей предполагаемой аполитичности до обретения политической силы в период развития политического консюмеризма. Данная эволюция в понимании места потребителя в общественных отношениях не была линейной. Фигура потребителя варьируется в зависимости от институционального и культурного контекстов, сопрягаясь с развитием государства. Более того, в некоторых странах борьба за определение роли и идентичности потребителя разворачивается в форме политических противостояний, как в случае с США, или в более завуалированных форматах дискурсивного конструирования образа потребителя, как в случае Великобритании.

Исторические исследования демонстрируют, что политика потребления всегда представляла собой разрозненный набор отдельных кампаний, акций и союзов. Зачастую потребительские протесты не приносили какого-то однозначного результата, в них отсутствует коллективная память, характерная для социальных движений, но в то же время они выступают в качестве источника долгосрочной социальной солидарности [Glickman 2009]. Однако в этом проявляется не столько слабость потребителей как агрегированной категории, сколько содержательное разнообразие форм борьбы за общие интересы и способов выражения своего несогласия. На данном этапе политическое измерение потребительского выбора активно развивается историками и политологами; гораздо реже встречаются исследования социологов. Фокусируясь на роли статусных различий в потребительской культуре рутинных практик потребления, мы часто упускаем из виду макрокартину происхождения потребителя. Генеалогия потребителя отражена в институциональных условиях — нормах, убеждениях и формальных организациях. Взяв на вооружение идею о том, что потребителями не рождаются, а становятся, мы можем по-новому взглянуть на весь комплекс потребительских отношений.

Литература

Александер Д. 1999. Парадоксы гражданского общества. *Социология: теория, методы и маркетинг*. 1: 27–41.

Алмонд Г., Верба С. 2014. *Гражданская культура: политические установки и демократия в пяти странах*. М.: Мысль.

Бауман З. 2006. *Свобода*. М.: Новое издательство.

Бодрийяр Ж. 2006. *Общество потребления. Его мифы и структуры*. М.: Культурная революция; Республика.

Гурова О. Ю. 2005. Идеология потребления в советском обществе. *Социологический журнал*. 4: 117–131.

Димаджио П. 2004. Культура и хозяйство. *Экономическая социология*. 5 (3): 45–65. URL: https://ecsoc.hse.ru/2004-5-3.html

Доббин Ф. 2016. Сравнительный и исторический подходы в экономической социологии. *Экономическая социология*. 17 (3): 37–82. URL: https://ecsoc.hse.ru/2016-17-3.html

Инглхарт Р., Вельцель К. 2011. *Модернизация, культурные изменения и демократия*. М.: Новое издательство.

Лаваль К. 2010. *Человек экономический. Эссе о происхождении неолиберализма*. М.: НЛО.

Маркузе Г. 2003. *Одномерный человек. Исследование идеологии развитого индустриального общества.* М.: АСТ.

Маршалл А. 2007. *Основы экономической науки*. М.: ЭКСМО.

Поланьи К. 2002. Экономика как институционально оформленный процесс. *Экономическая социология*. 3 (2): 62–73. URL: http://ecsoc.hse.ru/issues/2002-3-2/index.html

Радаев В. В. 2005. Социология потребления: основные подходы. *Социологические исследования.* 1: 5–18.

Седлачек Т. 2016. *Экономика добра и зла. В поисках смысла экономики от Гильгамеша до Уолл-стрит*. М.: Ад Маргинем Пресс.

Филиппов А. Ф. 2015. Ханна Арендт и Карл Шмитт: два понятия политического. В кн.: Саликов А.Н., Дементьев И. О. (отв. ред.) *Современное значение идей Ханны Арендт. Материалы международной конференции*. Калининград: Издательство Балтийского федерального университета им. И. Канта; 52–65.

Филиппов А. Ф. 2016. К истории понятия политического: прошлое одного проекта. В кн.: Шмитт К. *Понятие политического*. СПб.: Санкт-Петербургская издательская фирма «Наука» РАН; 432–551.

Хиршман А. 2012. *Страсти и интересы. Политические аргументы в пользу капитализма до его триумфа*. М.: Издательство Института Гайдара.

Amnå E., Ekman J. 2012. Political Participation and Civic Engagement: Towards a New Typology. *Human Affairs*. 22 (3): 283–300.

Atkinson L. 2015. Locating the Politics in Political Consumption: A Conceptual Map of Four Types of Political Consumer Identities. *International Journal of Communication*. 9: 2047–2066.

Bang H. P. 2007. Critical Theory in a Swing: Political Consumerism between Politics and Policy. In: Bevir M., Trentmann F. (eds) *Governance, Consumers and Citizens. Agency and Resistance in Contemporary Politics*. New York: Palgrave Macmillan; 191–230.

Bauman Z. 2007. Collateral Casualties of Consumerism. *Journal of Consumer Culture.* 7 (1): 25–56.

Bennett L. 1998. The Uncivic Culture: Communication, Identity, and the Rise of Lifestyle Politics. *Political Science and Politics.* 31 (4): 741–761.

Berger B. 2009. Political Theory, Political Science and the End of Civic Engagement. *Perspectives on Politics*. 7 (2): 335–350.

Bevir M., Trentmann F. 2007. After Modernism: Local Reasoning, Consumption, and Governance. In: Bevir M., Trentmann F. (eds.) *Governance, Consumers and Citizens. Agency and Resistance in Contemporary Politics*. New York: Palgrave Macmillan; 165–190.

Bogdanova E. 2015. The Soviet Consumer — More than Just a Soviet Man. In: Vihavainen T., Bogdanova E. (eds) *Communism and Consumerism: The Soviet Alternative to the Affluent Society*. Leiden: Brill; 113–139.

Burgess A. 2001. Flattering Consumption: Creating a Europe of the Consumer. *Journal of Consumer Culture.* 1 (1): 93–117.

Campbell C. 2004. I Shop therefore I Know that I Am. In: Brembeck H., Ekstrom K. (eds). *Elusive Consumption*. Oxford: Berg Press; 27–45.

Clarke J. et al. 2007. *Creating Citizen-Consumers: Changing Publics and Changing Public Services*. London: Sage.

Cohen L. 2001. Citizens and Consumers in the United States in the Century of Mass Consumption. In: Daunton M., Hilton M. (eds) *The Politics of Consumption: Material Culture and Citizenship in Europe and America.* Oxford: Berg Press; 203–221.

Cohen L. 2003. *A Consumer's Republic: The Politics of Mass Consumption in Postwar America*. New York: Alfred A. Knopf.

Copeland L. 2014. Conceptualizing Political Consumerism: How Citizenship Norms Differentiate Boycotting from Buycotting. *Political Studies*. 62 (S1): 172–186.

Dalton R. J. 2008. Citizenship Norms and the Expansion of Political Participation. *Political Studies*. 56 (1): 76–98.

Daunton M., Hilton M. (eds) 2001. *The Politics of Consumption: Material Culture and Citizenship in Europe and America*. Oxford: Berg Press.

Deth J. W. van. 2014. A Conceptual Map of Political Participation. *Acta Politica*. 49 (3): 349–367.

Friedman M. 1991. Consumer Boycotts: A Conceptual Framework and Research Agenda. *Journal of Social Issues.* 47: 149–168.

Friedman M. 1996. A Positive Approach to Organized Consumer Action: The «Buycott» as an Alternative to the Boycott. *Journal of Consumer Policy*. 19 (4): 439–451.

Garon S. 1998. *Molding Japanese Minds: The State In Everyday Life*. New Jersey: Princeton University Press.

Giddens A. 1998. *The Third Way: The Renewal of Social Democracy*. Cambridge: Polity Press.

Glickman L. B. 2009. *Buying Power: A History of Consumer Activism in America*. Chicago: University of Chicago Press.

Graeber D. 2011. Consumption. *Current Anthropology*. 52 (4): 489–511.

Hilton M. 2002. The Female Consumer and the Politics of Consumption in Twentieth-Century Britain. *The Historical Journal*. 45 (1): 103–128.

Hilton M. 2007. Consumers and the State since the Second World War. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science.* 611 (1): 66–80.

Krippner G. 2017. Democracy of Credit: Ownership and the Politics of Credit Access in Late Twentieth-Century America. *American Journal of Sociology*. 123 (1): 1–47.

Jacobs M. 2001. The Politics of Plenty in the Twentieth-Century United States. In: Daunton M., Hilton M. (eds) *The Politics of Consumption: Material Culture and Citizenship in Europe and America.* Oxford: Berg Press; 223–239.

McFarland A. 2010. Why Creative Participation Today? In: Micheletti M., McFarland A. (eds) *Creative Participation: Responsibility-Taking in the Political World*. Bolder, CO: Paradigm Publishers; 15–33.

Micheletti M., Follesdal A., Stolle D. 2004. Introduction. In: Micheletti M., Follesdal A., Stolle D (eds) *Politics, Products, and Markets: Exploring Political Consumerism Past and Present*. New Brunswick, NJ: Transaction Press; ix-xxvi.

Micheletti M., Stolle D. 2007. Mobilizing Consumers to Take Responsibility for Global Social Justice. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*. 611 (1): 157–175.

Micheletti M., Stolle D. 2008. Fashioning Social Justice through Political Consumerism, Capitalism, and the Internet. *Cultural Studies*. 22 (5): 749–769.

Micheletti M. 2010. Introduction: Responsibility-Taking in Politics. In: Micheletti M., McFarland A. (eds) *Creative Participation: Responsibility-Taking in the Political World.* Bolder, CO: Paradigm Publishers; 1–15.

Neilson L. A., Paxton P. 2010. Social Capital and Political Consumerism: A Multilevel Analysis. *Social Problems*. 57 (1): 5–24.

Putnam R. D. 2000. Bowling Alone: America's Declining Social Capital. In: Crothers L., Lockhart C. (eds) *Culture and Politics*. New York: Palgrave Macmillan; 223–234.

Randall A. 2008. *The Soviet Dream World of Retail Trade and Consumption in the 1930s*. Hampshire, UK: Palgrave Macmillan

Schudson M. 2007. Citizens, Consumers, and the Good Society. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*. 611 (1): 236–249.

Shaw D., Newholm T., Dickinson R. 2006. Consumption as Voting: An Exploration of Consumer Empowerment. *European Journal of Marketing.* 40 (9/10): 1049–1067.

Somers M. 2008. *Genealogies of Citizenship. Markets, Statelessness, and the Right to Have Rights*. New York: Cambridge University Press.

Stolle D., Micheletti M. 2013. *Political Consumerism. Global Responsibility in Action*. Cambridge: Cambridge University Press.

Stolle D., Hooghe M. 2005. Inaccurate, Exceptional, One-Sided or Irrelevant? The Debate about the Alleged Decline of Social Capital and Civic Engagement in Western Societies. *British Journal of Political Science.* 35: 149–167.

Stolle D., Hooghe M., Micheletti M. 2005. Politics in the Supermarket: Political Consumerism as a Form of Political Participation. *International Political Science Review*. 26: 245–269.

Strømsnes K. 2009. Political Consumerism: A Substitute for or Supplement to Conventional Political Participation? *Journal of Civil Society*. 5: 303–314.

Trentmann F. 2006. The Modern Genealogy of the Consumer: Meanings, Identities and Political Synapses. In: Brewer J., Trentmann F. (eds) *Consuming Cultures, Global Perspectives: Historical Trajectories, Transnational Exchanges.* Oxford: Berg Press; 19–70.

Trumbull G. 2001. Strategies of Consumer-Group Mobilization: France and Germany in the 1970s. In: Daunton M., Hilton M. (eds) *The Politics of Consumption: Material Culture and Citizenship in Europe and America*. Oxford: Berg Press; 261–283.

Verba S., Schlozman K. L., Brady H. E. 1995. *Voice and Equality: Civic Voluntarism in American Politics*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Vihavainen T. 2015. Consumerism and the Soviet Project. In: Vihavainen T., Bogdanova E. (eds) *Communism and Consumerism: The Soviet Alternative to the Affluent Society*. Leiden: Brill; 28–57.

Warde A. 2015. The Sociology of Consumption: Its Recent Development. *Annual Review of Sociology.* 41: 117–134.

Wilk R. 2004. Morals and Metaphors: The Meaning of Consumption. In: Brembeck H., Ekstrom K. (eds) *Elusive Consumption*. Oxford: Berg Press; 11–26.

Zukin C. et al. 2006. *A New Engagement? Political Participation, Civic Life, and the Changing American Citizen*. Oxford, UK: Oxford University Press.

Zukin S., Smith M. J. 2004. Consumers and Consumption. *Annual Review of Sociology.* 30: 173–197.

PROFESSIONAL REVIEWS

Regina Romanova

What is Political about Consumption?

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

Email: rromanova@hse.ru

Abstract

The author explores the discussion about political consumerism in modern society and offers a broader approach to the politics of consumption from a historical perspective. After the cultural turn in consumption studies, the development of political consumerism as a new analytical framework has become a productive step forward for deeper understanding of consumption and the notion of the consumer. In particular, this paper reviews the main reasons for the emergence of an economic understanding of consumption and how this understanding has led to an opposition between politics and consumption. The theory of political consumerism softened the antagonistic relations between the passive and self-interested consumer and the active citizen who cares about social prosperity. According to this approach, consumption is a new creative form of political participation during the societal shift to more post-materialist values and increasing demand for individual autonomy. Consumers use markets as an alternative arena for political action, where their purchasing power becomes a tool for restoring social justice without government intervention. However, the author argues that the theory of political consumerism is too linear and too narrow a framework for analyzing the variety involved in the politics of consumption. The politics of consumption reflect the dynamics of the relationship between the state and its citizens. The notion of the consumer is shaped not only by the market economy, but also by the directive power and interests of the state. Based on historical evidence from different countries, this paper shows the proliferation of genealogies of consumerist policy and the understandings of the citizenship norms represented by consumers.

Keywords: political consumerism; politics of consumption; citizenship; consumer; political participation; consumer protection.

Acknowledgements

This article is an output of a research project implemented as part of the Basic Research Program at the National Research University Higher School of Economics (HSE) in 2018.

References

Alexander J. (1999) Paradoksy grazhdanskogo obshchestva [The Paradoxes of Civil Society]. *Sociologija: teorija, metodyi marketing*, vol. 1, pp. 27–41 (in Russian).

Almond G., Verba S. (2014) *Grazhdanskaja kul'tura: politicheskie ustanovki i demokratija v pjati stranah* [The Civic Culture: Political Attitudes and Democracy in Five Nations], Moscow: Misl' (in Russian).

Amnå E., Ekman J. (2012) Political Participation and Civic Engagement: Towards a New Typology. *Human Affairs*, vol. 22, no 3, pp. 283–300.

Atkinson L. (2015) Locating the Politics in Political Consumption: A Conceptual Map of Four Types of Political Consumer Identities. *International Journal of Communication*, vol. 9, pp. 2047–2066.

Bang H. P. (2007) Critical Theory in a Swing: Political Consumerism between Politics and Policy. *Governance, Consumers and Citizens. Agency and Resistance in Contemporary Politics* (eds. M. Bevir, F. Trentmann), New York: Palgrave Macmillan, pp. 191–230.

Baudrillard J. (2006) *Obshhestvo potreblenija. Ego mify i struktury* [The Consumer Society: Myths and Structures], Moscow: Kul'turnaja revoljucija; Respublika (in Russian).

Bauman Z. (2006) *Svoboda* [Freedom], Moscow: Novoe izdatel'stvo (in Russian).

Bauman Z. (2007) Collateral Casualties of Consumerism. *Journal of Consumer Culture*, vol. 7, no 1, pp. 25–56.

Bennett L. (1998) The Uncivic Culture: Communication, Identity, and the Rise of Lifestyle Politics, *Political Science and Politics*, vol. 31, no 4, pp. 741–761.

Berger B. (2009) Political Theory, Political Science and the End of Civic Engagement. *Perspectives on Politics*, vol. 7, no 2, pp. 335–350.

Bevir M., Trentmann F. (2007) After Modernism: Local Reasoning, Consumption, and Governance. *Governance, Consumers and Citizens. Agency and Resistance in Contemporary Politics* (eds. M. Bevir, F. Trentmann), New York: Palgrave Macmillan, pp. 165–190.

Bogdanova E. (2015) The Soviet Consumer — More than Just a Soviet Man. *Communism and Consumerism: The Soviet Alternative to the Affluent Society* (eds. T. Vihavainen, E. Bogdanova), Leiden: Brill, pp. 113–139.

Burgess A. (2001) Flattering Consumption: Creating a Europe of the Consumer. *Journal of Consumer Culture*, vol. 1, no 1, pp. 93–117.

Campbell C. (2004) I Shop therefore I Know that I Am. *Elusive Consumption* (eds. H. Brembeck, K. Ekstrom), Oxford: Berg Press, pp. 27–45.

Clarke J., Newman J., Smith N., Vidler E., Westmarland L (2007) *Creating Citizen-Consumers: Changing Publics and Changing Public Services*, London: Sage.

Cohen L. (2001) Citizens and Consumers in the United States in the Century of Mass Consumption. *The Politics of Consumption: Material Culture and Citizenship in Europe and America* (eds. M. Daunton, M. Hilton), Oxford: Berg Press, pp. 203–221.

Cohen L. (2003) *A Consumer's Republic: The Politics of Mass Consumption in Postwar America*, New York: Alfred A. Knopf.

Copeland L. (2014) Conceptualizing Political Consumerism: How Citizenship Norms Differentiate Boycotting from Buycotting. *Political Studies*, vol. 62, no S1, pp. 172–186.

Dalton R. J. (2008) Citizenship Norms and the Expansion of Political Participation. *Political Studies*, vol. 56, no 1, pp. 76–98.

Daunton M., Hilton M. (eds) (2001) *The Politics of Consumption: Material Culture and Citizenship in Europe and America*, Oxford: Berg Press.

DiMaggio P. (2004) Kul'tura i khozyaystvo [Culture and Economy]. *Journal of Economic Sociology = Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 5, no 3, pp. 45–65. Available at: https://ecsoc.hse.ru/2004-5-3.html (accessed 10 January 2018) (in Russian).

Dobbin F. (2016) Sravnitel'nyy iistoricheskiy podkhody v ekonomicheskoy sotsiologii [Comparative and Historical Approaches to Economic Sociology]. *Journal of Economic Sociology = Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 17, no 3, pp. 37–82. Available at: https://ecsoc.hse.ru/2016-17-3.html (accessed 10 January 2018) (in Russian).

Filippov A. (2015) Hanna Arendt i Karl Shmitt: dva ponyatiya politicheskogo [Hannah Arendt and Carl Schmitt: Two Concepts of the Political]. *Sovremennoe znachenie idey Hanny Arendt. Materialy mezhdunarodnoy konferentsi.* [Modern Understanding of Hannah Arendt's Work. Proceedings of the International Conference] (eds. A. N. Salikov, I. O. Dement'ev), Kaliningrad: Izdatel'stvo Baltiyskogo federal'nogo universiteta im. I. Kanta, pp. 52–65 (in Russian).

Filippov A. (2016) K istorii ponyatiya politicheskogo: proshloe odnogo proekta [To the History of the Concept of the Political: the History of One Project]. *Schmitt C. Ponyatie politicheskogo* [The Concept of the Political], Saint Petersburg: Sankt-Peterburgskaya izdatel'skaya firma "Nauka" RAN, pp. 432–551 (in Russian).

Friedman M. (1991) Consumer Boycotts: A Conceptual Framework and Research Agenda. *Journal of Social Issues*, vol. 47, pp. 149–168.

Friedman M. (1996) A Positive Approach to Organized Consumer Action: The "Buycott" as an Alternative to the Boycott. *Journal of Consumer Policy*, vol. 19, no 4, pp. 439–451.

Garon S. (1998) *Molding Japanese Minds: The State In Everyday Life*, New Jersey: Princeton University Press.

Giddens A. (1998) *The Third Way: The Renewal of Social Democracy*, Cambridge: Polity Press.

Glickman L. B. (2009) *Buying Power: A History of Consumer Activism in America*, Chicago: University of Chicago Press.

Graeber D. (2011) Consumption. *Current Anthropology*, vol. 52, no 4, pp. 489–511.

Gurova O. (2005) Ideologiya potrebleniya v sovetskom obshchestve [Ideology of Consumption in Soviet Society]. *Sotsiologicheskiy zhurnal = Sociological Journal*, vol. 4, pp. 117–131 (in Russian).

Hilton M. (2002) The Aemale Consumer and the 3olitics of Consumption in Twentieth-Century Britain. *The Historical Journal*, vol. 45, no 1, pp. 103–128.

Hilton M. (2007) Consumers and the State since the Second World War. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, vol. 611, no 1, pp. 66–80.

Hirschman A. (2012) *Strasti i interesy. Politicheskie argumenty v pol'zu kapitalizma do ego triumfa* [The Passions and the Interests: Political Arguments for Capitalism before its Triumph], Moscow: Gaidar Institute Publisning House (in Russian).

Inglehart R., Welzel C. (2011) *Modernizatsiya, kul'turnye izmeneniya i, demokratiya* [Modernization, Cultural Change, and Democracy], Moscow: Novoe izdatel'stvo (in Russian).

Jacobs M. (2001) The Politics of Plenty in the Twentieth-Century United States. *The Politics of Consumption: Material Culture and Citizenship in Europe and America* (eds. M. Daunton, M. Hilton), Oxford: Berg Press, pp. 223–239.

Krippner G. (2017) Democracy of Credit: Ownership and the Politics of Credit Access in Late Twentieth-Century America. *American Journal of Sociology*, vol. 123, no 1, pp. 1–47.

Laval C. (2010) *Chelovek ekonomicheskiy. Esse o proishozhdenii neoliberalizma* [Homo Economicus. Genealogy of Neoliberalism], Moscow: New Literary Observer Publisning House (in Russian).

Marcuse H. (2003). *Odnomernyy chelovek. Issledovanie ideologii razvitogo industrial'nogo obshchestva* [One-Dimensional Man: The Ideology of Advanced Industrial Society], Moscow: AST (in Russian).

Marshall A. (2007) *Osnovy ekonomicheskoy nauki* [Principles of Economics], Moscow: EKSMO (in Russian).

McFarland A. (2010) Why Creative Participation Today? *Creative Participation: Responsibility-Taking in the Political World* (eds. M. Micheletti, A. McFarland), Bolder, CO: Paradigm Publishers, pp. 15–33.

Micheletti M. (2010) Introduction: Responsibility-Taking in Politics. *Creative Participation: Responsibility-Taking in the Political World* (eds. M. Micheletti, A. McFarland), Bolder, CO: Paradigm Publishers, pp. 1–15.

Micheletti M., Follesdal A., Stolle D. (2004) Introduction. *Politics, Products, and Markets: Exploring Political Consumerism Past and Present* (eds. *M.* Micheletti, A. Follesdal, D. Stolle), New Brunswick, NJ: Transaction Press, pp. ix-xxvi.

Micheletti M., Stolle D. (2007) Mobilizing Consumers to Take Responsibility for Global Social Justice. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, vol. 611, no 1, pp. 157–175.

Micheletti M., Stolle D. (2008) Fashioning Social Justice through Political Consumerism, Capitalism, and the Internet. *Cultural Studies*, vol. 22, no 5, pp. 749–769.

Neilson L. A., Paxton P. (2010) Social Capital and Political Consumerism: A Multilevel Analysis. *Social Problems*, vol. 57, no 1, pp. 5–24.

Polanyi K. (2002) Ekonomika kak institutsional'no oformlennyy protsess [The Economy as Instituted Process]. *Journal of Economic Sociology = Ekonomicheskaya sotsiologiya,* vol. 3, no 2, pp. 62–73. Available at: http://ecsoc.hse.ru/issues/2002-3-2/index.html (accessed 10 January 2018) (in Russian).

Putnam R. D. (2000) Bowling Alone: America's Declining Social Capital. *Culture and Politics* (eds. L. Crothers, C. Lockhart), New York: Palgrave Macmillan, pp. 223–234.

Radaev V. (2005) Sotsiologiya potrebleniya: osnovnye podkhody [Sociology of Consumption: Main Approaches], *Sociologicheskie Issledovanija = Sociological Studies,* vol. 1, pp. 5–18 (in Russian).

Randall A. (2008) *The Soviet Dream World of Retail Trade and Consumption in the 1930s*, Hampshire, UK: Palgrave Macmillan.

Schudson M. (2007) Citizens, Consumers, and the Good Society. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, vol. 611, no 1, pp. 236–249.

Sedlacek T. (2016) *Ekonomika dobra i zla. V poiskakh smysla ekonomiki ot Gil'gamesha do Uoll-strit* [Economics of Good and Evil: The Quest for Economic Meaning from Gilgamesh to Wall Street], Moscow: Ad Marginem Press (in Russian).

Shaw D., Newholm T., Dickinson R. (2006) Consumption as Voting: An Exploration of Consumer Empowerment. *European Journal of Marketing*, vol. 40, no 9/10, pp. 1049–1067.

Somers M. (2008) *Genealogies of Citizenship. Markets, Statelessness, and the Right to Have Rights*, New York: Cambridge University Press.

Stolle D., Hooghe M. (2005) Inaccurate, Exceptional, One-Sided or Irrelevant? The Debate about the Alleged Decline of Social Capital and Civic Engagement in Western Societies. *British Journal of Political Science*, vol. 35, pp. 149–167.

Stolle D., Hooghe M., Micheletti M. (2005) Politics in the Supermarket: Political Consumerism as a Form of Political Participation. *International Political Science Review*, vol. 26, pp. 245–269.

Stolle D., Micheletti M. (2013) *Political Consumerism. Global Responsibility in Action*, Cambridge: Cambridge University Press.

Strømsnes K. (2009) Political Consumerism: A Substitute for or Supplement to Conventional Political Participation? *Journal of Civil Society*, vol. 5, pp. 303–314.

Trentmann F. (2006) The Modern Genealogy of the Consumer: Meanings, Identities and Political Synapses. *Consuming Cultures, Global Perspectives: Historical Trajectories, Transnational Exchanges* (eds. J. Brewer, F. Trentmann), Oxford: Berg Press, pp. 19–70.

Trumbull G. 2001. Strategies of Consumer-Group Mobilization: France and Germany in the 1970s. *The Politics of Consumption: Material Culture and Citizenship in Europe and America* (eds. M. Daunton, M. Hilton), Oxford: Berg Press, pp. 261–283.

Van Deth J. W. (2014) A Conceptual Map of Political Participation. *Acta Politica*, vol. 49, no 3, pp. 349–367.

Verba S., Schlozman K. L., Brady H. E. (1995) *Voice and Equality: Civic Voluntarism in American Politics*, Cambridge, MA: Harvard University Press.

Vihavainen T. (2015) Consumerism and the Soviet Project. *Communism and Consumerism: The Soviet Alternative to the Affluent Society* (eds. T. Vihavainen, E. Bogdanova), Leiden: Brill, pp. 28–57.

Warde A. (2015) The Sociology of Consumption: Its Recent Development. *Annual Review of Sociology*, vol. 41, pp. 117–134.

Wilk R. (2004) Morals and Metaphors: the Meaning of Consumption. *Elusive Consumption* (eds. H. Brembeck, K. Ekstrom), Oxford: Berg Press, pp. 11–26.

Zukin C., Keeter S., Andolina M., Jenkins K., Carpini M. X. D. (2006) *A New Engagement? Political Participation, Civic Life, and the Changing American Citizen*, Oxford, UK: Oxford University Press.

Zukin S., Smith M. J. (2004) Consumers and Consumption. *Annual Review of Sociology*, vol. 30, pp. 173–197.

Received: September 5, 2017
Citation: Romanova R. (2018) Chto politicheskogo v potreblenii? [What is Political about Consumption?]. *Ekonomicheskaya sotsiologiya = Journal of Economic Sociology*, vol. 19, no 1, pp. 168–187. doi: 10.17323/1726-3247-2018-1-170-189 (in Russian).

НОВЫЕ КНИГИ

Д. М. Жихаревич

Двадцать пять лет после СССР: перспективы сравнительных исследований капитализма[1]

Рецензия на номер журнала: Comparative Sociology. *2017.* 16 (1): *25 Years after the USSR: The Burden of the Past, the Bitterness of Reality, and Dreaming for the Future*. Leiden, Netherlands: Brill Publishing. 181 p.

ЖИХАРЕВИЧ Дмитрий Михайлович — аспирант факультета социологии, инженер-исследователь, Лаборатория «ТАНДЕМ», Санкт-Петербургский университет. Адрес: Россия, 191124, г. г. Санкт-Петербург, ул. Смольного, 1/3.

Email: dzhikhar@gmail.com

Статья представляет собой рецензию на тематический номер журнала «Comparative Sociology» (2017. Т. 16. № 1), посвящённый 25-летию распада СССР. В номер вошли шесть статей, посвящённых данной проблематике и представляющих интерес для учёных, работающих в области экономической социологии. В рецензии показано, почему тематика постсоветских трансформаций может быть релевантной для экономсоциологов, выделены достоинства и ограничения представленных в номере статей, а также фиксируется связь между доминирующей исследовательской программой экономической социологии — социологией рынков — и дисциплинарной перестройкой в социальных науках, последовавшей за распадом СССР. Смысл этой связи заключается в том, что после исторической победы рыночного капитализма, рыночный обмен стал рассматриваться как парадигма социального действия, а экономическая социология сосредоточилась на анализе социальных структур, поддерживающих рынки, превратившись, таким образом, из конкурента неоклассической экономической теории в её дополнение. Автор рецензии приводит аргументы в пользу такого вывода. В заключение анализируются пределы стратегии сравнительного анализа траекторий постсоветских трансформаций, которой придерживаются авторы представленных в рецензируемом издании статей. Данная стратегия получила название «качественная» и восходит к методологическим работам М. Вебера. В её рамках внимание исследователя сосредоточивается на уникальных случаях и различных комбинациях причин, приводящих к их возникновению. Сравнительный анализ ориентирован на выявление различий, а не сходств. Несмотря на гибкость подобного подхода, он не лишён недостатков, кратким изложением которых завершается настоящая рецензия.

Ключевые слова: постсоветские трансформации; сравнительная социология; сравнительный капитализм; экономическая социология; социология рынков; распад СССР.

Написать критический отклик на работу коллег — работу, которую приходилось наблюдать на протяжении длительного времени и именно в тех её аспектах, что неизменно оказываются вынесенными за скобки, удостаиваясь незначительного упоминания в рубрике «выражение признательности», —

[1] Текст подготовлен при поддержке РГНФ, проект № 17-33-00040.

непростая задача, если подходить к ней с несколько большей долей серьёзности, чем того требует академический ритуал. К подобной работе не получается отнестись с приличествующей рецензии нейтральностью, не соскользнуть в благожелательное похлопывание по плечу в формате *amicus*[2]. Трудно не впасть и в другую крайность — избыточную критичность и даже придирчивость. Однако, похоже, третьего не дано, именно потому, что «пространство возможностей» рецензента заранее искривлено эмоциональными и дружескими связями, продолжительным опытом совместной работы и общения с авторами рецензируемых текстов. Пристрастный подход, впрочем, не лишён известной плодотворности. Остаётся надеяться, что плоды критики смогут послужить для неё оправданием, пусть и запоздалым.

Предметом рассмотрения является 16-й тематический номер журнала «Comparative Sociology» (CoSo), увидевший свет в 2017 г. и посвящённый 25-летию распада СССР. Тематика, на первый взгляд не принадлежащая кругу непосредственных интересов экономических социологов, тем не менее заслуживает их внимания, хотя бы потому что имеет прямое отношение к самой конституции экономической социологии в том виде, в каком она существует сегодня: доминирование социологии рынков связано с господством рынка в качестве формы организации хозяйственной жизни. Ещё на предыдущем «историческом рубеже», спустя десятилетие после событий 1989–1991 гг., целый ряд исследователей обратили внимание на их значение для проекта социологического анализа хозяйства и общества (см., напр.: [Arrighi 2001; Eyal, Szelenyi, Townsley 2003; Krippner et al. 2004]). Не вдаваясь в детали довольно разнообразной аргументации, отметим её основной смысл. Исчезновение с теоретического горизонта перспективы сравнительного анализа двух принципиально разных экономических систем — капиталистической и социалистической, «рынка» и «плана» — поставило перед социальными учёными новую задачу: изучение различных вариантов реализации системы победившей, то есть рыночного капитализма, причём изучение «позитивное», не имеющее в виду осуществимую возможность альтернативной социально-экономической организации, проекты которой подверглись дискредитации и были вытеснены с горизонта исторического развития[3]. Это обстоятельство имело ряд теоретических последствий, начиная с не вполне сознательных концептуальных перетасовок, в разной степени скрывающих политические аспекты конституирования хозяйственной жизни[4], и заканчивая смещением тематического фокуса экономсоциологических исследований, всё в большей степени концентрирующихся на социологии рынков. Конечно, речь идёт лишь об общей тенденции, исключения из которой хорошо известны (см., напр.: [Nee 1996; Nee, Swedberg 2005]). Вместе с тем в исследовательском сообществе формируется понимание того, что новая экономическая социология последних 20 лет главным образом концентрировалась на изучении социальных структур, различным образом «поддерживающих» рынки, сам механизм работы которых, таким образом, оставался за пределами фокуса внимания дисциплины [Stark 2000; Whitford 2002; Krippner et al. 2004]. Аналогичным образом нетронутым оставалось концептуальное ядро неоклассической экономики, за которой тем самым молчаливо закреплялись полномочия на высказывание последней истины человеческого действия. Безусловно, такая аргументация весьма схематична, однако в ней есть интуитивная убедительность: если социальный мир, в конечном счёте, представляет собой рынок, то не остаётся ничего, кроме как изучать различные конфигурации этого рынка и структуры, обеспечивающие его функционирование. Проекты обоснования экономической социологии как более масштабного исследовательского предприятия, претендующего на нечто

[2] Дружественный, благожелательный (*лат.*).

[3] Пионерами сравнительного подхода к анализу разновидностей капитализма стали исследователи, работающие в рамках подхода *varieties of capitalism* (разнообразие капитализма) [Hall, Soskice 2001]. Параллельно к этой проблематике подошёл Н. Флигстин (см. рус. пер. его книги: [Флигстин 2014]).

[4] Скажем, замещения термина «капитализм» более нейтральными словосочетаниями вроде «рыночное общество», «рыночная экономика» или даже просто «экономика» [Heilbroner 1998].

большее, чем анализ аномалий неоклассической модели[5], также могут быть поняты исходя из этого контекста. Таким образом, распад СССР, пусть и не рефлексируемый напрямую, всё же играет роль своего рода «фона» современных экономсоциологических исследований.

Практикующий исследователь, впрочем, не слишком нуждается в подобного рода историко-теоретических экскурсах, чтобы заинтересоваться рецензируемой работой, поскольку в ней представлены шесть авторских исследовательских статей, основанных на добросовестном эмпирическом анализе постсоветской социальной действительности. Тематический номер журнала «Comparative Sociology» открывается обстоятельным редакторским введением, озаглавленным «25 лет после СССР: сравнительные социологические подходы» («25 Years After USSR: Comparative Sociological Accounts»), объясняющим читателю, почему обращение к сравнительной социологии постсоветского пространства имеет значение четверть века спустя после распада пространства советского. Это обоснование не лишено парадоксальности: в конечном счёте, по мнению редактора номера А. В. Резаева, систематического анализа траекторий постсоветских и — шире — посткоммунистических обществ в социологии последних десятилетий так и не появилось. О правомерности такого вывода предоставим судить читателю, отметив, что подобного рода анализ не может быть осуществлён в пределах одного выпуска журнала, поэтому рассматривать 16-й номер «Comparative Sociology» следует, скорее, как попытку — вполне своевременную — привлечь внимание исследователей к данной проблематике. Во введении редактор демонстрирует свою принадлежность к «академическому племени» сравнительных социологов, выражая признательность Ж.-П. Делозу, Д. Виклиему и М. Сасаки, с которыми он обсуждал идею тематического номера на конгрессе Международной социологической ассоциации в Йокогаме ещё в 2014 г. [Rezaev 2017: 1–2]. Таким образом, перед читателями — продукт работы, занявшей почти три года, участие в которой на этапе обсуждения приняли ведущие представители мировой и европейской сравнительной социологии.

Начинается номер статьёй, написанной будапештским экономистом П. Михали в соавторстве с одной из академических «звёзд» современной социологии — И. Зелени, сделавшим себе имя благодаря новаторским исследованиям социальной структуры социалистических обществ и её трансформаций в процессе перехода к рынку. Статья посвящена роли рент в переходе от социалистических экономик перераспределения к рыночному капитализму. Авторы делают попытку переосмыслить теорию ренты, предложенную Д. Рикардо, опираясь на веберовское понятие «закрытое социальное отношение», сформулированное в первом томе «Хозяйства и общества» [Вебер 2016]. Согласно Зелени и Михали, теория земельной ренты, представленная в третьем томе «Капитала», была попыткой подвести научное обоснование под гипотезу о неизбежном крахе капиталистического способа производства, которую Марксу никак не удавалось доказать. Однако рассмотрение ренты как «превращённой формы» прибавочной стоимости, генерируемой трудом, предпринятое Марксом, вернуло его к Адаму Смиту, то есть к триединой концепции социальной структуры, где классы (рабочие, капиталисты, рантье) выделяются на основе соответствующих видов дохода (заработная плата, прибыль, земельная рента). Именно этим, по мнению авторов статьи, объясняется незавершённый характер знаменитой 52-й главы «Классы» в третьем томе «Капитала» [Mihalyi, Szelényi 2017: 17]. Зелени и Михали предлагают в связи с этим вернуться от Маркса к Рикардо, который противопоставлял ренту (и генерируемую ею структуру неравенства) прибыли и заработной плате, то есть нетрудовые доходы земельной аристократии — трудовой и предпринимательской деятельности, которые вносят вклад в общественное богатство[6]. В противоположность современным политологическим теориям «рентоориентированного

[5] См. наиболее значительные и опирающиеся на различные теоретические ресурсы попытки такого рода в работах: [Mitchell 1998; Whitford 2002; Çalışkan, Callon 2010; Флигстин 2014: 39–41].

[6] Зелени и Михали признают антиисторичный характер теории Рикардо, однако настаивают, что ее исторический «подтекст» — критика земельной аристократии: «Рикардовская “рента редкости” является “незаработанным” доходом, который не вносит вклада в общественное богатство, а лишь перераспределяет доходы от зарплат и прибылей в форме

поведения», авторы предлагают подход к данной проблеме, не обременённый нормативной нагрузкой, признавая существование рентных доходов во всех (а не только в экстремально коррумпированных) экономиках[7]. Опираясь на Вебера, они также расширяют понятие «рента», включая в него все виды доходов, извлекаемых из закрытых социальных отношений (в том числе традиционно рассматриваемые экономистами монополии, олигополии и картели), чтобы с его помощью описать различные механизмы создания такого рода отношений в процессе перехода от социалистического перераспределения к рыночной экономике. Авторы рассматривают три вида таких механизмов.

Во-первых, захват рынка политическими элитами (под захватом имеется в виду технический термин *market capture*), принимавший в опыте посткоммунистических стран три формы. Прежде всего, это форма «политического капитализма», то есть конвертация партийными кадрами административных управленческих полномочий в полноценную частную собственность на государственные активы, так сказать, стихийная приватизация. Кроме того, использование административного ресурса и коррупционных механизмов в ходе приватизации, санкционированной официально (путём залоговых аукционов и аналогичных механизмов). Наконец, уже после того, как приватизация осуществилась, политическая и административная элита может прибегнуть к манипуляции рынками путём использования коррупционных возможностей в области государственного финансирования крупных инфраструктурных и других проектов [Mihalyi, Szelényi 2017: 23–26]. Все три сценария широко и ярко представлены в новейшей истории России.

Во-вторых, ренты могут играть роль в процессе захвата государства олигархами (*state capture by oligarchs*), хорошим примером чего является небезызвестная «семибанкирщина».

В-третьих, ренты извлекаются правителями-автократами путём подавления, избирательной криминализации и (или) подчинения и кооптации новой олигархической буржуазии (*capture of oligarchs by the state*). Эти два последних варианта иллюстрируются различием траекторий таких персонажей постсоветской политики, как Ходорковский и Абрамович [Mihalyi, Szelényi 2017: 31–32].

К недостаткам статьи следует отнести тот факт, что теоретически интересная концепция не получает достойного применения, так как вторая половина статьи посвящена различным иллюстрациям работы описанных механизмов создания условий для извлечения ренты. «Кейсы», приводимые Зелени и Михали, с одной стороны, хорошо известны из постсоветской истории, а с другой — не представляют большой научной ценности без основательно проработанной теоретической рамки для их интерпретации. Увы, именитые венгерские социологи в данном отношении не продвинулись дальше известной книги убитого в Москве в 2004 г. журналиста Пола Хлебникова, на которую они активно ссылаются [Klebnikov 2000]. При этом нормативный пафос, то и дело дающий о себе знать, несмотря на заявления авторов статьи о приверженности реалистическому подходу к проблеме коррупции, не может не вызвать определенной симпатии жителей постсоветских стран и, в частности, современной России. Классические буржуазные идеалы свободного труда и свободной же конкуренции звучат вполне прогрессивно в ситуации, где неравенства, основанные на механизмах создания закрытых социальных отношений и извлечения ренты, легитимируются апелляциями к меритократическому идеалу. Впрочем, вслед за Парето авторы заключают, что для стабильной экономики необходим баланс между кон-

ренты» [Mihalyi, Szelényi 2017: 15]. Если же вспоминать Маркса, чья теория ренты как раз является теорией исторической по преимуществу — в той мере, в какой капитал (то есть «совокупность современных производственных отношений») рассматривается Марксом как «по своей природе, так и исторически <…> создатель современной земельной собственности, земельной ренты» [Маркс, Энгельс 1968: 226], становится ясным исторический горизонт выдвигаемой Зелени и Михали критики современных рантье: венгерские социологи атакуют их как своего рода «новых феодалов».

7 Это сближает подход венгерских социологов с другими современными исследованиями коррупции, см.: [Папакостас 2016].

курентными рынками и различными формами монополии, подобно тому, как новейшие технологии защищаются патентным правом [Mihalyi, Szelényi 2017: 35–36].

За текстом Зелени и Михали следует несколько статей, основанных на применении качественного сравнительного анализа (*qualitative comparative analysis*, QCA) — метода, разработанного Ч. Рагиным и широко признанного как инструмент решения проблемы малой генеральной совокупности, но сравнительно слабо представленного в работах российских экономсоциологов. В статье З. Норкуса исследуются траектории экономического развития бывших советских республик после распада СССР. Автор отталкивается от заявленной Н. Хрущёвым цели «догнать и перегнать» Запад и сравнивает разрыв в уровне ВВП и скорость его роста в постсоветских странах с соответствующими параметрами США. Если отвлечься от вопроса, в какой мере декларации, подобные хрущёвской, отвечали выявленным предпочтениям (*revealed preferences*) советской элиты[8], становится понятно, что анализ Норкуса приводит к выводу о том, что характеристика советской экономики как «стагнирующей» была, в значительной степени мотивирована политически: такое восприятие свойственно в первую очередь ангажированному наблюдателю, всерьёз воспринявшему провозглашённый партией лозунг. В последние 20 лет своего существования «советская экономика стагнировала в том смысле, что не была способна исполнить своё обещание догнать США, но это не означает, что она росла медленнее. Позднесоветские элиты воспринимали СССР как стагнирующий, потому что принимали марксистско-ленинскую догму о том, что социализм является экономической системой, превосходящей капитализм» [Norkus 2017: 61]. Статья завершается призывом к дальнейшему исследованию постсоветских траекторий экономического развития, нацеленному на анализ отклоняющихся случаев Армении и Литвы, маршруты которых не укладываются в существующие объяснительные модели.

Словенские исследователи-политологи М. Макарович и Я. М. Килди также используют качественный сравнительный анализ, изучая влияние политической культуры на стабильность постсоветских режимов. Вопросы, которые они ставят, заключаются, во-первых, в том, каким образом политические, социокультурные и экономические факторы создают условия для политической стабильности и демократии, и, во-вторых, какова роль политической стабильности в качестве промежуточной переменной между социально-экономическими условиями и демократическим характером политического режима [Makarovič, Kildi 2017: 71–72]. Вопреки транзитологической догме, на постсоветском пространстве возникло множество формально демократических, но в действительности очень разных политических режимов — от «консолидированных демократий» (к ним авторы относят прибалтийские государства, опираясь в этом вопросе, как и в отношении других стран, на рейтинг неправительственной организации Freedom House), «гибридных режимов» (Грузия, Молдова и Украина) до «полуконсолидированных» (Армения, Кыргызстан) и «консолидированных» (Россия, Таджикистан, Казахстан, Беларусь, Азербайджан, Туркменистан, Узбекистан) вариантов авторитаризма. Основной вывод статьи сложно назвать прорывным: авторы указывают на важную роль социального включения для политической стабильности, а также на необходимость создания эффективной государственной администрации и усиления прозрачности и подконтрольности работы чиновников, что позволит снизить негативный эффект рентоориентированного поведения в богатых ресурсами государствах. Более интересным представляется соображение о том, что стабильные политические режимы могут возникать как в обеспеченных природными ресурсами странах, так и в бедных. Макарович и Килди считают, что именно политическая культура постсоветского пространства делает ресурсное богатство ресурсным «проклятьем»

[8] Так, по мнению М. Харрисона, советские элиты, начиная с И. Сталина, рассматривали экономическую модернизацию лишь как инструмент наращивания военной мощи, то есть «догнать и перегнать» означало догнать и перегнать в военном отношении [Harrison 2012]. В то же время ясно, что столь прямолинейное толкование идеологических высказываний и того, как они воспринимались современниками, значительно упрощает механизм работы позднесоветского идеологического языка, для анализа которого, возможно, лучше обращаться к антропологическим подходам; см.: [Юрчак 2014].

[Makarovič, Kildi 2017: 96]. В какой мере эта связь опосредуется именно культурой — вопрос открытый, особенно с учётом сложностей операционализации «культуры» в качестве переменной, однако несомненной заслугой авторов является попытка разорвать порочный круг рассуждений о «нефтедолларах» как единственной причине провалов демократии на постсоветском пространстве.

Третья статья, основанная на использовании QCA — это работа В. Старикова (в соавторстве с редактором номера А. В. Резаевым), посвящённая анализу организационных трансформаций в сфере образования после распада СССР. Авторы исследуют различные факторы организационной дифференциации и стратификации, характерные для советской (основанной на функциональной роли вузов в плановом хозяйстве и их статусе) и постсоветской (отчасти унаследовавшей статусную иерархию и зависимой от рынка труда) систем образования. В статье предложена полученная эмпирически типология постсоветских вузов, среди которых выделяются «исследовательские университеты», сочетающие научную и преподавательскую деятельность и вовлечённые в международные сети, и «организации высшего образования широкого профиля», не столько обеспечивающие выпускников знаниями и профессиональными компетенциями, сколько предоставляющие саму возможность выхода на рынок труда (диплом). Советские «классические» университеты трансформировались в постсоветские исследовательские университеты, если на момент перехода (а авторы принимают во внимание опыт реформ образования с 1980-х гг.) они уже обладали высоким статусом, но при этом вынуждены были конкурировать с другими организациями высшего образования. При прочих равных условиях именно конкуренция оказывалась тем фактором, который не позволял статусным университетам буквально «почить на лаврах», превратившись в «фабрику дипломов» (полагаем, большинству читателей знакомы соответствующие примеры). Интересно отметить, что, как пишут исследователи, трансформации первого рода — из советского «классического» в постсоветский исследовательский — происходили чаще в рамках единой логики, тогда как на деградацию бывших советских университетов в каждом конкретном случае влияли ситуативные обстоятельства [Rezaev, Starikov 2017: 141–142]. Говорит ли это о преимуществах советского образования или только о способности организаций к адаптации в новых условиях? Авторы отказываются пожертвовать осторожной интонацией исследователя-эмпирика, чтобы дать определённый ответ на этот и другие подобные вопросы. Несмотря на амбициозную постановку проблемы, статья Резаева и Старикова, видимо, должна рассматриваться как первый этап более масштабного исследования, в котором будут уточнены теоретико-методологические основания (вопреки стараниям авторов, читатель, желающий прояснить этот момент, столкнётся с серьёзными трудностями) и единицы анализа (поскольку понятно, что университеты — это, скорее, конгломераты различных «слабо сцепленных» организаций, и рассмотрение их как целостностей не всегда оправдано).

Статья А. Каратцогианни, Г. Миажевич и А. Денисовой, посвящённая «киберконфликтам» на постсоветском пространстве, более всех остальных выбивается из структуры номера, усиливая ощущение произвольности отобранных редактором текстов. Тематически статья посвящена обзору политических конфликтов в Интернете, более конкретно — политическим мемам, которые использовались сетевой публикой в России и на Украине в связи с присоединением (аннексией) Крыма, а также протестному репертуару белорусских «цифровых активистов» [Karatzogianni, Miazhevich, Denisova 2017]. Для контраста авторы также предоставляют краткий обзор ситуации в Эстонии, которую эксперты Freedom House признали наиболее свободной в отношении возможностей самовыражения в Интернете и цифровых прав (*digital rights*) постсоветской страной. Статья открывается подробным обзором исследований политической роли новых медиа и примыкающих проблематик, хотя авторы и пытаются в несколько эклектичной манере увязать эти разнородные исследования в рамках единой «теории киберконфликта». Вторая часть статьи представляет собой набор иллюстраций: в авторитарных странах вроде России и Беларуси слабость гражданского общества вынуждает активистов прибегать к использованию Интернета, однако и там они сталкиваются с разного рода репрессиями. Напротив, в Эстонии, претерпевшей в 2007 г. серию DDOS-атак со стороны России (см.: [Эстония требует… 2007; Панчул 2009]),

цифровые права обеспечиваются в полной мере. Безусловным достоинством статьи является то, что авторы не настаивают на каузальной роли самих цифровых сетей, постоянно предупреждая читателя о важности локального и геополитического контекстов, хотя от специалистов в области исследований медиа читатель вправе ожидать большего внимания к собственно идеологической подоплёке рассматриваемых авторами конфликтов[9].

Заключительная статья номера написана Н. Трегубовой, А. Марченко и М. Фабрикант и посвящена способам концептуализации постсоветских трансформаций в статьях социальных учёных России, Беларуси и Украины. Эмпирической базой исследования выступили аннотации научных статей 2001–2015 гг. из 94 индексируемых журналов, публикуемых в трёх странах. Авторы пытаются выяснить, в какой мере те или иные специфические формулировки проблемы «постсоветского» обусловлены дисциплинарной принадлежностью учёных и (или) социальным контекстом страны, о которой идёт речь в той или иной статье. Трегубова и её соавторы выделяют три общих способа такой концептуализации. Во-первых, это региональная концептуализация, распространённая в наследующих советологии страновых исследованиях (*area studies*): «постсоветское» в рамках данного подхода концептуализируется как прежде всего некое географическое и культурное пространство. Во-вторых, «постсоветское» может быть атрибутом определённого процесса или состояния, содержательная специфика которого характеризуется рамками той или иной академической дисциплины; в таких случаях обычно говорят о «постсоветской трансформации», имея в виду переход «от плана к рынку» или от «тоталитаризма» к «демократии». Наконец, в-третьих, можно говорить о «постсоветском» как о неопределённом обозначении непосредственно проживаемого опыта «здесь и сейчас», придающего этому опыту смысл путём его сопоставления с той или иной концепцией «советского» [Tregubova, Fabrykant, Marchenko 2017: 149]. Согласно основной гипотезе исследования, «страновый» контекст важнее дисциплинарных норм в силу особенностей постсоветских учёных как социально-профессиональной группы. Предполагается, что научной работе свойственна зависимость от предшествующего развития (пресловутая *path-dependency*, или, в терминах П. Бурдьё, на которого ориентируются Трегубова и её соавторы, «гистерезис габитуса»), и она только увеличивается в ситуации институционального изменения, где работникам науки приходится опираться на складывавшиеся годами неформальные связи в поисках ресурсов, как материальных, так и интеллектуальных. Все это, по мысли авторов, усиливает инерцию советского «габитуса» социальных учёных, предписывающего им, скорее, роль моральных авторитетов, ориентирующихся на публичные высказывания, а не профессионалов, работающих в узких пределах дисциплин.

Результаты анализа свидетельствуют о том, что тематизация «постсоветского» является прерогативой российских учёных, поскольку именно они уделяют наибольшее внимание попыткам осмысления трансформаций начала 1990-х гг., используя данную терминологию, хотя консенсуса в отношении оценки советского опыта в российских публикациях не просматривается. Напротив, для украинских исследователей тема трансформаций также представляется очень важной, однако она не осмысливается при помощи категориальной пары «советское — постсоветское». Белорусский же случай демонстрирует характерную двусмысленность: поскольку, по мнению авторов, социально-экономическая и политическая модель Беларуси фактически ближе всего к советской, но при этом воплощает результат четвертьвековой эволюции страны в качестве независимого государства, коллизия позитивного отношения одновременно и к прошлому, и к независимому настоящему находит своеобразное разрешение в своего рода ностальгии по утраченному социальному порядку, сочетающейся с признанием исторической неизбежности этой утраты. В конечном счёте, авторы приходят к выводу, что разделить стра-

[9] Например, авторы не рассматривают то, как в Эстонии реактивируется дискурс противостояния репрессивному гиганту СССР, чью роль сегодня играет Россия, для смирения имперских амбиций которой власти прибалтийской республики даже запустили программу для обучения детей программированию (любопытно, что аналогичные идеи в своё время не получили развития в позднем СССР; см. об этом, а также о других аспектах постсоветского развития цифровых технологий и цифрового активизма в наиболее свежем исследовании в сборнике: [Biagioli, Lepinay 2018]).

новый и дисциплинарный контексты как независимые переменные не представляется возможным, и, скорее, необходимо реконструировать более сложный социальный механизм, где влияние странового контекста на распределение исследовательского внимания опосредуется дисциплинарными и организационными факторами [Tregubova, Fabrykant, Marchenko 2017: 174].

Несмотря на интересный замысел, исследование Трегубовой и её соавторов явно нуждается в развитии, чтобы стать по-настоящему интересным; скажем, напрашивается вопрос: в какой мере предлагаемые учёными концептуальные рамки повлияли на действительные процессы принятия решений в соответствующий период новейшей истории трёх стран? Такая или подобная постановка вопроса представляется необходимой, чтобы «оживить» полученные в статье результаты и встроить их в тот или иной проблемный контекст (то есть сформулировать внятный ответ на пресловутое «so what?» — «так что?»). Абстрактная постановка вопроса о влиянии контекста на содержание научных исследований, возможно, не является наиболее продуктивным способом такого рода проблематизации, однако в статье присутствуют сюжеты, способные помочь её осуществить. Так, авторы отмечают, что статьи, написанные экономистами, чаще всего ориентируются не на крупных предпринимателей или малый бизнес как на субъект анализируемых трансформаций, но рассматривают в качестве такового государство, и именно в государственных интервенциях в экономику видят решающее средство управления социальными процессами [Tregubova, Fabrykant, Marchenko 2017: 158, 161]. Говорит ли это наблюдение нам что-нибудь о специфике экономической профессии, об экспертной культуре экономистов, их роли в реформировании постсоветских стран (по-видимому, заметно более существенной именно в случае России; см.: [Фурман 1995])? Вот вопросы, к которым, как представляется, даёт возможность подойти рецензируемая статья; причём ответы на эти вопросы не противоречат исходным интенциям Трегубовой, Марченко и Фабрикант, а только конкретизируют их. Наконец, бросается в глаза и то, что авторы не упускают случая (см., напр.: [Tregubova, Fabrykant, Marchenko 2017: 161, 167, 173–174]) в типично постсоветской манере слегка «пожурить» советский марксизм, из-за которого постсоветские учёные подвержены-де стихийному экономическому детерминизму (как варианту исторического фатализма)[10].

Обстоятельно подготовленный тематический номер не лишён тем не менее некоторых фундаментальных проблем. О них свидетельствует уже сам извиняющийся тон приглашённого редактора. Помимо традиционных для такого рода текстов обоснований тематического фокуса, выражения признательности, срабатывающего как указание на принадлежность к тем или иным научным сетям, а также краткого пересказа статей, значительная часть введения посвящена обзору — обескураживающе краткому — тех тематик и (или) регионов, которым в номере не уделяется достаточного внимания (в частности, упоминаются Кавказ и Центральная Азия). Обсуждение же существа проблемы распада СССР, представленное во введении, сводится фактически к своего рода феноменологическому описанию соответствующего опыта, в котором присутствуют нормативные элементы [Rezaev 2017: 4]. В этом смысле редакторское введение играет роль метонимии: по принципу *pars pro toto*[11] оно даёт представление как о содержании вошедших в номер статей, так и об их проблемах и недостатках. Главная проблема текста Резаева в том, что амбициозная задача сравнительно-исторического анализа постсоветского социального ландшафта не находит адекватных теоретических инструментов, чтобы воплотиться в полной мере: автор вынужден, в конечном счёте, опираться на нейтральные формулировки экспертных центров вроде Мирового банка, скажем, на классификацию стран по уровню дохода. Конечно, рассмо-

[10] Здесь не место подробно обсуждать перипетии интерпретаций детерминистского материалистического понимания истории; отметим лишь, что, как представляется, фаталистические (равно как и иные) аргументы в пользу капитализма продуктивнее было бы анализировать не в формате отработанной критики догматического марксизма, но как собственно политические высказывания, вольно или невольно легитимирующие возобладавший социальный порядок (классическим примером здесь остаются работы А. О. Хиршмана). Надеемся, нам ещё представится случай развить эту полемику.

[11] Часть вместо целого (*лат.*).

трение стран бывшего СССР в перспективе так называемой ловушки среднего дохода (*middle-income trap*) — не худший способ «первого приближения» к проблематике, и всё-таки этого мало для теории, без которой невозможен полноценный сравнительный анализ[12]. Уровень дохода страны в данном случае играет роль своего рода концептуального костыля и напоминает подход политической экономии в том виде, в каком его критиковал Маркс. Политэконом начинает свои рассуждения с конкретики, которая, однако, при ближайшем рассмотрении оборачивается абстракцией. Так, за абстрактным населением той или иной страны стоит классовая структура, покоящаяся, в свою очередь, на отношениях наёмного труда, капитала и т. д. Разматывать эту нить можно вплоть до «простейших определений», по достижении которых, по Марксу, необходимо будет «пуститься в обратный путь <…> снова к населению, но на этот раз не как к хаотическому представлению о целом, а как к богатой совокупности, с многочисленными определениями и отношениями» [Маркс, Энгельс 1968: 36–37]. К сожалению, этого обратного движения текст Резаева не совершает, не задаваясь принципиальным в данном случае вопросом: насколько продуктивными являются сравнения России, Мексики и Аргентины (все — страны среднего уровня дохода) в отрыве от типологии государственных структур? Не столь важно даже, какой именно типологии[13]; проблема не в отсутствии конкретной теории, но в отсутствии теории как таковой, что заставляет автора опираться, с одной стороны, на повседневный опыт, с другой — на дотеоретические обобщения (географические регионы, уровни национального дохода и т. п.). Именно поэтому ряд остроумных наблюдений (например, о политических перспективах смены поколений в элитах постсоветских стран) повисают в воздухе. К большому сожалению, то же можно сказать и о многих других статьях рецензируемого номера.

В целом лейтмотивом номера является идея разнообразия, будь то разнообразие механизмов извлечения ренты (Зелени и Михали), скорости экономического развития (Норкус), условий стабильности политических режимов (Макарович и Килди), траекторий организационных трансформаций (Резаев и Стариков), форм мобилизации и политического конфликта в цифровых сетях (Каратцогианни, Миажевич и Денисова) или репрезентаций постсоветского перехода в академических статьях (Трегубова, Фабрикант и Марченко). С одной стороны, от исследований, выполненных в сравнительной перспективе, было бы странно ожидать чего-то иного. С другой стороны, за разнообразием тем и подходов трудно обнаружить какой-либо объединяющий принцип, так что в целом создаётся впечатление, что журнал собирался по принципу «с миру по нитке» (композиция номера наводит на мысль, что изначально планировалось сделать акцент на методологии QCA, однако собрать нужное количество статей не удалось). Однако проблема не только в этом. В конце концов, перефразируя Маркса, люди ставят себе всегда только такие задачи, которые могут разрешить, и в этом смысле, принимая во внимание все те ресурсные и институциональные ограничения, которые столь хорошо знакомы социальным исследователям, работающим на постсоветском пространстве, едва ли оправданно ожидать большего от авторов статей и редактора. Вопрос, скорее, заключается в том, не исчерпана ли сама сравнительная перспектива, ориентированная на анализ множества разных капитализмов, возникшая как результат исчезновения с исторического горизонта не столько самих форм альтернативной организации социальной жизни, но даже и политических проектов, пытающихся эти формы артикулировать? Здесь важна не политическая подоплёка данного вопроса, но его, если угодно, эвристические возможности. Перспектива анализа исторического разнообразия, как хорошо известно, восходит к М. Веберу, а «левое веберианство» (по выражению У. Сьюэлла) является доминирующей теоретико-политической пози-

[12] См. работы, где представлено полноценное теоретическое рассмотрение данной проблемы: [Harrison 2012; Popov 2014]; из авторов рецензируемого номера такую попытку также делает З. Норкус (см.: [Norkus 2017]).

[13] Можно вспомнить анализ ролей государства в хозяйстве, предложенный Ф. Блоком и Н. Флигстином [Блок 2004; Флигстин 2014: 86–100], теорию государства развития (*developmental state*), разновидностью которого — «полупериферийной диктатурой ускоренного развития» — был, по мнению Г. Дерлугьяна, СССР [Дерлугьян 2010]; см. также: [Harrison 2012: 2] или неовеберианский подход А. Олейника, трактующий социально-экономический режим современной России с помощью понятия «господство посредством совпадения интересов» [Олейник 2011].

цией среди сравнительных социологов [Sewell 1996]. Вместе с тем при всей возможной продуктивности данной позиции, зачастую заранее понятно, к каким выводам она приведёт исследователя. Скорее всего, обрисовав более или менее детально набор кейсов или расходящихся траекторий, сравнительный социолог-веберианец подчеркнёт контингентный характер исторического процесса, то есть идею о том, что существующее положение вещей сложилось не в силу необходимости, но более или менее произвольным образом, а стало быть, не является наилучшим (как, впрочем, и наихудшим). Одним из наиболее востребованных способов рационализации такого отношения стала концепция иронии, сочетающая понимание известной доли произвольности происходящего с признанием отсутствия жизнеспособных ему альтернатив [Eyal, Szelenyi, Townsley 2003]. И хотя таковых по-прежнему не видно, складывается ощущение, что теоретический маятник, за которым вот уже около ста лет следуют социологи, снова качнулся от разнообразия к единству, или, если угодно, от Вебера к Марксу, от акцента на разнообразии траекторий возникновения капитализма к анализу его сущностного ядра, сохраняющегося по ту сторону различных институциональных и технологических форм. Об этом свидетельствуют опыт исследований постсоветских политических режимов, обнаруживающих бросающиеся в глаза сходства не только на уровне их структуры, но и в используемой ими легитимационной риторике (проявляющиеся, отметим, вопреки видимому разнообразию культур; см., напр.: [Фурман 2007]), и постепенное угасание политэкономической исследовательской программы разнообразия капитализма (*varieties of capitalism*), сопровождаемое призывами к изучению форм его единства (*commonalities of capitalism) (*см., напр.: [Streeck 2010]), и новые попытки это единство концептуализировать (в этом отношении одним из наиболее перспективных подходов представляется вдохновлённый Р. Люксембург анализ динамики капитализма, предложенный авторами недавней работы «Sociology, Capitalism, Critique» («Социология, капитализм, критика») [Dörre, Lessenich, Rosa 2016]). Возможно, что по прошествии 25 лет после распада СССР как раз и подошло время ставить более общие вопросы — вопросы, затрагивающие само ядро установившейся социально-экономической системы, окончательно оторвавшейся от идиосинкразических обстоятельств своего генезиса? И не будет ли такая постановка вопроса, сознательно ориентированная на фиксацию единства, более содержательной — как теоретически, так и эмпирически? Чтобы нарисовать пресловутую *big picture — общую картину*, сначала необходимо представить себе ее контур, увидеть целое, пусть и абстрактным образом. Возможно, именно этого авторам номера и не хватило. Тем не менее 16-й номер *CoSo* представляет собой прецедент, важную попытку возобновить теоретическое и эмпирическое обсуждение итогов постсоветского периода и, несмотря на присущие этой попытке изъяны и пробелы (а может быть, и благодаря им), заслуживает внимательного прочтения.

Литература

Блок Ф. 2004. Роли государства в хозяйстве. *Экономическая социология.* 5 (2): 37–56. URL: https://ecsoc.hse.ru/2004-5-2/26592161.html

Вебер М. 2016. *Хозяйство и общество: очерки понимающей социологии. Социология*. М.: Изд. дом ВШЭ.

Дерлугьян Г. 2010. *Адепт Бурдьё на Кавказе. Эскизы к биографии в миросистемной перспективе.* М.: Территория Будущего.

Маркс К., Энгельс Ф. 1968. *Сочинения. Издание второе.* 46 (1). М.: Издательство политической литературы.

Олейник А. Н. 2011. *Власть и рынок. Система социально-экономического господства в России «нулевых годов».* М.: РОССПЭН.

Панчул Ю. 2009. Взлом со свистом. *The New Times.* 15 (111). URL: https://newtimes.ru/stati/others/a948087239b4c285b0bcc1b1397e2246-vzlom-so-svustom.html

Папакостас А. 2016. *Становление цивилизованной публичной сферы. Недоверие, доверие и коррупция.* М.: ВЦИОМ.

Флигстин Н. 2014. Архитектура рынков: экономическая социология капиталистических обществ XXI века. М.: Изд. дом ВШЭ.

Фурман Д. Е. 1995. «Перевёрнутый истмат»? От идеологии перестройки к идеологии «строительства капитализма» в России. *Свободная мысль.* 3. URL: http://dmitriyfurman.ru/wp-content/uploads/2012/04/3-1995.pdf

Фурман Д. Е. 2007. Общее и особенное в политическом развитии постсоветских государств. В сб.: Липман М., Рябов А. (ред.) *Пути российского посткоммунизма. Очерки*. М.: Изд-во Р. Элинина; 234–273.

Эстония требует расследования DDoS-атак из России. 2007. *Deutsche Welle*. URL: http://www.dw.com/ru/эстония-требует-расследования-ddos-атак-из-россии/a-2542160

Юрчак А. 2014. *Это было навсегда, пока не кончилось. Последнее советское поколение*. М.: Новое литературное обозрение.

Arrighi G. 2001. Braudel, Capitalism, and the New Economic Sociology. *Review (Fernand Braudel Center).* 24 (1): 107–123.

Biagioli M., Lepinay V. (eds) 2018 (Forthcoming). *From Russia with the Code: Programming Migrations in Post-Soviet Times.* Durham, NC: Duke University Press.

Çalışkan K., Callon M. 2010. Economization, Part 2: A Research Programme for the Study of Markets. *Economy and Society,* 39 (1): 1–32.

Dörre K., Lessenich S., Rosa H. 2016. *Sociology, Capitalism, Critique*. London: Verso.

Eyal G., Szelenyi I., Townsley E. 2003. On Irony: An Invitation to Neoclassical Sociology. *Thesis Eleven.* 73 (1): 5–41.

Hall P., Soskice D. 2001. *Varieties of Capitalism: The Institutional Foundations of Comparative Advantage.* Oxford: Oxford University Press.

Harrison M. 2012. Communism and Economic Modernization. *Competitive Advantage in the Global Economy (CAGE) Online Working Paper Series No. 92.* URL: https://www2.warwick.ac.uk/fac/soc/economics/staff/mharrison/public/communism_modernization.pdf

Heilbroner R. 1998. The «Disappearance» of Capitalism. *World Policy Journal.* 15(2): 1–7.

Karatzogianni A., Miazhevich G., Denisova A. 2017. A Comparative Cyberconflict Analysis of Digital Activism Across Post-Soviet Countries. *Comparative Sociology.* 16 (1): 102–126.

Klebnikov P. 2000. *Godfather of the Kremlin: Boris Berezovsky and the Looting of Russia.* New York: Harvest Books; см. также рус. пер.: Хлебников П. 2001. *Крёстный отец Кремля Борис Березовский, или История разграбления России*. М.: Детектив-Пресс.

Krippner G. et al. 2004. Polanyi Symposium: A Conversation on Embeddedness. *Socio-Economic Review.* 2 (1): 109–135.

Makarovič M., Kildi J. M. 2017. Towards a Model Explaining the Political (In)stability and Variety of Regimes in the Post-Soviet Region. *Comparative Sociology.* 16 (1): 66–101.

Mihalyi P., Szelényi I. 2017. The Role of Rents in the Transition from Socialist Redistributive Economies to Market Capitalism. *Comparative Sociology.* 16 (1): 13–38.

Mitchell T. 1998. Fixing the Economy. *Cultural Studies.* 12 (1): 82–101.

Nee V. 1996. The Emergence of a Market Society: Changing Mechanisms of Stratification in China. *American Journal of Sociology.* 101 (4): 908–949.

Nee V., Swedberg R. 2005. *The Economic Sociology of Capitalism.* Princeton, NJ: Princeton University Press.

Norkus Z. 2017. A Qualitative Comparative Analysis of Patterns in the Acceleration and the Catching Up Performance of the Former Soviet Union Republics. *Comparative Sociology.* 16 (1): 39–65.

Popov V. 2014. *Mixed Fortunes: An Economic History of China, Russia, and the West.* Oxford: Oxford University Press.

Rezaev A. V. 2017. 25 Years after the USSR: Comparative Sociological Accounts. *Comparative Sociology.* 16 (1): 1–12.

Rezaev A. V., Starikov V. S. 2017. The Transformation of Higher Education Systems in Six Post-Soviet Countries: Causes and Consequences of Organizational Change. *Comparative Sociology.* 16 (1): 127–146.

Sewell W. H. 1996. Three Temporalities: Toward an Eventful Sociology. In: McDonald T. (ed.) *The Historic Turn in the Human Sciences.* Ann Arbor: University of Michigan Press; 245–280.

Stark D. 2000. For a Sociology of Worth. *Working Paper Series, Center on Organizational Innovation, Columbia University.* URL: http://www.coi.columbia.edu/pdf/stark_fsw.pdf

Streeck W. 2010. E Pluribus Unum? Varieties and Commonalities of Capitalism. *Max-Planck-Institut Für Gesellschaftsforschung. Discussion Papers.* URL: http://www.mpifg.de/pu/mpifg_dp/dp10-12.pdf

Tregubova N. D., Fabrykant M., Marchenko A. 2017. Countries versus Disciplines: Comparative Analysis of Post-Soviet Transformations in Academic Publications from Belarus, Russia and Ukraine. *Comparative Sociology.* 16 (1): 147–177.

Whitford J. 2002. Pragmatism and the Untenable Dualism of Means and Ends: Why Rational Choice Theory Does not Deserve Paradigmatic Privilege. *Theory and Society.* 31 (3): 325–363.

NEW BOOKS

Dmitrii M. Zhikharevich

25 Years after the USSR: Prospects of the Comparative Studies of Capitalism

Essay Review: Comparative Sociology. 2017, vol. 16, iss. 1: *25 Years after the USSR: The Burden of the Past, the Bitterness of Reality, and Dreaming for the Future*, Leiden, Netherlands: Brill Publishing. 181 p.

ZHIKHAREVICH, Dmitrii M. — PhD Student, Researcher, International Laboratory "Transnationalism and Migration Processes", St. Petersburg State University. Address: 1/3 Smolny str., Saint-Petersburg, 191124, Russian Federation.

Email: dzhikhar@gmail.com

Abstract

This paper presents a detailed review dedicated to the special issue of *Comparative Sociology* "25 Years after the USSR" (2017, vol. 16, iss. 1). The issue includes six original research papers that may be of interest for scholars working in economic sociology. The paper shows how the topic of post-Soviet transformations still remains relevant for economic sociologists, and it highlights the advantages and the shortcomings of the articles presented in the issue of *Comparative Sociology*. The paper also demonstrates how the dissolution of the USSR and restructuring of social sciences, and economic sociology in particular, are related to the dominance of the sociology of markets as a research program. In short, expansion of market capitalism defines the market exchange as a key paradigm for social action. It has two consequences. On the one hand, economic sociology has been increasingly involved in the study of markets with a particular emphasis on the social structures enhancing market exchanges. On the other hand, this focus on the "scaffolding" structures of markets has made economic sociology an extension, rather than a competitor, to neoclassical economic theory. The paper presents the arguments for this conclusion. Finally, the limitations of comparative analysis of capitalism in different countries are revealed.

Keywords: post-Soviet transformations; comparative sociology; comparative capitalism; economic sociology; sociology of markets; USSR collapse

Acknowledgement

The research for this paper has been supported by the Russian Humanities Foundation (RGNF), project № 17-33-00040.

References

Arrighi G. (2001) Braudel, Capitalism, and the New Economic Sociology. *Review (Fernand Braudel Center)*, vol. 24, no 1, pp. 107–123.

Biagioli M., Lepinay V. (eds) (2018, forthcoming). *From Russia with the Code: Programming Migrations in Post-Soviet Times*, Durham, NC: Duke University Press.

Block F. (2004) Roli gosudarstva v khozyajstve [The Roles of the State in the Economy]. *Journal of Economic Sociology = Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 5, no 2, pp. 37–56. Available at: https://ecsoc.hse.ru/2004-5-2/26592161.html (accessed 2 August 2017) (in Russian).

Çalışkan K., Callon M. (2010) Economization, Part 2: A Research Programme for the Study of Markets. *Economy and Society*, vol. 39, no 1, pp. 1–32.

Derluguian G. (2010) *Adept Burd'yoe na Kavkaze: Eskizy k biografii v mirosistemnoy perspective* [Bourdieu's Secret Admirer in the Caucasus: A World-System Biography], Moscow: Territoriya Budushhego (in Russian).

Dörre K., Lessenich S., Rosa H. (2016) *Sociology, Capitalism, Critique*, London: Verso.

Eyal G., Szelenyi I., Townsley E. (2003) On Irony: An Invitation to Neoclassical Sociology. *Thesis Eleven*, no 73, pp. 5–41.

Fligstein N. (2001). *The Architecture of Markets: An Economic Sociology of Twenty-First Century Capitalist Societies*, Princeton, N.J.: Princeton University Press.

Furman D. E. (1995) "Perevernutyy istmat"? Ot ideologii perestroyki k ideologii "stroitel'stva kapitalizma" v Rossii ["Historical Materialism Inside out"? From the Ideology of Perestroika to the Ideology of "Building Capitalism" in Russia]. *Svobodnaya mysl'*, no 3. Available at: http://dmitriyfurman.ru/wp-content/uploads/2012/04/3-1995.pdf (accessed 2 August 2017) (in Russian).

Furman D. E. (2007) Obshchee i osobennoe v politicheskom razvitii postsovetskikh gosudarstv [General and Specific in Political Development of Post-Soviet States]. *Puti rossiyskogo postkommunizma: Ocherki* [Pathways of Russian Post-communism: Outlines] (eds. M. Lipman, A. Rjabov), Moscow: R. Jelinin's Publishing House, pp. 234–273 (in Russian).

Hall P., Soskice D. (2001) *Varieties of Capitalism: The Institutional Foundations of Comparative Advantage*, Oxford: Oxford University Press.

Harrison M. (2012) Communism and Economic Modernization. *Competitive Advantage in the Global Economy (CAGE) Online Working Paper Series No. 92*. URL: https://www2.warwick.ac.uk/fac/soc/economics/staff/mharrison/public/communism_modernization.pdf (accessed 2 August 2017).

Heilbroner R. (1998) The "Disappearance" of Capitalism. *World Policy Journal*, vol. 15, no 2, pp. 1–7.

Estoniya trebuet rassledovaniya DDoS-atak iz Rossii [Estonia Demands Investigation of DDOS-attacks from Russia] (2007) *Deutsche Welle*. Available at: http://www.dw.com/ru/эстония-требует-расследования-ddos-атак-из-россии/a-2542160 (accessed 2 August 2017) (in Russian).

Karatzogianni A., Miazhevich G., Denisova A. (2017) A Comparative Cyberconflict Analysis of Digital Activism Across Post-Soviet Countries. *Comparative Sociology*, vol. 16, no 1, pp. 102–126.

Klebnikov P. (2000) *Godfather of the Kremlin: Boris Berezovsky and the Looting of Russia,* New York: Harvest Books.

Krippner G., Granovetter M., Block F., Biggart N., Beamish T., Hsing Y., Hart G., Arrighi G., Mendell M., Hall J., Burawoy M., Vogel S., O'riain S. (2004) Polanyi Symposium: A Conversation on Embeddedness. *Socio-Economic Review*, vol. 2, no 1, pp. 109–135.

Makarovič M., Kildi J. M. (2017) Towards a Model Explaining the Political (In)stability and Variety of Regimes in the Post-Soviet Region. *Comparative Sociology*, vol. 16, no 1, pp. 66–101.

Marx K., Engels F. (1968) *Sochineniya. Izdanie vtoroe* [Collected Works, 2nd ed.], vol. 46 (Ch. 1), Moscow: Izdatel'stvo politicheskoj literatury (in Russian).

Mihalyi P., Szelényi I. (2017) The Role of Rents in the Transition from Socialist Redistributive Economies to Market Capitalism. *Comparative Sociology*, vol. 16, no 1, pp. 13–38.

Mitchell T. (1998) Fixing the Economy. *Cultural Studies*, vol. 12, no 1, pp. 82–101.

Nee V. (1996) The Emergence of a Market Society: Changing Mechanisms of Stratification in China. *American Journal of Sociology*, vol. 101, no 4, pp. 908–949.

Nee V., Swedberg R. (2005) *The Economic Sociology of Capitalism*, Princeton, NJ: Princeton University Press.

Norkus Z. (2017) A Qualitative Comparative Analysis of Patterns in the Acceleration and the Catching Up Performance of the Former Soviet Union Republics. *Comparative Sociology*, vol. 16, no 1, pp. 39–65.

Oleinik A. (2011). *Market as a Weapon: The Socio-Economic Machinery of Dominance in Russia*, New Brunswick, NJ: Transaction.

Panchul Yu. (2009) Vzlom so svistom [Hacking with a Whistle]. *The New Times*, vol. 15, no 111. Available at: https://newtimes.ru/stati/others/a948087239b4c285b0bcc1b1397e2246-vzlom-so-svustom.html (accessed 2 August 2017) (in Russian).

Papakostas A. (2016). *Stanovlenie tsivilizovannoy publichnoy sfery: nedoverie, doverie i korruptsiya* [Civilizing the Public Sphere: Distrust, Trust, and Corruption], Moscow: VTSIOM (in Russian).

Popov V. (2014) *Mixed Fortunes: An Economic History of China, Russia, and the West*, Oxford: Oxford University Press.

Rezaev A. V. (2017) 25 Years after the USSR: Comparative Sociological Accounts. *Comparative Sociology*, vol. 16, no 1, pp. 1–12.

Rezaev A. V., Starikov V. S. (2017) The Transformation of Higher Education Systems in Six Post-Soviet Countries: Causes and Consequences of Organizational Change. *Comparative Sociology*, vol. 16, no 1, pp. 127–146.

Sewell W. H. (1996) Three Temporalities: Toward an Eventful Sociology, *The Historic Turn in the Human Sciences* (ed. T. McDonald), Ann Arbor: University of Michigan Press, pp. 245–280.

Stark D. (2000) For a Sociology of Worth, *Working Paper Series, Center on Organizational Innovation, Columbia University.* Available at: http://www.coi.columbia.edu/pdf/stark_fsw.pdf (accessed 2 August 2017).

Streeck W. (2010) E Pluribus Unum? Varieties and Commonalities of Capitalism. *Max-Planck-Institut Für Gesellschaftsforschung. Discussion Papers.* Available at: http://www.mpifg.de/pu/mpifg_dp/dp10-12.pdf (accessed 2 August 2017).

Tregubova N. D., Fabrykant M., Marchenko A. (2017) Countries versus Disciplines: Comparative Analysis of Post-Soviet Transformations in Academic Publications from Belarus, Russia and Ukraine. *Comparative Sociology*, vol. 16, no 1, pp. 147–177.

Weber M. (2016) *Khozyaystvo i obshchestvo: ocherki ponimayushhey sotsiologii. Sotsiologiya* [Economy and Society: An Outline of Interpretative Sociology], Moscow: HSE Publishing House (in Russian).

Whitford J. (2002) Pragmatism and the Untenable Dualism of Means and Ends: Why Rational Choice Theory Does Not Deserve Paradigmatic Privilege. *Theory and Society*, vol. 31, no 3, pp. 325–363.

Yurchak A. (2014) *Eto bylo navsegda, poka ne konchilos'. Poslednee sovetskoe pokolenie* [Everything Was Forever, Until It Was No More: The Last Soviet Generation], Moscow: New Literary Observer Publishing House (in Russian).

Received: November 3, 2017
Citation: Zhikharevich D. M. (2018) Dvadtsat' pyat' let posle SSSR: perspektivy sravnitel'nykh issledovaniy kapitalizma [25 Years after the USSR: Prospects of the Comparative Studies of Capitalism. Essay Review: Comparative Sociology. 2017, vol. 16, iss. 1: *25 Years after the USSR: The Burden of the Past, the Bitterness of Reality, and Dreaming for the Future*, Leiden, Netherlands: Brill Publishing. 181 p.]. *Journal of Economic Sociology = Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 19, no 1, pp. 188–203. doi: 10.17323/1726-3247-2018-1-190-205 (in Russian).

М. Е. Маркин

Малоизвестные работы знаменитого исследователя российского общества: экономико-социологические идеи Юрия Левады

Рецензия на книгу: Левада Ю. А. 2016. *Время перемен: Предмет и позиция исследователя*. М.: Новое литературное обозрение. 872 с.

МАРКИН Максим Евгеньевич — преподаватель департамента социологии факультета социальных наук, младший научный сотрудник Лаборатории экономико-социологических исследований Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» (НИУ ВШЭ). Адрес: 101000, Россия, г. Москва, ул. Мясницкая, д. 20.

Email: mmarkin@hse.ru

В 2016 г. исполнилось 10 лет со дня смерти знаменитого исследователя российского общества Юрия Александровича Левады. К этой скорбной дате его соратники и последователи выпустили книгу «Время перемен: Предмет и позиция исследователя», представляющую собой сборник статей Ю. А. Левады разных лет. В него вошли как работы, уже ставшие современной классикой, так и малоизвестные публикации Ю. А. Левады, к которым можно отнести серию статей по экономической социологии.

В работе «Социальные рамки экономического действия» (1980 г.) Ю. А. Левада определяет предмет экономической социологии, раскрывает роль общества и культуры в хозяйственной деятельности, указывает на историчность рациональности. Эти идеи получают развитие в статье «Культурный контекст экономического действия» (1984 г.). В ней Ю. А. Левада обращает внимание читателей на источники происхождения потребностей, видя их в культуре, а также подчёркивает, что экономический обмен происходит в поле культурных значений, ограничен их рамками. Не остаётся без рассмотрения и модель «экономический человек». Ей Ю. А. Левада посвящает работу «Homo oeconomicus, или Судьба одного призрака» (1977 г.). По мнению Ю. А. Левады, модель «экономический человек» имеет общественный, исторический характер. В этой работе Ю. А. Левада проблематизирует основные предпосылки Homo oeconomicus и оценивает перспективы использования этого теоретического конструкта. Рефлексия по поводу модели «экономический человек» присутствует и в статье «Проблемы экономической антропологии у К. Маркса» (1983 г.), где Ю. А. Левада наиболее чётко разводит абстракцию и реальную жизнь, уделяя отдельное внимание ситуациям, когда они совпадают. Причины отождествления Homo oeconomicus и Homo sapiens необходимо искать в истории, так как человек представляет собой продукт общественных отношений.

С одной стороны, экономико-социологическим идеям Ю. А. Левады присущи черты советской социологии, прежде всего в части систематического выхода на макроуровень, опоры на понятийный аппарат К. Маркса. С другой стороны, в рецензируемых работах можно увидеть постепенный переход от структурно-функциональной парадигмы Т. Парсонса к микро-

социологии, характерный для новой (американской) экономической социологии. В этом заключается оригинальность экономико-социологического подхода Ю. А. Левады.

Ключевые слова: предмет экономической социологии; социокультурный контекст экономического действия; моделирование поведения человека; критика модели «экономический человек»; экономико-социологические идеи Юрия Левады; критика теории Юрия Левады.

Юрий Александрович Левада (1930–2006) по праву считается одним из классиков изучения общественного мнения в России и вряд ли нуждается в подробном представлении в этой роли. В 1987–1988 гг. он вместе с Татьяной Ивановной Заславской стоял у истоков Всесоюзного (с 1992 г. — Всероссийского) центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ), став его руководителем в 1992 г. С конца 2003 — начала 2004 гг. коллектив, созданный Ю. А. Левадой, работает в Аналитическом центре, носящем его имя.

Для широкой аудитории Ю. А. Левада — отечественный классик изучения общественного мнения. Профессиональное сообщество также знает его и как социолога-исследователя, предметом анализа которого были различные социальные и политические аспекты. Ю. А. Левада внёс значительный вклад в изучение советского и постсоветского общества, советского и постсоветского человека, занимался проблемой элит и многими другими вопросами. Однако незаслуженно мало его знают как социолога, в чьих работах изложены важные экономико-социологические идеи. Целью этой рецензии[1] является ознакомление читателей с ключевыми из них.

Социокультурный контекст экономического действия, или В очередной раз о предмете экономической социологии

Хозяйственная проблематика не могла остаться без внимания Ю. А. Левады. И причиной тому является не только его тесное сотрудничество в конце 1980 — начале 1990-х гг., во ВЦИОМе, с основателем Новосибирской экономико-социологической школы Т. И. Заславской [Заславская 2007]. Задолго до этого, в 1970-е гг., Ю. А. Левада был вынужден уйти из Института конкретных социальных исследований. Его новым местом работы стал Центральный экономико-математический институт, где он много взаимодействовал с ведущими экономистами того времени. Именно во второй половине 1970 — первой половине 1980-х гг. Ю. А. Левада пишет свои основные работы по экономической социологии.

Опираясь на труды западных учёных, Ю. А. Левада определяет предмет экономической социологии как «применение методов социологического изучения общественных институтов к структурам, действиям и субъектам экономической сферы» [Левада 2016с: 265]. В целом такое понимание экономико-социологического подхода соответствует взглядам новой (американской) экономической социологии [Радаев 2002; Сведберг, Смелсер 2003], которая институционализировалась как раз в то время, в конце 1970-х — 1980-е гг. Тем не менее в этом определении можно увидеть влияние и старой экономической социологии Т. Парсонса [Парсонс, Смелсер 2011]. Речь идёт о проблематизации Ю. А. Левадой понятия «экономическая сфера», одним из вариантов определения которой является рассмотрение производства как взаимодействия между обществом и природой, как адаптивного процесса [Левада 2016с: 266]. Отметим, что структурный функционализм Т. Парсонса играет важную роль во всей левадовской социологии [Гудков 2016: 20].

[1] В данной научной работе использованы результаты проекта «Российская экономика после кризиса: пересматривая социальные основания рыночного обмена», выполненного в рамках Программы фундаментальных исследований НИУ ВШЭ в 2018 г.

Несмотря на большой вклад традиции классической политической экономии и структурного функционализма Т. Парсонса в экономико-социологические идеи Ю. А. Левады, подход фокусируется главным образом на экономическом действии, что соответствует концепции М. Вебера [Вебер 2005]. Следуя данной традиции, Ю. А. Левада сосредоточивает своё внимание на рациональности как ключевой характеристике экономического действия. Для него принципиально важен историзм этого элемента. Так, он категорически отвергает идею «естественности» рациональности [Левада 2016с: 269], рассматривая её как социальный конструкт. Не согласен Ю. А. Левада и с упрощёнными дихотомиями ключевых категорий экономико-социологического подхода. В частности, даже аналитическое противопоставление экономического действия и социального действия, по его мнению, возможно только с уточнением, согласно которому первое является типом второго [Левада 2016с: 274]. В этом тезисе веберовская традиция в экономико-социологических воззрениях Ю. А. Левады проявляется наиболее ярко.

Предметом изучения Ю. А. Левады становятся не только социальные рамки экономического действия. В левадовской методологии анализа хозяйства важную роль играет культурный контекст. Исходной теоретико-методологической задачей является определение понятия «культура». Два подхода к её решению, достаточно влиятельные во второй половине XX века, подвергаются Ю. А. Левадой критическому осмыслению [Левада 2016а: 308]. Во-первых, не самым продуктивным результатом можно назвать определение культуры как остаточной категории. Иными словами, такой подход предполагает отнесение к культурным факторам всего того, что исследователю не удалось объяснить. Эта концепция выхолащивает из понятия содержание. Во-вторых, культура может рассматриваться как надсоциальная регулятивная система. Однако в этом случае упускается из внимания общественная природа этого феномена. Сам Ю. А. Левада отдаёт предпочтение определению понятия «культура» как системы значений, приобретающих смысл в процессе их использования. Таким образом, речь идёт о социальной природе этой подсистемы. Несмотря на использование терминологии Т. Парсонса [Парсонс 2002], содержательно Ю. А. Левада, скорее, ближе к пониманию культуры П. Димаджио [Димаджио 2004] и другими классиками современной экономической социологии.

Как уже отмечалось, в рамках экономико-социологического подхода Ю. А. Левады проблематизируются ключевые категории экономического анализа. Прежде всего, ставится под сомнение природный, «естественный» характер человеческих потребностей [Левада 2016а: 309]. Даже удовлетворение физиологических нужд организма опосредовано культурными формами. Ещё ярче социальная природа проявляется в экономических потребностях более высокого уровня. Культура порождает и многообразие типов рациональности [Левада 2016а: 307]. Сведение изучения хозяйства к анализу исключительно целерациональных действий значительно обедняет получаемые результаты. Рассмотрение ценностей и традиций, существующих в обществе, позволяет обогатить исследование, сделать итоговую картину мира более объёмной. В терминах М. Вебера [Вебер 1990], необходимо анализировать все типы социального действия в хозяйстве. Наконец, Ю. А. Левада обращает внимание на ограничения, которые культура накладывает на рамки экономического обмена [Левада 2016а: 314]. Например, даже использование того или иного денежного знака социально санкционировано, он признаётся обществом в качестве эквивалента. И в этом случае вновь заметен содержательный мост к идеям М. Вебера об ограничениях свободы рыночного обмена [Вебер 2005]. Похожие выводы делает и К. Поланьи, когда рассматривает социальные механизмы обращения «фиктивных товаров» — денег, земли и труда [Поланьи 1993]. Иными словами, по мнению Ю. А. Левады, экономический обмен происходит в поле культурных значений [Левада 2016а: 313].

Моделирование поведения человека, или Куда идёт *Homo oeconomicus*

Ю. А. Левада пишет сложно. Возможно, причина тому — стремление не упустить ничего важного, раскрыть каждую деталь. И ему это удаётся. Тексты Ю. А. Левады предельно логичны и методологически

точны. Следуя своему принципу, он готовит работы и про моделирование поведения человека, в том числе про модель *Homo oeconomicus*. Удивительно, но этот материал написан настолько живым языком, что в какой-то момент возникает ощущение чтения художественной литературы. Оставаясь при этом максимально логичным и методологически точным, Ю. А. Левада прослеживает судьбу модели «экономический человек».

Ю. А. Левада выделяет основные характеристики *Homo oeconomicus* [Левада 2016b: 277–278]. Во-первых, рациональность: экономический человек последовательно отбирает наилучшие варианты действия. Во-вторых, целенаправленность: жизнь *Homo oeconomicus* представляет собой движение к заданному ориентиру (именно поэтому в центре внимания экономистов находятся целерациональные действия). В-третьих, эффективность: экономический человек максимизирует полезность и минимизирует затраты. Наконец, в-четвёртых, индивидуализм: мотивацию *Homo oeconomicus* можно свести к эгоистическому интересу; другие люди рассматриваются им исключительно как средства достижения поставленной цели, удовлетворения собственных потребностей. В целом такие характеристики модели «экономический человек» соответствуют конвенциональным представлениям об этом теоретико-методологическом конструкте [Автономов 1998].

Для А. Смита и многих его последователей подобные черты экономического человека являются естественными [Смит 2016]. Классик даже не использовал прилагательное «экономический», он писал просто о «человеке». Напротив, Ю. А. Левада в своих работах следует антропологическому подходу К. Маркса и рассматривает человека как продукт общественных отношений [Левада 2016b: 275, 281]. Соответственно, и модель *Homo oeconomicus* имеет общественный, исторический характер [Левада 2016d: 293]. Рождение экономического человека Ю. А. Левада связывает с распадом традиционного сознания [Левада 2016d: 295], то есть человек экономический возник задолго до знаменитого «спора о методах», когда Австрийская школа, выступавшая за очищение экономической теории от социальных и исторических сюжетов, победила Немецкую историческую школу [Bostaph 1978]. Со второй половины XIX века экономическое действие — это не директива, а набор возможностей [Левада 2016d: 296].

Ю. А. Левада противопоставляет нового, рационального человека традиционному человеку [Левада 2016d: 296–299]. Задачей традиционного человека было приспособление к миру, адаптация к внешним условиям, выживание в природной среде. Его сознание не выходило за эти рамки. Иными словами, он существовал в органическом мире. В свою очередь, у рационального человека есть целеполагание, стремление к преобразованию мира. Он готов к изменениям, трансформациям окружающей среды в своих интересах. Рациональный человек живёт в техническом мире — мире средств для достижения поставленных целей. *Homo oeconomicus* соответствует указанным характеристикам. Это рациональный человек, эффективно использующий ресурсы. Ю. А. Левада поднимает важный вопрос о том, почему черты *Homo oeconomicus* представлялись многим учёным середины XVIII — середины XX веков настолько естественными, что рассматриваемая модель, по сути, отождествлялась ими с реальностью [Левада 2016b: 276–277, 279]. Правдоподобный ответ можно найти в трудах К. Поланьи, указавшего на процесс разукоренения экономического действия, то есть постепенного обретения им именно в этот период автономности от социальных отношений [Поланьи 2002]. Иными словами, в определённый промежуток времени история совпала с абстракцией [Левада 2016b: 286]. Более того, выход *Homo oeconomicus* за пределы экономической сферы открыл дорогу экономическому империализму, то есть применению методологии экономической теории к изучению широкого круга аспектов человеческого поведения [Беккер 1993]. Таким образом, рассматриваемая модель стала сильнейшим аналитическим инструментом XX века.

Тем не менее со второй половины XX века модель *Homo oeconomicus* систематически подвергается всесторонней критике. Чаще всего противники экономического человека указывают на нереалистич-

ность его характеристик для современных хозяйства и общества. Эти черты плохо отражают текущие явления и процессы. По мнению Ю. А. Левады, *Homo oeconomicus* не умрёт потому, что «так не бывает» [Левада 2016d: 303]. Любая модель — это абстракция, не существующая в реальной жизни. Ю. А. Левада считает, что уходит не экономический человек, а миф о его универсальности и могуществе [Левада 2016d: 305]. В современном обществе человеческий мир характеризуется многообразием, исследователи ищут новые модели для описания и объяснения реальности. Не только в смежных научных дисциплинах, но и в самой экономической теории происходит постепенное движение от *Homo oeconomicus* к *Homo sapiens* [Талер 2014]. В свою очередь, Ю. А. Левада говорит о модели «постэкономический человек». «Он ценит досуг, а не работу, сохранение статуса, а не достижение новых благ, покой, а не деятельность и т. д.» [Левада 2016d: 304]. В отличие от традиционного человека, который смотрел назад, ориентировался на образцы прошлого, и *экономического человека*, устремлённого вперёд, к построению будущего своими руками, постэкономический человек оглядывается по сторонам, соотносит свои действия с окружающими. Эта модель сугубо социологична, однако Ю. А. Левада видит в её использовании риск впасть в крайность, противоположную *Homo oeconomicus*. Такой подход вряд ли можно назвать продуктивным. Пересоциализованная концепция человеческого действия [Грановеттер 2002], появление ещё одного «монстра социальных наук» [Вайзе 1993] имеет не меньше недостатков, чем модель «экономический человек».

* * *

Ю. А. Левада — яркий представитель отечественной социологии. Его теоретико-методологические работы характеризуются глубокой рефлексией и проблематизацией важных элементов моделирования хозяйственных и общественных процессов. Экономическая социология Ю. А. Левады находится на пересечении традиций советских и западных научных школ. С одной стороны, в ней ярко проявляются примат макроподхода, свойственный работам К. Маркса и Т. Парсонса, структурализм и историцизм [Радаев 2007]. С другой стороны, Ю. А. Левада постепенно смещает фокус на микроуровень, обращается к изучению человеческого действия, что присуще западной экономической социологии второй половины XX века. Иными словами, перед нами оригинальный подход к анализу хозяйства и общества. Его нельзя свести ни к новой (американской) экономической социологии, ни к Новосибирской экономико-социологической школе, ни к другим советским школам Москвы и Ленинграда.

В наиболее известных работах Ю. А. Левада стремится идти от эмпирики, осмыслять действительность. Изучение общественных процессов в Советском Союзе и современной России является визитной карточкой этого исследователя. Сюжетам, которые наиболее полно соответствуют тематике экономической социологии, повезло несколько меньше. Ключевые достижения Ю. А. Левады в этой области ограничиваются теоретико-методологическими аспектами. Возможно, ему просто не хватило времени реализовать свою экономико-социологическую программу на эмпирическом уровне. Соответствующая работа со специально собранными данными внесла бы значительный вклад в отечественную науку. Однако нельзя исключать и вероятность возникновения проблемы перехода с теоретико-методологического на эмпирический уровень. Опора на терминологический аппарат макросоциологии, как правило, затрудняет операционализацию основных понятий. Тем не менее надеемся, что представленная рецензия вызовет у читателей интерес к знакомству с экономико-социологическими работами Ю. А. Левады и, возможно, к проведению собственных эмпирических исследований в их русле.

Литература

Автономов В. С. 1998. *Модель человека в экономической науке*. СПб.: Экономическая школа.

Беккер Г. 1993. Экономический анализ и человеческое поведение. *THESIS*. 1: 24–40.

Вайзе П. 1993. *Homo economicus* и *Homo sociologicus*: монстры социальных наук. *THESIS*. 3: 115–130.

Вебер М. 1990. Основные социологические понятия. В сб.: Вебер М. *Избранные произведения*. М.: Прогресс; 602–633.

Вебер М. 2005. Хозяйство и общество. Глава II: Основные социологические категории хозяйствования. *Экономическая социология*. 6 (1): 46–68. URL: https://ecsoc.hse.ru/2005-6-1.html

Грановеттер М. 2002. Экономическое действие и социальная структура: проблема укоренённости. *Экономическая социология*. 3 (3): 44–58. URL: https://ecsoc.hse.ru/2002-3-3.html

Гудков Л. Д. 2016. Социология Юрия Левады. В сб.: Левада Ю. А. *Время перемен: Предмет и позиция исследователя*. М.: Новое литературное обозрение; 5–45.

Димаджио П. 2004. Культура и хозяйство. *Экономическая социология*. 5 (3): 45–65. URL: https://ecsoc.hse.ru/2004-5-3.html

Заславская Т. И. 2007. Развитие Новосибирской экономико-социологической школы как процесс формирования новой методологии изучения российского общества. В сб.: Радаев В. В., Добрякова М. С. (отв. ред.). *Экономическая социология: автопортреты*. М.: Изд. дом ВШЭ; 454–485.

Левада Ю. А. 2016a. Культурный контекст экономического действия. В сб.: Левада Ю. А. *Время перемен: Предмет и позиция исследователя*. М.: Новое литературное обозрение; 306–316.

Левада Ю. А. 2016b. Проблемы экономической антропологии у К. Маркса. В сб.: Левада Ю. А. *Время перемен: Предмет и позиция исследователя*. М.: Новое литературное обозрение; 275–291.

Левада Ю. А. 2016c. Социальные рамки экономического действия. В сб.: Левада Ю. А. *Время перемен: Предмет и позиция исследователя*. М.: Новое литературное обозрение; 265–274.

Левада Ю. А. 2016d. *Homo oeconomicus*, или Судьба одного призрака. В сб.: Левада Ю. А. *Время перемен: Предмет и позиция исследователя*. М.: Новое литературное обозрение; 292–305.

Парсонс Т. 2002. *О социальных системах*. М.: Академический проект.

Парсонс Т., Смелсер Н. 2011. Хозяйство и общество. *Экономическая социология*. 12 (4): 33–36. URL: https://ecsoc.hse.ru/2011-12-4.html

Поланьи К. 1993. Саморегулирующийся рынок и фиктивные товары: труд, земля и деньги. *THESIS*. 2: 10–17.

Поланьи К. 2002. Экономика как институционально оформленный процесс. *Экономическая социология*. 3 (2): 62–73. URL: https://ecsoc.hse.ru/2002-3-2.html

Радаев В. В. 2002. Ещё раз о предмете экономической социологии. *Экономическая социология*. 3 (3): 21–34. URL: https://ecsoc.hse.ru/2002-3-3.html

Радаев В. В. 2007. Экономическая социология в России: становление, институционализация и основные направления исследований. В сб.: Радаев В. В., Добрякова М. С. (отв. ред.). *Экономическая социология: автопортреты*. М.: Изд. дом ВШЭ; 379–413.

Сведберг Р., Смелсер Н. 2003. Социологический подход к анализу хозяйства. *Экономическая социология*. 4 (4): 48–61. URL: https://ecsoc.hse.ru/2003-4-4.html

Смит А. 2016. *Исследование о природе и причинах богатства народов*. М.: Эксмо.

Талер Р. 2014. От *Homo economicus* к *Homo sapiens*. *Логос*. 1: 141–154.

Bostaph 1978. The Methodological Debate Between Carl Menger and the German Historicists. *Atlantic Economic Journal*. 6 (3): 3–16.

Maxim Markin

Lesser-Known Papers by a Well-Known Researcher of Russian Society: Yury Levada's Ideas on Economic Sociology

Book Review: Levada Y. A. (2016) *Vremya peremen: Predmet i pozitsiya issledovatelya* [A Time of Changes: The Subject and Researcher's Attitude], Moscow: New Literary Observer Publishing House. 872 p.

MARKIN, Maxim — Lecturer, Department of Sociology; Junior Research Fellow, Laboratory for Studies in Economic Sociology, National Research University Higher School of Economics (HSE). Address: 20 Myasnitskaya str., 101000, Moscow, Russian Federation.

Email: mmarkin@hse.ru

2016 marked the 10th anniversary of the death of a well-known researcher of the Russian society, Yury Levada. His book *A Time of Changes: The Subject and Researcher's Attitude* was published to commemorate his work. The book consists of both well-known and lesser-known papers, including papers in economic sociology.

In "Social Frames of Economic Action" (1980), Levada defines the subject of economic sociology, explains the role of the society and culture in the economy, and demonstrates the historicity of rationality. These ideas are developed in his "Cultural Context of Economic Action" (1984). In this paper, Levada points out that human needs are embedded into culture, whereas economic exchange is loaded by cultural meanings. In "Homo oeconomicus, or The Fate of a Phantom" (1977), the key characteristics of Homo oeconomicus and the prospective use of this model are highlighted. "The Problems of Economic Anthropology by K. Marx" (1983) also includes Levada's reflections on the assumptions of Homo oeconomicus and the discrepancies between this model and real life.

What makes Levada's approach unique is that, on one hand, his ideas in economic sociology follow the tradition of the Soviet sociology (a complex mix of Marxism and structural functionalism). On the other hand, these ideas are developed to the micro level, close to the stream of the new economic sociology.

Keywords: economic sociology; social frames of economic action; cultural context of economic action; Homo oeconomicus; economic anthropology; Yury Levada

Acknowledgements

This article is an output of a research project implemented as part of the Basic Research Program at the National Research University Higher School of Economics (HSE) in 2018.

References

Avtonomov V. S. (1998). *Model cheloveka v ekonomicheskoy nauke* [Model of a Man in Economic Science], St. Petersburg: Ekonomicheskaya shkola (in Russian).

Becker G. (1993) Ekonomichesky analiz i chelovecheskoe povedenie [Economic Analysis and Human Behavior]. *THESIS*, no 1, pp. 24–40 (in Russian).

Bostaph (1978) The Methodological Debate Between Carl Menger and the German Historicists. *Atlantic Economic Journal*, vol. 6, no 3, pp. 3–16.

DiMaggio P. (2004) Kultura i khozyaystvo [Culture and Economy]. *Journal of Economic Sociology = Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 5, no 3, pp. 45–65. Available at: https://ecsoc.hse.ru/2004-5-3.html (accessed 25 November 2017) (in Russian).

Granovetter M. (2002) Ekonomicheskoe deystvie i sotsialnaya struktura: problema ukorenennosti [Economic Action and Social Structure: The Problem of Embededdness]. *Journal of Economic Sociology = Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 3, no 3, pp. 44–58. Available at: https://ecsoc.hse.ru/2002-3-3.html (accessed 25 November 2017) (in Russian).

Gudkov L. D. (2016) Sotsiologiya Yuriya Levady [Yury Levada's Sociology]. In: Levada Yu. A. 2016. *Vremya peremen: Predmet i pozitsiya issledovatelya* [A Time of Changes: The Subject and Researcher's Attitude], Moscow: ew Literary Observer Publishing House, pp. 5–45 (in Russian).

Levada Yu. A. (2016a) Kulturnyy kontekst ekonomicheskogo deystviya [Cultural Context of Economic Action]. *Vremya peremen: Predmet i pozitsiya issledovatelya [A Time of Changes: The Subject and Researcher's Attitude]*. Moscow: New Literary Observer Publishing House, pp. 306–316 (in Russian).

Levada Yu. A. (2016b) Problemy ekonomicheskoi antropologii u K. Marksa [The Problems of Economic Anthropology by K. Marx]. *Vremya peremen: Predmet i pozitsiya issledovatelya* [A Time of Changes: The Subject and Researcher's Attitude], Moscow: New Literary Observer Publishing House, pp. 275–291 (in Russian).

Levada Yu. A. (2016c) Sotsialnye ramki ekonomicheskogo deystviya [Social Frames of Economic Action]. *Vremya peremen: Predmet i pozitsiya issledovatelya* [A Time of Changes: The Subject and Researcher's Attitude], Moscow: New Literary Observer Publishing House, pp. 265–274 (in Russian).

Levada Yu. A. (2016d) *Homo oeconomicus*, ili Sudba odnogo prizraka [*Homo oeconomicus*, or The Fate of a Phantom]. *Vremya peremen: Predmet i pozitsiya issledovatelya* [A Time of Changes: The Subject and Researcher's Attitude], Moscow: New Literary Observer Publishing House, pp. 292–305 (in Russian).

Parsons T. (2002) *O sotsialnykh sistemakh* [The Social System], Moscow: Akademichesky proekt (in Russian).

Parsons T., Smelser N. (2011) Khozyaystvo i obschestvo [Economy and Society]. *Journal of Economic Sociology = Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 12, no 4, pp. 33–36. Available at: https://ecsoc.hse.ru/2011-12-4.html (accessed 25 November 2017) (in Russian).

Polanyi K. (1993) Samoreguliruyushchiysya rynok i fiktivnye tovary: trud, zemlya i dengi [The Self-Regulating Market and the Fictitious Commodities: Labor, Land and Money]. *THESIS*, no 2, pp. 10–17 (in Russian).

Polanyi K. (2002) Ekonomika kak institutsionalno oformlennyy protsess [Economy as Instituted Process]. *Journal of Economic Sociology = Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 3, no 2, pp. 62–73. Available at: https://ecsoc.hse.ru/2002-3-2.html (accessed 25 November 2017) (in Russian).

Radaev V. V. (2002) Eshche raz o predmete ekonomicheskoy sotsiologii [Once More about the Subject of Economic Sociology]. *Journal of Economic Sociology = Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 3, no 3, pp. 21–34. Available at: https://ecsoc.hse.ru/2002-3-3.html (accessed 25 November 2017) (in Russian).

Radaev V. V. (2007) Ekonomicheskaya sotsiologiya v Rossii: stanovlenie, institutsionalizatsiya i osnovnye napravlemniya issledovanii [Economic Sociology in Russia: Formation, Institutionalization and Main Research Directions]. *Ekonomicheskaya Sotsiologiya: Avtoportrety* [Economic Sociology: Self Portraits] (eds. V. V. Radaev, M. S. Dobryakova), Moscow: HSE Publishing House, pp. 379–413 (in Russian).

Smith A. (2016) *Issledovanie o prirode i prichinakh bogatstva narodov* [An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations], Moscow: Eksmo (in Russian).

Swedberg R., Smelser N. (2003) Sotsiologichesky podkhod k analizu khozyaystva [The Sociological Perspective on the Economy]. *Journal of Economic Sociology = Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 4, no 4, pp. 48–61. Available at: https://ecsoc.hse.ru/2003-4-4.html (accessed 25 November 2017) (in Russian).

Thaler R. (2014) Ot *Homo economicus* k *Homo sapiens* [From *Homo Economicus* to *Homo Sapiens*]. *Logos*, no 1, pp. 141–154 (in Russian).

Weber M. (1990) Osnovnye sotsiologicheskie ponyatiya [Key Sociological Terms]. *Izbrannye proizvedeniya* [Selected Papers], Moscow: Progress; 602–633 (in Russian).

Weber M. (2005) Khozyaistvo i obschestvo. Glava II. Osnovnye sotsiologicheskie kategorii khozyaistvovaniya [Economy and Society. Ch. II. Sociological Categories of Economic Action]. *Journal of Economic Sociology = Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 6, no 1, pp. 46–68. Available at: https://ecsoc.hse.ru/2005-6-1.html (accessed 25 November 2017) (in Russian).

Weise P. (1993) *Homo economicus* i *Homo sociologicus*: monstry sotsialnykh nauk [*Homo economicus* and *Homo sociologicus*: Monsters of Social Sciences]. *THESIS*, no 3, pp. 115–130 (in Russian).

Zaslavskaya T. I. (2007) Razvitie Novosibirskoi ekonomiko-sotsiologicheskoy shkoly kak protsess formirovaniya novoi metodologii izucheniya rossiyskogo obschestva [The Development of Novosibirsk Economic-Sociological School as a Process of Formation of the New Methodology of Studying Russian Society]. *Ekonomicheskaya Sotsiologiya: Avtoportrety* [Economic Sociology: Self Portraits] (eds. V. V. Radaev, M. S. Dobryakova), Moscow: HSE Publishing House, pp. 454–485 (in Russian).

Received: November 25, 2017.
Citation: Markin M. (2018) Maloizvestnye raboty znamenitogo issledovatelya rossiyskogo obshchestva: ekonomiko-sotsiologicheskie idei Yuriya Levady [Lesser-Known Papers by a Well-Known Researcher of Russian Society: Yury Levada's Ideas on Economic Sociology. Book Review on Levada Y. A. 2016. Vremya peremen: Predmet i pozitsiya issledovatelya [A Time of Changes: The Subject and Researcher's Attitude], Moscow: New Literary Observer Publishing House. 872 p.]. *Journal of Economic Sociology = Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 18, no 1, pp. 204–213. doi: 10.17323/1726-3247-2018-1-206-215 (in Russian).

CONFERENCES

REGIONAL STUDIES ASSOCIATION ANNUAL CONFERENCE 2018

A World of Flows—Labour Mobility, Capital and Knowledge in an Age of Global Reversal and Regional Revival

3rd – 6th June 2018, Università della Svizzera Italiana, Lugano, Switzerland

Abstract submission deadline: 23rd February 2018

In January 2017, the editorial of the 50th anniversary issue of Regional Studieslaunched – under the title "Global reversal, regional revival?" – a timely debate about regions and their development in a changing world where global trade and capital flows have been challenged. At the same time, The Economist presented evidence of capital flows shifting from foreign direct investments by multinational companies to new and more decentralised strategies such as an increasing focus on the establishment of national franchises, as well as the growing success of SMEs by means of utilizing e-commerce. New models of international business are emerging, and these have evolved in response to changing technologies, political shifts, the territorial awakening of some regions, and changing consumer demands—including calls for a more overt attempt to address sustainability and social justice at the national scale.

In this context, we need to better understand the nature and fabric of a footloose world. We know that transport and communication technologies continue to progress, information is ubiquitous and the data deluge is growing over time, while at the same time economically valuable knowledge continues to be sticky. On the one hand production factors remain highly mobile and this mobility is expressed in ways that are often unexpected, while on the other hand a rise of local culture and awareness, and tendencies towards increasing protectionism and nationalism is clearly observable. Nonetheless, migration pressures remain evident both within firms seeking new labour and amongst individuals seeking out a better life, capital investments continue to be borderless and the world of tourism booms.

The 2018 RSA Annual Conference aims to address processes of global reversal and regional revival, in a world dominated by flows of capital, labor, and knowledge. Further it seeks to understand the political, economic and social factors that initiate change and how these changes are finding new expressions as the world's political and economic system continues to struggle with low rates of global economic growth, the rise of China as an economic super power, the on-going impacts of recession and austerity, and increasing levels of inequality.

To study and debate these and many other questions, we warmly invite the regional studies/science and connected communities to join us at the 2018 RSA Annual Conference in Lugano, Switzerland.

Conference themes

A. Innovation and knowledge economies
B. Spatial planning and infrastructure

C. Labour markets, migration and borders
D. Location and relocation of economic activities
E. Mobility, urban and rural development
F. Tourism, events and culture
G. Sustainability, climate change and environment
H. Regional development policy
I. Agglomeration, clusters and externalities
J. Smart specialisation and the evolution of regional economies
K. Regional well-being, ageing and demography
L. Urban and regional theory, methodology and data
M. Regional and international trade
N. Networks and regional development
O. Entrepreneurship, start-ups and business climate
P. Financial crisis, austerity and resilience
Q. Regional challenges in health and education
R. Territorial governance and institutions
S. Housing, inequality and social justice
T. Developing area studies
U. Leading Change in Cities, Regions and Contested Spaces
V. Industry policy and the transition to carbon-constrained development
W. The emergence of the BRIC economies
X. Governments, Governance and Metagovernance: The Politics and Policy of Regions

We welcome papers from all—academics, researchers, students, and those working in policy and practice. The event is inclusive and offers networking opportunities for all in our field. The organisers welcome proposals for special sessions, themed workshops and innovative forms of networking and collaboration.

If you would like to organise or offer a session to the conference, please contact Wanda Miczorek at **wanda.miczorek@regionalstudies.org**

Abstract Submission Details

Please submit proposals for papers in the form of a 250-word abstract (text only) through the RSA conference portal by Friday **23rd February 2018**. Proposals will be considered by the Conference Programme Committee against the criteria of originality, interest and subject balance.

Academic Organiser: Prof. Rico Maggi, Instituto Ricerche Economiche IRE, Università della Svizzera italiana

RSA Organiser: Wanda Miczorek: wanda.miczorek@regionalstudies.org +44 (0)1273 698 017

More information at www.regionalstudies.org/conferences/conference/rsa-lugano-2017. To join the conversation on twitter, please use #RSALUGANO

Экономическая социология
Т. 19. № 1.
Январь 2018

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

ISSN 1726-3247

Адрес редакции

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

Доступ к журналу

- Доступ ко всем номерам журнала — постоянный, свободный и бесплатный.
- Каждый номер содержится в едином файле (10–12 п. л. в PDF).
- Если хотите, чтобы Вас оповещали о выходе очередного номера, пожалуйста, заполните форму подписки: https://www.hse.ru/expresspolls/poll/23725626.html

Journal of Economic Sociology
Vol. 19. No 1.
January 2018

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

ISSN 1726-3247

Contacts

20 Myasnitskaya street,
room 406
101000 Moscow,
Russian Federation
phone: +7 (495) 628-48-86
email: ecsoc@hse.ru

Open Access Policy

- All issues of the Journal of Economic Sociology are always open and free access.
- Each entire issue is downloadable as a single PDF file.
- If you wish to receive notification when new issues are published, please fill out the following form: https://www.hse.ru/expresspolls/poll/23725626.html