

Т. 15. № 1. Январь 2014

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



ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СОЦИОЛОГИЯ

ISSN 1726-3247



Читайте в номере:

«Органический» дарообмен и трансплантация органов, развитие экономической социологии и мораль в мире, управляемом деньгами:
интервью с Филиппом Штайнером

Мартыненко П. А., Рошина Я. М.

Структура потребления алкоголя как индикатор социальной группы в современных российских городах

Шиллер Р. Финансы и идеальное государство

**Белянин А. В., Бобкова Н. В.,
Эгберт Х., Косалс Л. Я.**

Экспериментальные методы исследования коррупции в экономических и социологических науках

Адрес редакции

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



Contacts

20 Myasnitskaya street,
room 406
Moscow, RI Moscow
10100 Russian Federation
phone: (495) 628-48-86
email: ecsoc@hse.ru

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

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

Журнал представляет собой специализированное академическое издание. В нём публикуются материалы, отражающие современное состояние экономической социологии и способствующие развитию данной области в её современном понимании. В числе приоритетных тем: теоретические направления экономической социологии, социологические исследования рынков и организаций, социально-экономические стратегии индивидов и домашних хозяйств, неформальная экономика. Также публикуются тексты из смежных дисциплин — 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).

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Экономическая
социология
Т. 15. № 1.
Январь 2014

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

ISSN 1726-3247

Журнал выходит
пять раз в год:

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

Учредители:

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

Издается с 2000 года



НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

Редакция

Главный редактор:

Редактор выпуска:

Вёрстка:

Корректор:

Ответственный
секретарь:

Сотрудники
редакции:

Радаев Вадим Валерьевич (НИУ ВШЭ, Россия)

Соколова Татьяна Виленовна (НИУ ВШЭ, Россия)

Мишина Мария Евгеньевна (Россия)

Андрianова Надежда Викторовна (НИУ ВШЭ, Россия)

Котельникова Зоя Владиславовна (НИУ ВШЭ, Россия)

Бердышева Елена Сергеевна (НИУ ВШЭ, Россия)

Назарбаева Елена Алексеевна (НИУ ВШЭ, Россия)

Международный редакционный совет

Ашвин Сара
(Ashwin, Sarah)

Гербер Тед
(Gerber, Ted)

Гусева Аля (Guseva, Alya)

Зависка Джейн (Zavisca, Jane)

Линднер Петер
(Lindner, Peter)

Свадер Кристофер
(Swader, Christopher)

Якубович Валерий
(Yakubovich, Valery)

Лондонская школа экономики и политических наук
(Великобритания)

Висконсинский университет в Мэдисоне
(США)

Университет Бостона (США)

Университет Аризоны (США)

Университет Франкфурта-на-Майне
им. И. В. Гёте (Германия)

НИУ ВШЭ (Россия)

Бизнес-школа ESSEC (Франция)

Редакционный совет

Богомолова
Татьяна Юрьевна

Веселов
Юрий Васильевич

Волков
Вадим Викторович

Гимпельсон
Владимир Ефимович

Лапин
Николай Иванович

Малева
Татьяна Михайловна

Овчарова
Лилия Николаевна

Радаев
Вадим Валерьевич
(главный редактор)

Рывкина
Розалина Владимировна

Хахулина
Людмила Александровна

Чепуренко Александр Юльевич

Шанин Теодор

Шкарата Овсей Ирмович

Институт экономики и организации промышленного производства СО РАН (Россия)

Санкт-Петербургский государственный университет (Россия)

Европейский университет
в Санкт-Петербурге (Россия)

НИУ ВШЭ (Россия)

Институт философии РАН (Россия)

Институт социального анализа
и прогнозирования РАНХиГС (Россия)

Независимый институт социальной
политики (Россия)

НИУ ВШЭ (Россия)

НИУ ВШЭ (Россия)

Аналитический центр Юрия Левады
(Россия)

НИУ ВШЭ (Россия)

Московская Высшая школа
социальных и экономических наук (Россия)

НИУ ВШЭ (Россия)

"Economic Sociology" is a bimonthly journal released in five issues in annual volume.

No. 1 — January
No. 2 — March
No. 3 — May
No. 4 — September
No. 5 — November

Establishers

- National Research University Higher School of Economics
- Vadim Radaev



NATIONAL RESEARCH
UNIVERSITY

Editors

Editor-in-Chief:

Vadim Radaev (HSE, Russia)

Editor:

Tatyana Sokolova (HSE, Russia)

Design and Making-up:

Maria Mishina (Russia)

Proofreader:

Nadezda Andrianova (HSE, Russia)

Managing Editor:

Zoya Kotelnikova (HSE, Russia)

Editorial Staff:

Elena Berdysheva (HSE, Russia),

Elena Nazarbaeva (HSE, Russia)

International Editorial Council

Sarah Ashwin

The London School of Economics and Political Science (UK)

Ted Gerber

University of Wisconsin-Madison (USA)

Alya Guseva

Boston University (USA)

Peter Lindner

Goethe University Frankfurt (Germany)

Christopher Swader

HSE (Russia)

Valery Yakubovich

ESSEC Business School (France)

Jane Zavisca

The University of Arizona (USA)

Editorial Council

Tatyana Bogomolova

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

Alexander Chepureko

HSE (Russia)

Vladimir Gimpelson

HSE (Russia)

Lyudmila Khakhulina

Yuri Levada Analytical Center (Russia)

Nikolay Lapin

Institute of Philosophy of Russian Academy of Sciences (Russia)

Tatyana Maleva

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

Lilia Ovcharova

Independent Institute for Social Policy (Russia)

Vadim Radaev (Editor-in-Chief)

HSE (Russia)

Rozalina Ryvkina

HSE (Russia)

Theodor Shanin

Moscow School of Social and Economic Sciences (Russia)

Ovsey Shkaratan

HSE (Russia)

Yuriy Veselov

Saint Petersburg State University (Russia)

Vadim Volkov

European University at Saint Petersburg (Russia)

Содержание

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

Интервью

«Органический» дарообмен и трансплантация органов,
развитие экономической социологии и мораль в мире,
управляемом деньгами: интервью с Филиппом Штайнером (перевод *E. Назарбаевой*) 11

Новые тексты

П. А. Мартыненко, Я. М. Роцина

Структура потребления алкоголя как индикатор социальной группы
в современных российских городах 20

Новые переводы

P. Шиллер

Финансы и идеальное государство (перевод *Ю. Каптуревского*) 43

Расширение границ

А. В. Белянин, Н. В. Бобкова, Х. Эгберт, Л. Я. Косалс

Экспериментальные методы исследования коррупции
в экономических и социологических науках 61

Профессиональные обзоры

Т. С. Карабчук, М. В. Никитина, В. П. Ремезкова, Н. Э. Соболева

Как оценить стоимость человеческой жизни? 89

Новые книги

А. В. Черныш

Объединяй, направляй и властвуй: о роли социальных навыков
в конструировании локальных социальных порядков

Рецензия на книгу: Fligstein N., McAdam D. 2012.

A Theory of Fields. New York: Oxford University Press 107

Исследовательские проекты

М. А. Маяцкий

Труд, знание и досуг в постиндустриальном обществе 116

Конференции

Inaugural World Interdisciplinary Network for Institutional Research (WINIR) Conference «Institutions that Change the World», 11–14 September 2014, Old Royal Naval College, Greenwich, London, UK.....	126
---	-----

Приложение (на английском языке)

Interviews

“Organic” Gift-Giving and Organ Transplantation, the Development of Economic Sociology and Morality in a Super-Monetized World: An Interview with Philippe Steiner.....	128
---	-----

New Texts

<i>P. Martynenko, Y. Roshchina</i> Patterns of Alcohol Consumption as a Social Group Indicator in Modern Russian Cities.....	134
--	-----

Contents

Editor's Foreword (*Vadim Radaev*) 9

Interviews

"Organic" Gift-Giving and Organ Transplantation,
the Development of Economic Sociology and Morality
in a Super-Monetized World: An Interview with Philippe Steiner
(translated by *Elena Nazarbaeva*) 11

New Texts

Petr Martynenko, Yana Roshchina
Patterns of Alcohol Consumption
as a Social Group Indicator in Modern Russian Cities 20

New Translations

Robert Shiller
Finance and the Good Society (an excerpt) (translated by *Yuri Kapturevsky*) 43

Beyond the Borders

Alexei Belianin, Nina Bobkova, Henrik Egbert, Leonid Kosals
Experimental Methods of Research on Corruption in Economic Theory and Sociology 61

Professional Reviews

Tatyana Karabchuk, Marina Nikitina, Victoriya Remezkova, Natalya Soboleva
How to Evaluate the Value of Human Life? 89

New Books

Anna Chernysh
Uniting, Leading, and Ruling: Social Skill
and the Construction of Local Social Orders
A Review on Book: Fligstein N., McAdam D. 2012.
A Theory of Fields. New York: Oxford University Press 107

Research Projects

Michail Maiatsky
Labor, Knowledge and Leisure in Postindustrial Society 116

Conferences

- Inaugural World Interdisciplinary Network for Institutional Research (WINIR)
Conference «Institutions that Change the World», 11–14 September 2014,
Old Royal Naval College, Greenwich, London, UK 126

Supplements (in English)

Interviews

- “Organic” Gift-Giving and Organ Transplantation,
the Development of Economic Sociology and Morality
in a Super-Monetized World: An Interview with Philippe Steiner 128

New Texts

- Petr Martynenko, Yana Roshchina
*Patterns of Alcohol Consumption
as a Social Group Indicator in Modern Russian Cities* 134

ВР ВСТУПИТЕЛЬНОЕ СЛОВО ГЛАВНОГО РЕДАКТОРА



Представляем первый в наступившем году номер нашего журнала. В нём продолжаются изменения. В этом номере впервые появляется приложение к журналу на английском языке. Это не означает, что мы планируем отказаться от русскоязычного издания. У журнала сложилась своя аудитория, и мы ею дорожим. Речь идёт о постепенном переходе журнала в двуязычный формат, контуры которого начнут складываться в ходе наступившего 2014 г. Какие-то статьи будут выходить параллельно на двух языках, что-то останется только на русском. Соотношение основной части и английского приложения со временем изменится, объём приложения увеличится. Мы приступаем к ступенчатой интернационализации журнала без потери фундамента в лице русскоговорящего профессионального сообщества.

В рубрике «**Интервью**» публикуется беседа с *Филиппом Штайнером* (Philippe Steiner), профессором социологии Университета Париж-Сорбонна. Учёный рассказывает о том, как пришёл в экономическую социологию, и о причинах её популярности во Франции, о своих исследованиях донорства и трансплантации органов в современном обществе, о политических и моральных вопросах, которые возникают перед исследователем этого деликатного предмета. Провёл интервью *К. Свoder*. Перевод *Е. А. Назарбаевой*.

В рубрике «**Новые тексты**» выходит статья *П. А. Мартыненко* (студент магистратуры факультета социологии НИУ ВШЭ) и *Я. М. Роциной* (доцент кафедры экономической социологии НИУ ВШЭ) «Структура потребления алкоголя как индикатор социальной группы в современных российских городах». В статье рассматривается взаимосвязь структуры потребления алкогольных напитков населением городов России и различных характеристик потребителей, в том числе социального класса, к которому они принадлежат. Эмпирической базой исследования являются данные за 2000–2010 гг. Российского индекса целевых групп, собираемого компанией Synovate Comcon. Результаты исследования подтвердили различия в структуре потребления алкогольных напитков разных социальных групп в России, прежде всего гендерных, возрастных и образовательно-доходных.

В рубрике «**Новые переводы**» журнал публикует фрагмент книги *Роберта Шиллера* (Robert J. Shiller), профессора экономики Йельского университета, «Финансы и идеальное государство» («Finance and the Good Society»). Автор, причастный к созданию индекса внутренних цен Standard & Poor's (индекс Кейса—Шиллера), задаётся вопросом: каким образом можно заставить финансовые институты работать на благо общества? Р. Шиллер ставит под сомнение неизбежный характер финансового капитализма и его кажущееся глубокое противоречие идеальному государству, а также пытается показать отличительные черты финансового капитализма, приобретаемые в эпоху информационного общества. Перевод *Ю. Каптуревского*. Публикуется с разрешения Издательства Института Гайдара.

В нашей рубрике «**Расширение границ**» мы публикуем статью «Экспериментальные методы исследования коррупции в экономических и социологических науках». В числе авторов — *А. В. Белянин* (заведующий Лабораторией экспериментальной и поведенческой экономики НИУ ВШЭ), *Н. В. Бобкова* (аспирантка Университета Гессена, Германия), *Л. Я. Косалс* (старший научный сотрудник Лаборатории экономико-социологических исследований, ординарный профессор НИУ ВШЭ), *Х. Эгберт* (профессор Университета Анхальта, Германия). В статье описывается опыт использования экспериментальных методов применительно к проблеме коррупции и показывается, что наряду с использованием традиционных социологических методов это позволяет решать новые исследовательские задачи. Выводы иллюстрируются на материале экспериментального исследования коррупции в российской полиции.

Рубрика «**Дебюты**» в данном номере отсутствует (впервые с начала выхода журнала в 2000 г.). Мы пока не отказываемся от неё окончательно, скорее, она утрачивает свой регулярный статус.

В рубрике «**Профессиональные обзоры**» публикуется материал, подготовленный группой авторов под руководством *Т. С. Карабчук* (доцент кафедры экономической социологии, заместитель заведующего Лабораторией сравнительных социальных исследований НИУ ВШЭ). В обзоре представлены разные методы оценки стоимости человеческой жизни в количественном выражении в разных странах. Такая оценка необходима для определения размера компенсационных выплат в случаях аварий, катастроф, террористических актов; для деятельности страховых служб; для проведения выработки и осуществления продуманной политики в сферах здравоохранения и производственной безопасности. Сравнение стоимости человеческой жизни в России и за рубежом позволяет сделать вывод о том, что в настоящий момент жизнь россиян существенно недооценивается.

В рубрике «**Новые книги**» рецензируется очень важная книга *Н. Флигстина и Д. Макадама* «Теория полей» («A Theory of Fields». Oxford University Press, 2012). Книга, вызревавшая около 20 лет, является итоговым обобщением теоретических взглядов авторов. Представленная в ней теория полей стратегического действия раскрывает вопрос конструирования локальных социальных порядков — их возникновения, стабилизации, институционализации и трансформации. Рецензия подготовлена *А. В. Черныш* (соискатель кандидатской степени, Европейский университет в Санкт-Петербурге).

В рубрике «**Исследовательские проекты**» рассказывается о проекте «“Когнитивный капитализм” через призму культурных практик и дискурсов (сравнительный подход)» организованной в НИУ ВШЭ научно-учебной группы «Труд, знание, досуг в постиндустриальном обществе» (руководитель — *М. А. Маяцкий*).

Рубрика «**Учебные программы**» в данном номере также отсутствует. За прошедшие годы она выполнила свою «просветительскую» функцию и, скорее всего, будет закрыта.

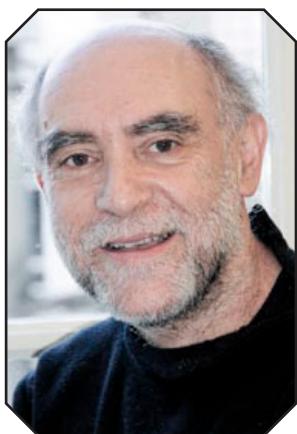
В рубрике «**Конференции**» мы привлекаем внимание читателя к первой конференции недавно возникшей исследовательской сети — Всемирной междисциплинарной сети институциональных исследований (World Interdisciplinary Network for Institutional Research, WINIR). В числе главных организаторов — Джейфри Ингэм (Geoffrey Ingham). Тема конференции: «Институты, которые меняют мир», а пройдёт она 11–14 сентября 2014 г. в Лондоне.

* * *

Итак, из журнала начали исчезать некоторые рубрики. Другие рубрики будут расширяться или трансформироваться. Жизнь не стоит на месте, и мы вместе с ней.

ИНТЕРВЬЮ

«Органический» дарообмен и трансплантация органов, развитие экономической социологии и мораль в мире, управляемом деньгами: интервью с Филиппом Штайнером



ШТАЙНЕР Филипп
(Steiner, Philippe) — профессор социологии Университета Париж-Сорбонна. Адрес: 75006 Франция, г. Париж, ул. Серпант, 28.

Email: philippe.steiner@paris-sorbonne.fr

Перевод с англ. Елены Назарбаевой.

Интервью с Филиппом Штайнером, профессором социологии Университета Париж-Сорбонна, состоялось в рамках конференции «*Embeddedness and Beyond: Do Sociological Theories Meet Economic Realities?*» («Укоренённость и за её пределами: объясняют ли социологические теории экономическую реальность?»), проходившей в Москве 25–28 октября 2012 г., на которой Ф. Штайнер являлся сопредседателем мини-конференции «*Market Society and Moral Order*» («Рыночное общество и моральный порядок»). Интервью провёл Крис Сводер, доцент факультета социологии Высшей школы экономики (Москва).

В рамках интервью Ф. Штайнер рассказал о своём профессиональном пути и становлении в качестве экономсоциолога, о том, как возник его интерес к исследованиям донорства и трансплантации органов в современном обществе, какие он видит направления для будущей работы. Больше всего Штайнера занимает вопрос о существовании рыночного обмена и дарообмена.

Штайнер также поделился своим видением того, что представляет собой экономическая социология как научное направление и институциализированное поле во Франции, и объяснил, каковы особенности французской экономической социологии по сравнению с американской и бразильской версиями.

И наконец, Штайнер, сопоставляя взгляды К. Поланьи и В. Зелизера, высказал собственную точку зрения о движении современного мира к сверхденежному состоянию. По мнению профессора, В. Зелизер в своём потрясающем описании мира, где ведущая роль принадлежит коммодификации и деньгам, по всей видимости, избегает политических вопросов, которые являются ключевыми для К. Поланьи и очень важны для понимания современных рынков.

Ключевые слова: дарообмен; рыночный обмен; трансплантация органов; мораль; деньги; коммодификация; Карл Поланьи, Вивиана Зелизер; экономическая социология.

— Большое спасибо за то, что нашли время поговорить о Вашем исследовании. И добро пожаловать в Москву! Насколько я понимаю, Вы здесь

второй раз. Мой первый вопрос касается Вашего бэкграунда. Я знаю, что у Вас есть степень PhD по экономике и две докторские степени (habilitations): одна в области экономики, а другая — в области социологии. Некоторые обществоведы испытывают большие трудности в том, к какой определённой дисциплине или отрасли себя отнести. Мне интересно, с какой из этих областей Вам было бы комфортнее ассоциировать свои работы?

— Спасибо Вам за возможность обсудить траекторию моей карьеры. В Высшей нормальной школе (Ecole Normale Supérieure) в Кашане в конце 1970-х гг. я обучался экономике (*major*) и параллельно слушал курсы по социологии (*minor*). Получил специализацию по эконометрике и математической экономике и затем поступил на программу PhD по истории экономической мысли. Это был мой первый крутой вираж. В то время устроиться на работу в университет во Франции было очень сложно. Меня взяли в качестве лектора по социологии в Университет Париж-Дофин, где я вновь обратился к чтению классических социологических текстов и обнаружил в них много вопросов, посвящённых экономике. Тогда я начал собирать информацию об аспектах хозяйственной жизни, содержащуюся в классических социологических текстах. Впоследствии стал преподавать экономическую социологию в своём университете. И думаю, это был один из первых лекционных курсов по экономической социологии во Франции в то время.

— *Когда это произошло?*

— В конце 1980-х гг. примерно. Декан факультета был мудрым человеком, он сказал: «Хорошо, занимайся этим. Занимайся». Ранее ничего подобного не существовало, и мне очень повезло, что у меня был такой либеральный коллега. Таким образом всё началось, и по сути (из-за моего бэкграунда) разработанный мною курс во многом был историей мысли. Я начал с изучения классики, а затем, поработав некоторое время с классическими текстами, написал собственную книгу, посвящённую социологии экономического знания и опирающуюся на идеи Макса Вебера. Потом я заинтересовался вопросами функционирования рынков. В то время создавалось множество новых рынков. Я задумался над тем, почему в некоторых условиях рынки не появляются.

Здесь возникает очень важный момент в моей творческой биографии, который я могу описать следующим образом. По пути в Кембридж я заехал в библиотеку Лондонской школы экономики, где на одной из полок наткнулся на новое издание книги Ричарда Титмусса «The Gift Relationship» («Отношения дарения») [Titmuss 1997]. Эта книга меня поразила, потому что, как Вам известно, во Франции множество людей рассуждают об экономике дара, противопоставляя дарообмену рыночному обмену. Существует так называемое московское движение во главе с Алланом Кайе (Alain Caillé), который был и остаётся ведущим мыслителем в этом направлении. И я сказал себе: «Да ведь они никогда не говорили о таком типе современного дара, как современный биологический дар». И, не откладывая дело в долгий ящик, я прочитал книгу Титмусса, в ней я нашёл много очень важного для себя. Тогда я решил изучать вопросы дара применительно к биомедицине и фокусироваться на донорстве органов, потому что исследование связи между донорством кровью и донорством органов, которое меня первоначально занимало, оказалось слишком сложным. Киран Хили (Kieran Healy) был первоходцем в этом направлении. Читая его работы и изучая собственные документы и данные, я подумал, что имеет смысл сосредоточиться на одном конкретном аспекте донорства, ведь кровь производится организмом всё время, а отданная почка не восстанавливается. В этом и заключается большая разница.

— *Над этим проектом Вы работаете и в настоящее время? Вы по-прежнему пишете о трансплантации на рынке человеческих органов?*

— Да. Я по-прежнему работаю над этим вопросом и надеюсь расширить полученные результаты в разных направлениях; это станет темой моей новой книги. Изучая вопросы трансплантации органов в

полном соответствии с подходом Хили, я выяснил, что организационное окружение является очень и очень важным. Согласно данному подходу донорство — это дар, который отдельный индивид преподносит организационным акторам. А затем, получив этот дар, организация запускает обширный и очень важный процесс проверки для того, чтобы убедиться в том, что приобретённая почка не принадлежит больному человеку и не переносит СПИД или рак. Также проверяется степень совместимости почки и организма. Делается это в очень сжатые сроки, после чего организация передаёт дар больному индивиду. Для меня важным является тот факт, что между первым индивидом и вторым находится большая организация. Точнее, множество организаций. В своей книге такой дарообмен я называю организационным дарообменом, или органическим, тем самым проводя параллель с идеями Э. Дюркгейма о различии механической и органической солидарности и дистанцируясь от классического примера межплеменного обмена дарами в Меланезии, описываемого в работах М. Мосса и Б. Малиновского.

— *По Вашему мнению, каким образом организационный аспект меняет функции дара в терминах реципрокности? Ломает ли он цепочку реципрокных обменов? Или этот обмен представляет собой что-то вроде чистого дара?*

— Я не уверен, что это дар в чистом виде, потому что множество людей ожидают чего-то взамен. В основном люди, давая разрешение на трансплантацию органов умершего родственника, стремятся придать его смерти определённое значение. Как правило, доноры органов уходят из жизни здоровыми; они относительно молоды — средний возраст донора во Франции составляет 50 лет. Если бы они были больны, дар не мог бы осуществиться. Нельзя отдать почку человека, больного раком, например, поскольку она поражена раковыми клетками. Таким образом, доноры относительно молоды, здоровы и умерли скоропостижно, что очень трудно принять членам семьи умершего. Но по крайней мере на одно положительное чувство они могут опереться: в результате передачи органов смерть их близкого человека кому-то поможет. Таков один из видов реципрокности. Также очевидно, что данная ситуация абсолютно отличается от привычной реципрокности, задокументированной Моссом или Малиновским. И отличие заключается в том, что люди как бы говорят в таком случае: «Мы преподносим этот дар человечеству». Сходным образом мы можем интерпретировать действия людей, умирающих от рака. Они утверждают: «Я не жду, что применяемое лекарство мне поможет. Но я продолжаю его принимать, полагая, что это поможет вам, медикам, найти лекарство, которое спасёт людей в ближайшем будущем». Таким образом, речь идёт о социальном дарообмене, или органическом даре. В данном случае мы имеем дело не с обычной, прямой реципрокностью, но с определённым видом — я бы сказал — ожиданий: мой дар, произведённый в обмен на ту помощь, которую я получил от медицинской организации, поспособствует чему-то хорошему.

— *Вы только что сказали несколько слов о нарративах, свойственных самим донорам органов: приданье смысла смерти и представления о работе на благо всего общества. А каково социальное значение донорства? Например, сообщают ли люди то, что они являются донорами органов? В последнее время в США, вероятно, по техническим причинам, органы собираются быстро. Отметка «донор органов» стоит даже в водительских правах. Склонны ли люди афишировать это, пытаясь получить какой-то социальный капитал или извлечь выгоду?*

— Нет, я так не думаю. Здесь стоит немного углубиться в детали. Я обсуждал этот вопрос с людьми, ответственными за надзор над процессами трансплантации во Франции. Они говорят, что подобное невозможно просто потому, что в соответствии с законом любой гражданин Франции имеет право стать донором. Так было с конца 1970-х гг. А заработать символический капитал, просто следя закону, невозможно.

Конечно, в США есть тенденция к тому, чтобы семьи, которые выступают донорами для медицинских организаций, получали символическое вознаграждение. Это связано с тем, что в США медицинские

организации вынуждены получать формальное согласие. В данном случае можно заработать символический капитал, однако в США, насколько мне известно, этот механизм тоже не работает в полной мере. Недавно вышла работа Алвина Рота (экономист из Гарварда, ставший лауреатом Нобелевской премии в 2012 г.), специалиста по вопросам взаимного подбора доноров и реципиентов. Он и его соавтор проделали великолепную работу по этой теме и опубликовали в журнале «American Economic Review» статью, написанную в рамках экспериментальной экономики [Kessler, Roth 2012]. Согласно результатам этого исследования, люди с большей готовностью вступают в отношения донорства в том случае, если организация обеспечит им приоритет в ситуации, когда им самим понадобится почка. Это своего рода обмен: «Я готов отдать вам свои органы при условии, что, когда я буду умирать по сходной причине и мне нужна будет почка, у меня будет преимущество, потому что я когда-то был готов отдать часть своего организма». Таким образом, это ещё один пример ситуации, когда индивиды взаимодействуют с организациями, а не с конкретными людьми в терминах индивидуальных акторов. Это один из аспектов проблемы, который я хотел бы изучать.

— В данной теме не менее интересным может быть и то, как люди представляют себе намерения организаций, то есть совпадают ли намерения или ценности организаций с намерениями отдельных индивидов?

— Да, вы правы. Лишь возвращая организацию в поле дарообмена, можно понять, что человек отдаёт нечто организации, а затем другая организация передаёт это конечному реципиенту. Но организации могут совершать рыночные обмены друг с другом. Следовательно, дело в том, как сочетаются рыночный обмен и обмен дарами. И одной из тем, которой мне хотелось бы заниматься в рамках этого вопроса, являются индивидуальный и рыночный дарообмены и, я бы сказал, рыночный или организационный дарообмен. Дальнейшее продвижение в этом вопросе возможно в направлении, заданном Вивианой Зелизер, — в её рассуждениях о деловых контурах. Думаю, Зелизер указала на важный аспект трансакций. Но я хотел бы сфокусироваться не только на тех ситуациях, когда люди вынуждены идти друг другу навстречу и вырабатывать общее понимание отношений обмена, в которые они вступают: определяют ли они их как подарок, платёж, взятку и т. д. Конечно, обменивающиеся стороны должны приходить к согласию в этом вопросе. При отсутствии подобного консенсуса трансакции было бы сложно осуществить. Это один момент. Но есть и другой, заключающийся в следующем: существуют примеры (скажем, если речь идёт о благотворительных организациях), когда люди передают мебель, одежду, старые игрушки, то есть жертвуют свои вещи благотворительным организациям, но знают, что эти организации будут продавать их дары другим людям. И иногда люди, отдающие что-либо, затем обращаются в какие-либо подобные организации и покупают что-то, отданное даром кем-то ещё. Таким образом, дарообмен и рынок в действительности не являются раздельно существующими полями. В конкретных случаях, как, например, упомянутый, рынок и дарообмен сосуществуют в одной «конструкции», и это представляет интерес для меня. В иных случаях я могу купить на eBay то, что кто-то, как я знаю, получил в подарок. И данный аспект мне также интересен с точки зрения продолжения собственных исследований и расширения идей, выдвинутых Зелизер. Итак, это второй аспект моей будущей книги, над которой я сейчас тружусь.

— Спасибо большое. Далее я хотел бы поговорить об экономической социологии в более широком её понимании. В частности, я читал Вашу статью, опубликованную в 1995 г., в которой Вы утверждаете, что экономическая социология была «в моде», но конечно же на её месте могла быть любая другая наука [Steiner 1995]. Так Вы утверждали в 1995 г., но, без сомнения, эти высказывания справедливы и сегодня. Мне интересно, какие изменения, с Вашей точки зрения, претерпели модные тенденции экономической социологии с того времени?

— Отвечая на Ваш вопрос, я буду опираться на пример Франции, поскольку могу более точно ответить на Ваш вопрос, говоря об экономической социологии в этой стране: результатом «моды» стал опреде-

лённый успех экономической социологии во Франции. Здесь около 80 университетов. С одним из моих студентов мы собирали информацию по ним и обнаружили, что примерно в 60% этих университетов на кафедрах экономики или социологии, а иногда и на обеих сразу, читаются лекции по экономической социологии. Затем эти лекционные курсы по экономической социологии предлагались как базовые или как более продвинутые курсы для магистерских программ, например. Следовательно, существовало и существует большое количество курсов по экономической социологии, которые сейчас представляются, я сказал бы, встроенным элементом образования экономистов и социологов. Словом, результатом «моды» является то, что сегодня во Франции существует реальное движение, в котором экономическая социология — часть учебных планов. Это большой успех! Мне кажется, это первый аспект. Второй аспект заключается в том, что сообщество во Франции преуспело и в другом отношении: нам удалось построить исследовательскую сеть, где социологи и экономисты находят точки соприкосновения, участвуют в непрекращающихся обсуждениях, дебатах, проводят совместные исследования. И мы преуспели в приобщении каждого члена сети к участию в такого рода мероприятиях. Когда я говорю «каждого», имею в виду, что мы, французские исследователи, очень разные, так как существует несколько интересных направлений: веберианское; сетевой анализ; исследования, опирающиеся на учения Дюркгейма, Бурдье или Латура. Несмотря на большое разнообразие теоретических направлений, мы по-прежнему в состоянии вести диалог и продвигаться вперёд. И мне кажется, что это очень перспективное направление для достижения успеха в данном поле. Отдавая должное различиям в размерах, значимости и престиже, я думаю, мы движемся в том же направлении, что и экономсоциологи в США, где экономическая социология заметно представлена в Американской социологической ассоциации.

— Разрешите мне обратиться к Вам с вопросом о том, какие внутри экономической социологии можно выделить сферы... Я не прошу назвать наиболее «модные» сферы; наоборот, меня интересуют области, которым уделяется меньше внимания в результате существования определённых трендов в дисциплине. Может быть, есть какие-то «тёмные пятна», на которые стоило бы пролить свет?

— Если взять французское общество, например, то можно обозначить несколько таких «тёмных пятен». Но при более широкой перспективе ситуация окажется иной. Например, обратим внимание на то, что изучается сейчас в Бразилии — это вопросы негосударственных организаций и выращивания соевых бобов или производства этанола из сахарного тростника, которые не затрагиваются во Франции, но являются чрезвычайно важными для бразильских экономсоциологов. В то же время во Франции экономсоциологи интересуются рынками предметов искусства и рынками труда, как, например, в случае с группами, исполняющими барочную музыку XVII века. Когда я упоминаю об этом, общаясь со своими друзьями и коллегами из Бразилии, они говорят: «Поразительно, вы действительно занимаетесь этим во Франции?» Им это кажется... я не скажу бесполезным, но странным (или «барочным»). Для них крайне важны такие вопросы, как бедность, коррупция, устойчивое развитие и вопросы уничтожения лесов Амазонки. И те темы, которые изучаются во Франции, и те темы, которые исследуются в Бразилии, несомненно, интересны. Так, я спрашиваю у бразильских коллег: как высококвалифицированные сотрудники выполняют свою работу? Как они находят новую работу? Есть ли в их работе что-то общее с творческим трудом художников? Относятся ли и высококвалифицированные работники, и работники искусства к творческим исполнителям? Таким образом, я не уверен, что сейчас существуют реально «тёмные пятна» в экономической социологии. В конце концов, я хотел бы подчеркнуть, что успех самой экономической социологии и её развития заключается в том, что в настоящее время она представляет собой нечто большее, чем отраслевую дисциплину социологии, являясь конститутивным элементом общей социологии. Думаю, что хорошие социологи, даже если они специализируются на социологии культуры, политической социологии, гендерном анализе или на других социологических областях, должны иметь представление об экономической социологии, поскольку экономическая деятельность является ключевой в нашем обществе. Это важный момент.

— У меня остались ещё два вопроса. Они касаются Поланы. Мне показались интересными Ваши комментарии в отношении Поланы, Зелизера и Грановеттера. Я читал Ваши рассуждения о провале теории Поланы и о том, что во Франции Поланы недооценён. Хочу напомнить Вам одно место из этой статьи, где Вы обращаетесь к действительно захватывающей части работы Зелизера о «мире, управляемом деньгами, в котором все без исключения социальные отношения предполагают денежную оценку; мире, где социальное различие и социальные суждения суть не что иное, как количество наличных денег. В этом отношении работы Зелизера открывают увлекательную сторону мира, не исследованную Поланы, поскольку он уверовал в то, что такой мир не смог бы существовать никогда, поскольку в таком мире, где доминирует капиталистический порядок, способность производить оценку и превращать в сакральное выражается одним и тем же символом» [Steiner 2009: 106]. Оставив критику Зелизера в адрес Поланы в стороне, мне хочется спросить Вас: насколько этот мир, описанный в процитированном мною фрагменте, «мир, управляемый деньгами», скажем так, является тем, во что верите Вы? Как Вы имеете с ним дело?

— Это серьёзный вопрос, и у меня нет на него однозначного ответа. В своей статье я поднимал указанную проблему лишь для того, чтобы, если это вообще возможно, найти её решение у Зелизера. По моему мнению, Зелизер определённо делает что-то такое, чего не делал Поланы. В очень важном тексте, опубликованном в 1947 г., Поланы играл с идеей о том, что когда рабочая сила продаётся и покупается на рынке, тогда человеческие существа действительно превращаются в фиктивные товары, управляемые «законами спроса и предложения» [Polanyi 1947]. В целях жизнеобеспечения (*livelihood*) — я использую концепт Поланы намеренно — люди входят в мир формальной экономики: от них ожидают, что их действия будут соответствовать логике оптимизирующего поведения, которое лежит в основе экономической науки. Поланы никогда не пытался понять, как будет работать такой мир и каковы будут последствия доминирования коммодификации и денег над «человеческим жизнеобеспечением». Зелизер, скрупулёзно изучая этот вопрос, обнаружила интересную ситуацию: деньги становятся способом сакрализации людей (тех, кто получает заоблачные вознаграждения) и вещей (тех товаров, которые имеют высокую стоимость). Данная ситуация отмечалась ещё Георгом Зиммелем. Интригует то, что в таком — управляемом деньгами — мире деньги наделяются символической властью, которая обычно отводится морали или религии. Но в настоящий момент я не пытаюсь напрямую продвигаться в этом направлении. Наоборот, я пытаюсь очертировать границы дарообмена, наследования, обмена символическими товарами, которые находятся на переднем фланге обычного рыночного обмена, и продемонстрировать широкий взгляд на то, что в целом представляет собой обмен в нашем современном обществе. Рассмотрение рыночного обмена как ограниченного элемента всех трансакций, осуществляемых в мире, является для меня способом избежать этого мира, управляемого деньгами.

— Спасибо. В процитированном выше фрагменте меня поразила мысль о том, что существует некий моральный или политический нейтралитет, свойственный научным работам, которые Вы противопоставляете рассуждениям Поланы. И мне также интересно, что Вы думаете по поводу, скажем, политического или морального нейтралитета, присущего концепции укоренённости Грановеттера? Я не читал Ваших работ на эту тему. Но мне было бы интересно Ваше сравнение укоренённости по Грановеттеру и по Поланы в терминах — назовём это так — вопросов политики и морали.

— Да, это определённо важно. Именно вопросы политики и создают значимые различия между работами Грановеттера и Поланы. Давайте вернёмся к вопросам, связанным с дарообменом. Существуют три различных вывода, которые сделаны на основе эссе Мосса о даре. Один из них лежит в сфере политической экономии и экономсоциологии; второй попадает в сферу морали; третий связан с политическим и антропологическим взглядом на мир. Итак, политические аспекты важны для французских социологов, продолжающих традицию Мосса. Экономика дара противоречит и противопоставляется рыночному обмену. Из-за этого бэкграунда мне было немного сложно читать книги Зелизера. Я впечат-

лён тем, что она сделала; однако, мне кажется, она избегает политических вопросов. Может быть, она права в том отношении, что мы движемся к новому миру, который характеризуется сверхденежной ситуацией. Но на данный момент я по-прежнему верю, что существует открытый политический вопрос, который Поланы назвал «тезис двойственного движения» (*double movement thesis*). Одни социальные силы толкают общества в сторону всё более расширяющегося рыночного общества, в то время как другие социальные силы сопротивляются этому и направляют свою энергию на поддержание границ между рыночным обменом и другими формами обмена. В этом смысле политические вопросы остаются ключевыми, как это было во времена Поланы. Возвращаясь к моей работе о трансплантации органов, я хотел бы обратить внимание на то, что последняя глава книги посвящена трансплантационному туризму, как его сейчас принято называть. Хорошо или плохо то, что существует трансплантационный туризм? Должен ли он быть полностью легализован? Правильно ли разрешить создание биорынка в Индии для американских граждан, у которых последняя стадия отказа почек? Необходимо ответить «да» или «нет». Нельзя избежать принятия политического решения. И мой ответ таков: «Определённо никаких биорынков». Но конечно же это непростая позиция. Как Вы знаете, люди умирают из-за отсутствия почек. Есть поэтому неопределенность, сложность, но, в конечном счёте, отказ определиться в отношении данного вопроса есть подарок для тех, кто толкает мир к коммодификации органов. Я решил оставаться на стороне Мосса и Поланы — на стороне «ограничения рынка».

— Спасибо большое за эту беседу. Думаю, читатели журнала «Экономическая социология» получат большое удовольствие. Надеюсь, в скором времени Вы снова приедете в Москву.

— Определённо! И с большим удовольствием!

Беседовал Крис Сводер.

Москва, октябрь 2012 г.

Литература

- Kessler J. B., Roth A. E. 2012. Organ Allocation Policy and the Decision to Donate. *American Economic Review*. 102 (5): 2018–2047.
- Polanyi K. 1947. Our Obsolete Market Mentality. Civilization Must Find a New Thought Pattern. *Commentary*. 3:109–117.
- Steiner Ph. 1995. Economic Sociology: A Historical Perspective. *The European Journal of the History of Economic Thought*. 2 (1): 175–195.
- Steiner Ph. 2009. Who is Right about the Modern Economy: Polanyi, Zelizer, or Both? *Theory and Society*. 38 (1): 97–110.
- Titmuss R. 1997. *The Gift Relationship: From Human Blood to Social Policy*. New York: The New Press.

INTERVIEWS

“Organic” Gift-Giving and Organ Transplantation, the Development of Economic Sociology, and Morality in a Super-Monetized World: An Interview with Philippe Steiner

STEINER, Philippe —Professor of Sociology,
Paris-Sorbonne
University. Address: 28
Rue Serpente, Paris,
75006, France.**Email:** philippe.steiner@
paris-sorbonne.fr**Abstract**

Philippe Steiner, Professor of Sociology at Paris-Sorbonne University, was interviewed by Chris Swader, Associate Professor of Sociology at the Higher School of Economics. This interview was conducted during the international conference “Embeddedness and Beyond: Do Sociological Theories Meet Economic Realities?” (Moscow, 25–28 October 2012), at which Prof. Steiner co-chaired the mini-conference “Market Society and Moral Order”.

In the interview, Prof. Steiner described his background and the professional trajectory that led him to economic sociology. He explained how his research interests in organ donation and transplantation developed. Prof. Steiner devoted several comments to plans for future research. He was primarily interested in two topics: (a) organizational gift-giving and (b) how gift-giving and markets co-exist in the same spaces.

Additionally, Prof. Steiner depicted the process of institutionalization of economic sociology as an academic discipline in France and noted several peculiarities of French economic sociology compared with the US and Brazilian versions.

Finally, Prof. Steiner discussed the Polanyian perspective and Zelizer’s research and clarified his own view of the super-monetization of the modern world. According to Steiner, Zelizer’s fascinating depiction of a world dominated by commodification and money may have evaded political issues that were central to Polanyi and decisive for understanding contemporary markets.

Keywords: gift-giving; market exchange; organ transplantation; morality; benchmarking; money; commodification; Karl Polanyi; Viviana Zelizer; economic sociology.

References

Kessler J. B., Roth A. E. (2012) Organ Allocation Policy and the Decision to Donate. *American Economic Review*, vol. 102, no 5, pp. 2018–2047.

Polanyi K. (1947) Our Obsolete Market Mentality. Civilization Must Find a New Thought Pattern. *Commentary*, vol. 3, pp. 109–117.

Steiner Ph. (1995) Economic Sociology: A Historical Perspective. *The European Journal of the History of Economic Thought*, vol. 2, no 1, pp. 175–195.

Steiner Ph. (2009) Who is Right about the Modern Economy: Polanyi, Zelizer, or Both? *Theory and Society*, vol. 38, no 1, pp. 97–110.

Titmuss R. (1997) *The Gift Relationship: From Human Blood to Social Policy*, New York: The New Press.

НОВЫЕ ТЕКСТЫ

П. А. Мартыненко, Я. М. Рошина

Структура потребления алкоголя как индикатор социальной группы в современных российских городах¹



МАРТЫНЕНКО Пётр Александрович — студент первого года магистратуры «Прикладные методы социального анализа рынков» факультета социологии Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики». Адрес: 101000, Россия, г. Москва, ул. Мясницкая, д. 20.

Email: petr.martynenko@gmail.com

В статье рассматривается взаимосвязь структуры потребления алкогольных напитков населением городов России и различных характеристик потребителей, в том числе социального класса, к которому они принадлежат. Эмпирической базой исследования являются данные Российского индекса целевых групп, собираемого компанией Synovate Comcon, за 2000–2010 гг. В исследовании используются методы корреляционного и кластерного анализа, а также анализа соответствий. Результаты исследования подтвердили, что различия в структуре потребления алкогольных напитков представляют собой важные символические характеристики социальных групп в России, прежде всего гендерных, возрастных и образовательно-доходных. Так, пиво, водка и другие крепкие напитки характерны для потребителей-мужчин, а вино, шампанское и ликёры — для женщин. Классовые различия также находят своё выражение прежде всего в видах выбираемых напитков. Высшие классы более склонны к потреблению вина, шампанского, коньяка, виски и таких более экзотических напитков, как ром и текила. В то же время объём потребления не является для алкоголя индикатором роскоши. Наоборот, пиво и водку, которые потребляются всеми классами, больше пьют менее образованные и более бедные. В исследовании были выделены такие кластеры потребителей, как «любители лёгкого алкоголя» (ориентированные на потребление пива), а кроме того, «мужской» (потребление пива и водки), «женский» (предпочтение вина и шампанского) и «экlecticный» (мультиориентированное потребление) типы. Эти кластеры различаются по своему социально-демографическому составу и социальной структуре. Таким образом, в целом в современной России обнаруживается высокая зависимость между типами потребления алкоголя и социальными классами. Черты постмодернистского стиля жизни, характеризующегося мозаичностью потребления, были обнаружены менее чем у 5% потребителей алкоголя, которые в основном принадлежат к образованным и обеспеченным слоям молодых людей, занимающих руководящие позиции.

Ключевые слова: структура потребления; потребление алкоголя; социальный класс; индикаторы социального статуса; стиль жизни; общество постмодерна.

¹ В данной научной работе использованы результаты проекта «Социологические исследования современных российских рынков», выполненного в рамках Программы фундаментальных исследований НИУ ВШЭ в 2014 г.



**РОЩИНА Яна
Михайловна —**
кандидат экономических
наук, доцент кафедры
экономической
социологии, старший
научный сотрудник
Лаборатории экономико-
социологических
исследований
Национального
исследовательского
университета «Высшая
школа экономики».
Адрес: 101000,
Россия, г. Москва,
ул. Мясницкая, д. 20.

Email: yroshchina@hse.
ru

В современной России и исследователи, и государственные органы всё больше внимания уделяют задаче сокращения потребления алкоголя, учитывая его влияние на ухудшение здоровья и увеличение смертности, а также такие социальные последствия, как рост насилия и снижение доходов [WHO 2012]. За последние несколько лет в стране были приняты ряд мер, направленных на дестимулирование потребления алкоголя, в том числе были применены рост минимальных цен, ограничение на продажу в течение ночного времени, запрет на торговлю в палатках, лицензирование производителей и др. [Neufeld, Rehm 2013]. Одной из важных особенностей потребления алкоголя, помимо негативных последствий, является аддиктивность, то есть зависимость уровня потребления в настоящем от прошлого. Однако алкоголь представляет собой благо, потребление которого подчинено экономическим и социальным закономерностям, характерным для других товаров (например, для продуктов питания): как было обнаружено во многих исследованиях, потребление алкоголя увеличивается с ростом доходов и снижается с повышением цен (см.: [Grossman et al. 1993; Clements, Yang, Zheng 1997; Andrienko, Nemtsov 2005] и др.). Кроме того, при проведении эмпирических исследований было обнаружено влияние на спрос на алкоголь таких факторов, как гендер, возраст, уровень образования, место жительства и др. (см.: [Farrell, Fuchs 1982; Hughes et al. 1997] и др.).

Но, помимо изучения спроса на алкоголь в количественном аспекте (как правило, выражаемся в уровне потребления этанола), не менее важно анализировать и структуру потребления, то есть долю потребителей и объёмы потребления тех или иных напитков. Как известно, в 1990-е гг. Россия во многом перешла от так называемого северного типа потребления (ориентированного прежде всего на водку) к среднеевропейскому (ориентированному на пиво в сочетании с водкой) [Рощина 2012: 245]. Однако радикальное изменение структуры (снижение доли потребителей водки и самогоня, рост потребителей пива и отчасти вина) закончилось к началу 2000-х гг., и в течение последних 10 лет доля потребителей разных алкогольных напитков остаётся относительно стабильной. Хотя такое изменение часто считается положительным, так как переход от водки к пиву означает снижение градуса напитка, а следовательно, должно иметь менее фатальные для здоровья последствия, в последнее время много стали говорить уже о «пивном алкоголизме» [Шатихин 2012].

Но изменение структуры потребления важно не только с точки зрения её влияния на снижение общего объёма потребления алкоголя и, как следствие, улучшение здоровья населения. Выбор алкогольных напитков, как и других потребительских благ, включая продукты питания, является частью стиля жизни и тесно связан с положением человека в обществе, поэтому в данной работе нас прежде всего интересует структура потребления алкоголя как отражение социальных смыслов, приписываемых разным напиткам, а также их роль как маркеров социального статуса. Важное место дифференциации продуктов питания и напитков как индикаторов социального статуса отмечалось многими исследователями [Bourdieu 1984; Douglas 1987; Thornton 1987]. Но начиная с последней четверти XX века социологи постулируют возникновение «постклассового» общества, в котором привычные

социальные единицы, такие как класс, слой и группа (включая основанные на разделении по полу, возрасту и др.), все меньше и меньше определяют практики индивидов [Beck 1992: 2–3]. К «постклассовым» обществам исследователи склонны относить и Россию [Ионин 1998: 252]. Похожий феномен отмечает и теория общества постмодерна, в котором стиль жизни становится всё более фрагментарным, не связанным с социальным статусом [Harvey 1989; Hergen, Verger 2008].

В данном исследовании поэтому мы постараемся ответить на вопрос: можно ли потребление разных алкогольных напитков считать индикатором различия социальных групп в современной России? Для этого сначала мы остановимся на обзоре экономических и социологических концепций потребления алкоголя, которые объясняют, какие факторы влияют на объём и структуру потребления. Затем будет рассмотрена методология исследования, и, наконец, мы представим полученные эмпирические результаты.

Теории потребления алкоголя в экономике и социологии

Причины, особенности и факторы потребления алкогольных напитков изучаются в рамках экономических и социологических концепций достаточно давно. Мы рассмотрим те из них, которые позволяют предположить, для каких социальных групп общества, выделенных на основе гендера, возраста, профессии, положения в иерархии, может быть характерно потребление большего или меньшего объёма алкоголя, а также отдельных напитков и предпочтение тех или иных брендов.

В рамках экономической науки начало эмпирическим исследованиям в изучаемой сфере было положено публикацией работы Г. Беккера и К. Мэрфи, где авторы разрабатывают теорию рациональных пристрастий, объясняющую приверженность экономического агента тем или иным благам на протяжении длительного периода времени [Becker, Murphy 1988]. Используя понятие «потребительский капитал», исследователи показывают, что привычка — это результат максимизации полезности от потребления блага, связанный с накоплением потребительского капитала [Becker, Murphy 1988: 677]. Важный вывод данной модели заключается в том, что люди, ориентированные на текущий период времени, более склонны к потреблению «вредных» благ, чем имеющие долгосрочную ориентацию [Becker, Murphy 1988: 682]. Следствием этого является заключение, что индивиды с более высоким уровнем образования, как лучше прогнозирующие своё будущее, менее склонны к потреблению алкоголя.

Ещё одна линия исследования потребления алкоголя — связь уровня его потребления с доходами и ценами. Алкоголь является нормальным товаром, то есть его потребление (физический объём) возрастает с ростом дохода. В то же время ряд исследователей отмечают нелинейный характер зависимости между доходами и потреблением. Для России была обнаружена *U*-образная зависимость между доходом и потреблением, то есть бедные и богатые пьют больше, чем люди со средним доходом [Andrienko, Nemtsov 2005]. Ещё одна характерная черта потребления — существенный рост затрат на алкоголь (а не объёма потребления) с ростом дохода. Таким образом, более обеспеченные люди предпочитают увеличивать не столько количество потребляемого алкоголя, сколько его качество, покупая более дорогие, хорошие напитки.

Потребление алкоголя в теории социальных обручей рассматривалось как форма девиантного поведения [Hirschi 1998]; другой социологический подход рассматривает его как реакцию на плохое психологическое и эмоциональное состояние индивида [Peirce et al. 1994]. На основе этих идей более активными потребителями могут быть, с одной стороны, бедные и даже деклассированные слои, а с другой стороны — испытывающие стресс на работе (например, руководители предприятий).

Однако в рамках данной статьи нас будет больше интересовать так называемый структурный подход, связанный с изучением не только объёма, но и состава потребляемых благ. Он был предложен для анализа взаимосвязи социальной структуры и культуры общества с разнообразием пищевых предпочтений, включая напитки [Douglas, Isherwood 1979; Levi-Strauss 1981]. При этом потребление разных видов алкоголя неразрывно связано с кулинарными пристрастиями, которые различаются в разных регионах, в разные периоды времени и в разных социальных классах [Braudel 1979]. Сначала Н. Элиас, впервые в 1939 г., а за ним С. Меннелл показали, что изменения в питании (включая напитки) подвержены так называемому цивилизационному процессу, то есть возрастающему контролю индивидом своих аффектов [Elias 1969; 1982; Mennell 1987]. При этом на смену «голоду» приходит «аппетит», а процесс принятия пищи и напитков становится всё более регламентированным, подверженным социальным нормам. В то же время вводятся ограничения на определённые виды еды и напитков, и среди таких ограничений те, которые связаны с маркировкой гендерного и социального статусов [Mennell 1985; 1987]. Так, потребление мяса и определённых видов алкоголя становится преимуществом богатых, а среди остальных статусных групп — преимуществом мужчин. Крепкий алкоголь также является символом мужественности. Среди возможных объяснений того, что во многих обществах женщины и молодёжь не допускаются к потреблению крепкого алкоголя, называют заботу о здоровье их и их потомков [Douglas 1987: 7]. Потребление алкоголя (особенно крепкого) в этом контексте может быть символом взросления (для молодёжи) или гендерного равенства (для женщин).

В рамках культурологической и антропологической традиции потребление пищи и напитков имеет ритуальный смысл. Алкоголь может выступать как маркер и перехода от работы к досугу, и социальной эксклюзии, и социальных ролей, и тесноты дружеских связей [Douglas 1987: 10]. Кроме того, его потребление часто выступает как ритуал и связано со значимыми событиями, а определённые виды напитков привязаны к конкретным праздникам (например, шампанское — на Новый год). А. Торnton рассматривает потребление двух видов алкогольных напитков в Австрии — зекта и шнапса — в контексте их социального значения [Thornton 1987]. Так, зект (игристое вино) — напиток формальный, индивидуализирующий, употребляемый в случае праздников и важных дат. В противоположность ему шнапс (фруктовая водка) — напиток, не привязанный к какому-то формальному событию, располагающий к употреблению в тесном кругу родных или друзей. Соответствуя определённому социальному отношению, потребление того или иного напитка может многое сказать о том, кто его пьёт. Потребление зекта в большей степени свойственно классу работников-профессионалов, которые предпочитают формальные отношения и в большей степени индивидуализированы, тогда как шнапс чаще потребляют рабочие и фермеры, склонные к установлению более тесных, почти дружеских отношений [Thornton 1987]. В этом контексте потребление алкоголя перестаёт быть исключительно средством удовлетворения индивидуальной потребности и становится средством воспроизведения структуры социальных позиций через приобретение символического значения, как указывал Ж. Бодрийяр [Baudrillard 1968].

Рассмотрение потребления благ (и алкоголя, в частности) как механизма воспроизведения социальной структуры является одной из базовых идей французского социолога П. Бурдье, который обнаружил зависимость дифференциации стилей жизни (то есть практик и вкусов) от объёма и соотношения экономического и культурного капиталов разных социальных групп [Bourdieu 1984]. П. Бурдье замечает, что неодинаковые условия существования порождают различные практики. Так, для профессоров и учителей, обладающих большим объёмом культурного капитала по сравнению с промышленниками и коммерсантами, характерны потребление иных продуктов питания и напитков, а также другой уровень расходов бюджета на эти цели. Можно сказать, что для рабочих более характерно потребление вина и пива (во Франции), а для обеспеченных классов — коньяка и шампанского. В то же время теория общества постмодерна говорит о том, что такие классовые различия в современном мире стираются [Harvey 1989] и для горожан становится характерен фрагментарный, мозаичный стиль жизни, заимствующий практики из разных социальных сегментов.

Эмпирические исследования потребления алкоголя также внесли свой вклад в структурный подход. Используемые авторами типологии потребления алкоголя могут опираться как на количественный, так и на качественный подходы. В рамках первого принято выделять как минимум три группы: трезвенники, умеренные потребители и те, чьё потребление алкоголя может быть опасным для здоровья [Brennan et al. 2009]. Качественный подход на межрегиональном уровне выделяет такие типы, как северный (предпочтение напитков типа водки, а также запои время от времени), южный (с преобладанием регулярного, но не чрезмерного потребления вина) и центральноевропейский (с ориентацией на пиво и нерегулярное потребление крепкого алкоголя) [Popova et al. 2007]. Статистические данные показывают, что за последние годы центральноевропейский тип захватывает все больше стран, в том числе и те, которые раньше принадлежали к северному или южному типу [Popova et al. 2007]. Этот процесс затронул и Россию: в 1990-е гг. существенно уменьшилась доля потребителей водки и выросла доля потребителей пива [Тапилина 2006; Роцина 2012].

Таким образом, достижения в области исследований потребления алкоголя позволяют выдвинуть две противоположные гипотезы.

Гипотеза 1: потребление алкоголя в России остаётся сильно дифференцированным по своему объёму и структуре в зависимости от социальной группы (включая пол, возраст, социальный класс и другие).

Гипотеза 2: границы социальных групп в области потребления стали размытыми (особенно в городах), что привело к возникновению постмодернистского стиля жизни, характеризующегося сочетанием фрагментов из разных типов (в нашем случае это означает слабую взаимосвязь характера потребления алкоголя с социальными характеристиками и высокую степень сочетания разных напитков).

Методология исследования

В нашем исследовании в силу ряда причин будем рассматривать только потребление алкоголя населением крупных городов. Во-первых, в зависимости от уровня урбанизации были выявлены различия в структуре потребления алкоголя по видам. Так, в больших городах доля потребителей вина и коньяка в 1,5–2 раза выше, а самогона — вдвое ниже, чем в деревне [Климова 2007: 35; Роцина 2012]. Во-вторых, в сельской местности социальная структура и характер потребления алкоголя более однородны, что делает менее интересным тестирование их взаимосвязи. В-третьих, было обнаружено, что престижное потребление, а также постмодернистский стиль жизни более характерны для городского населения, чем для жителей сельской местности [Козырева, Дорофеева 2008: 73; Herpen, Verger 2008].

Основной информационной базой проекта являются данные Российского индекса целевых групп (РИЦГ)², безвозмездно предоставленные для нашего исследования компанией Synovate Comcon³. Эта база собирается компанией Synovate Comcon ежегодно с 1995 г. на основе масштабного анкетного опроса жителей городов России с населением более 100 тыс. чел. и содержит данные о потреблении товаров и услуг, о медиапредпочтениях и стиле жизни, о социально-демографических характеристиках семьи в целом и отдельных её членов.

Мы будем рассматривать динамику структуры потребления алкоголя на данных РИЦГ за 2000–2010 гг., а факторы, влияющие на потребление разных видов алкоголя, — на данных за 2010 г. Генеральная совокупность РИЦГ (население старше 16 лет, проживающее в городах численностью более 100 тыс.)

² О РИЦГ подробнее см.: URL: <http://www.comcon-2.ru/default.asp?trID=427>

³ См. URL: <http://www.comcon-2.ru/>

составила в 2010 г. более 57 млн чел., выборка — почти 29 тыс. чел. Из них те, кто пил хотя бы один из алкогольных напитков за последние три месяца, составили 70,5%, то есть генеральная совокупность потребителей алкоголя — 40,3 млн чел. (выборка — 18,56 тыс.чел.).

Ещё одной российской базой данных, на основе которой часто анализируется потребление алкоголя, является исследование «Российский мониторинг экономического положения и здоровья населения НИУ ВШЭ» (Russia Longitudinal Monitoring Survey of HSE, RLMS-HSE)⁴. Однако некоторые результаты, полученные на данных RLMS-HSE и РИЦГ, могут несколько различаться. Это связано с несколькими факторами. Во-первых, в RLMS-HSE информация о потреблении алкоголя собирается за последний месяц перед опросом (чаще всего — октябрь или ноябрь), а в РИЦГ — за последние три месяца. Кроме того, так как в РИЦГ данные собираются ежеквартально, фактически элиминируется влияние сезонности. Это объясняет, почему в РИЦГ по сравнению с RLMS-HSE существенно выше доля потребителей таких напитков, как шампанское и коньяк: их часто пьют по праздникам. Кроме того, эти виды алкоголя более характерны для жителей городов, которые и являются объектом РИЦГ (а RLMS-HSE репрезентативна для всей России). Надо также сказать, что в РИЦГ нет данных о потреблении самогона и домашнего вина: эти виды алкоголя существенно реже потребляются в городе по сравнению с селом, поэтому это не приводит к существенной недооценке потребления.

Анализ мы начнём с исследования динамики доли потребителей алкоголя в целом и отдельных напитков, что позволит поместить наше исследование в контекст изменения структуры потребления. Респондент считается потребителем каждого из видов напитков, если он пил его в течение последних трёх месяцев перед опросом. Соответственно потребителями алкоголя являются те респонденты, которые за последние три месяца пили хотя бы один из видов алкоголя.

Далее, мы проанализируем взаимосвязь между потреблением отдельных напитков и принадлежностью респондента к социальным группам, определяемым его полом, возрастом, образованием, доходом и социальным классом. Для этого будут применены корреляционный анализ и анализ соответствий (AC). В этом последнем мы будем использовать две группы переменных: первая — факт потребления разных алкогольных напитков; вторая — социально-демографические характеристики. В разных моделях AC состав переменных второй группы будет отличаться (половозрастные группы, профессиональные и доходные группы, социальные классы). В нашем исследовании мы везде будем использовать разделение на социальные классы⁵ по методике Европейского общества по опросам общественного мнения и маркетинговым исследованиям (European Society for Opinion and Market Research, ESOMAR), принятое в РИЦГ: *A* — высший класс; *B, C1* и *C2* — средние классы (соответственно высший-средний, средний-средний и низший-средний); *D* — низший и *E* — низший-низший классы.

Затем мы перейдём к рассмотрению репертуарной карты рынка алкогольных напитков, показывающей, какое количество видов алкоголя потребитель пьёт наряду с выбранным.

На следующем этапе анализа для выделения характерных типов потребителей в зависимости от структуры предпочтаемых напитков была реализована модель кластерного анализа на совокупности тех респондентов, кто потребляет алкоголь. Для классификации применялась процедура кластерного анализа методом *k*-средних на факторах,строенная в пакет DataFriendWeb, с использованием дихотомической переменной «пьёт ли респондент данный вид алкогольного напитка»⁶. Социально-демографические

⁴ См., например: [Рошина 2012].

⁵ См. описание классов и методики их конструирования: URL: <http://www.comcon-2.ru/default.asp?artID=1937>

⁶ К сожалению, не по всем видам напитков имелись данные об объёме потребления, которые, возможно, были бы более информативны для проведения кластерного анализа.

характеристики каждого кластера исследуются на основе значимости корреляций между ними и переменной «номер кластера».

Наконец, мы рассмотрим взаимосвязь характеристик потребителей (пол, возраст, доходы, образование, социальный класс) с объёмом, частотой, видами, брендами и местом потребления по таким напиткам, как пиво, водка, вино и коньяк. Для этого также будут использованы методы корреляционного анализа и анализа соответствий. В АС в данном случае в качестве первой группы переменных используется набор дамми-переменных о факте потребления респондентом той или иной марки каждого из видов алкоголя.

Потребители алкоголя в целом: динамика и факторы

В 2000–2010 гг. доля потребителей каких-либо алкогольных напитков среди городского населения старше 16 лет упала с 78 до 70,5%, то есть их число уменьшилось на 2 млн чел. (с 42,3 до 40,3 млн). При этом сокращение доли пьющих сильнее затронуло мужчин: за анализируемый период она упала среди них почти на 11 процентных пунктов, тогда как среди женщин — только на 5 процентных пунктов.

Как и по России в целом, среди населения крупных городов сохраняется большинство закономерностей, касающихся детерминант вероятности употребления алкоголя [Roshchina 2013]. Все описанные ниже факторы имеют значимый эффект, выявленный на основе корреляционного анализа. Так, вероятность употребления каких-либо алкогольных напитков линейно возрастает с ростом уровня образования и душевого дохода (за исключением наименее обеспеченной группы). Зависимость от возраста — квадратичная, то есть с возрастом доля потребителей алкоголя сначала возрастает, а затем падает. Максимальная доля потребителей алкоголя — в возрасте 35–44 года. В возрасте 16–19 лет пьющих девушек больше (51%), чем юношей (46%), однако уже в следующем возрастном интервале (20–25 лет) мужчины опережают женщин. За 2000–2010 гг. сократилось потребление алкоголя и среди мужчин, и среди женщин всех возрастов, за исключением самых старших. Среди мужчин старше 65 лет эта доля практически не изменилась (75% в 2010 г.), а среди женщин этого возраста даже выросла (с 40 до 55%).

Как и в других исследованиях (на базе данных RLMS-HSE [Рощина 2012]), было обнаружено, что доля пьющих выше среди людей, проживающих в городах с численностью больше 1 млн чел.; состоящих в браке (в том числе незарегистрированном); имеющих работу (тип труда — умственный или физический — незначим); в домохозяйствах без детей или с детьми до 5 лет. Видимо, более низкая доля пьющих в семьях, где есть дети 10–18 лет, может объясняться желанием родителей не стимулировать их к началу употребления спиртного. В данном случае это, скорее всего, подтверждает теорию социальных обручей.

Среди женатых мужчин доля потребителей алкоголя — 80,2%, тогда как для мужчин одиноких она равна 67,9% (значимые коэффициенты корреляции для женатых: + 0,132; для холостых: – 0,124 по сравнению со средним по России). Для женщин такие различия характерны в меньшей степени: разница долей потребления среди замужних и тех, кто незамужем, составляет всего 5 процентных пунктов (68,5 и 63,3% соответственно). Однако коэффициенты корреляции показывают наличие хотя и слабой (для незамужних: – 0,043; для состоящих в браке: + 0,061), но значимой зависимости, то есть одинокие женщины в несколько меньшей степени склонны к потреблению алкоголя, чем замужние.

Из городов-миллионников самая низкая доля трезвенников в Санкт-Петербурге (22%). Неожиданным оказалось, что среди украинцев и особенно белорусов потребителей алкоголя больше (75 и 80% соответственно), чем среди русских (70,6%), а среди татар — практически столько же (69,5%), как сре-

ди русских. Это противоречит предположению о том, что мусульманство является препятствием для потребления алкоголя. Доля тех, кто пьёт, более велика среди представителей высших и среднегосреднего классов (около 74%), а самая маленькая — в низшем классе (60%).

Динамика доли потребителей по видам алкоголя

За рассматриваемый период (2000–2010 гг.) рейтинг популярности разных видов алкогольных напитков не изменился, однако доля потребителей пива, водки, вина и готовых слабоалкогольных коктейлей несколько упала, а остальных напитков — выросла (см. рис. 1). В 2010 г., как и 10 лет назад, выше всего доля потребителей пива; на втором месте — водка, затем следуют вино и шампанское, коньяк, готовые коктейли и вермут. За 2005–2010 гг. выросла доля тех, кто пьёт виски (в два раза) и ром, хотя уровень потребления этих напитков пока невысок (но в 2000 г. среди потребителей алкоголя пили виски всего 1,5%, а ром — 0,7%).

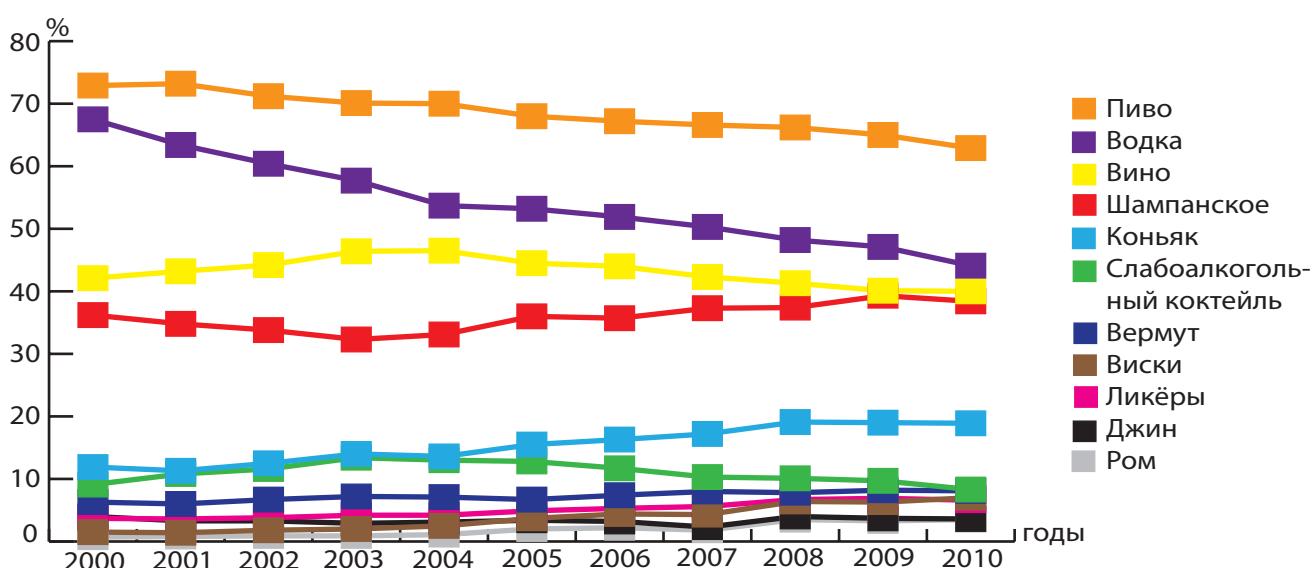


Рис. 1. Динамика доли потребителей различных алкогольных напитков в % от всех потребителей алкоголя старше 16 лет. РИЦГ, 2000–2010 гг.

Хорошо известно, что структура потребления алкоголя имеет ярко выраженный гендерный характер: так называемые мужские напитки — это прежде всего пиво и водка, а женские — вино и шампанское [Рошина 2012]. Однако если посмотреть на динамику, то можно заметить, что за 11 лет структура потребления алкоголя среди женщин изменилась сильнее, чем среди мужчин. Среди мужчин наиболее сильно упала доля пьющих водку (с 81 до 60%), несколько меньше — доля пьющих пиво (с 86 до 78%) и выросла доля пьющих коньяк (с 13 до 20%) и виски (за 2005–2010 гг. — с 5 до 8%).

Среди женщин тоже сильнее всего упала доля любительниц водки (но это изменение было более радикальным, чем у мужчин, — с 53 до 29%) и пива (с 60 до 48%). За это же время доля тех, кто пил шампанское, выросла с 45 до 51%, а тех, кто пил вино, осталась на прежнем уровне (52%). Пик доли любительниц вина среди женщин приходился на 2004 г. (60%, то есть больше доли потребителей пива). Увеличилась также доля употреблявших коньяк (с 10 до 18%), вермут (с 8 до 11%), ликёры (с 5 до 9%), виски (с 3 до 6% за 2005–2010 гг.).

Довольно значительна разница в изменении структуры потребления и по возрастам. В возрастной группе 20–35 лет наиболее сильно упала доля пивших водку (с 66 до 34%, то есть почти вдвое) и несколько сократилась доля пивших вино (с 46 до 36%) и пиво (с 83 до 76%), уровень потребления остальных

напитков изменился мало. А вот среди людей старше 55 лет доля любителей водки и пива тоже упала, но не так сильно, а доля потребителей вина, шампанского и особенно коньяка существенно выросла. Правда, нужно заметить, что за время наблюдений люди стали на 10 лет старше, то есть возрастная группа 20–35 лет в 2010 г. — это те молодые люди, которым в 2000 г. было всего 10–25 лет. Изменение потребления поэтому может объясняться, скорее, сменой когорт, чем изменением вкусов внутри одного поколения.

Что касается изменений структуры потребления по социальным классам, то они были похожи и в низшем, и в высших (включая высший-средний) классах: существенно упала доля потребителей водки (в высшем *A* и высшем-среднем *B* классах с 65 до 45%, в низшем *D* и низшем-низшем *E* — с 70 до 47%); снижалась, но не так сильно, доля пивших пиво (в классах *A* и *B* — с 74 до 59%; в классе *D* — с 76 до 67%; в классе *E* — с 67 до 54%). Доля любителей вина во всех классах изменилась незначительно (хотя в классе *A* выросла с 49 до 52%, а в классе *B* упала с 49 до 44%); доля любителей коньяка выросла во всех классах (в высшем — с 25 до 32%, а в низшем — с 6 до 10%), шампанского несколько снизилась во всех классах, кроме двух низших (здесь она даже несколько возросла: в классе *E* — с 25 до 29%). Однако при этом процент тех, кто пьёт эти три напитка, остался более значительным в высших классах.

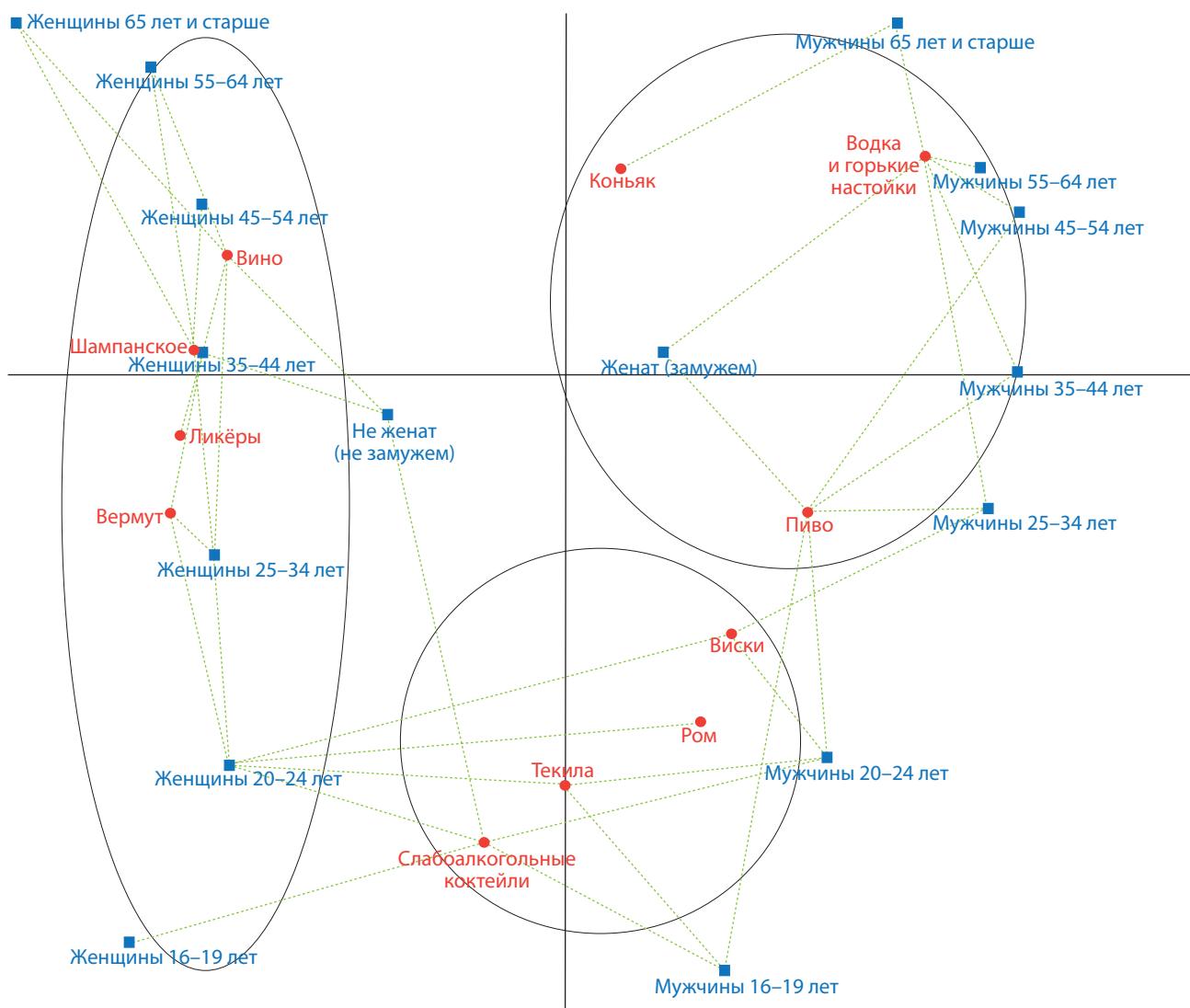
Факторы, влияющие на склонность к потреблению того или иного напитка

Корреляционный анализ на данных 2010 г. показал, что женщины более, чем мужчины, склонны к потреблению целого ряда алкогольных напитков. Так, среди пьющих женщин доля любительниц вина — 52%, шампанского — 50%, вермута — 11%, ликёра — 8,7%, что почти в два раза выше, чем среди мужчин. Зато среди мужчин в полтора раза больше любителей водки (59,8%) и пива (78,4%).

Что касается влияния возраста, то можно сказать, что популярность пива достигает своего максимума (76%) в группе людей 20–24 лет, затем постепенно снижаясь до 38,5% для людей старше 65 лет. Пик популярности водки приходится на возраст 55–64 года (54,4%), после чего доля её потребителей в самой старшей возрастной группе снижается до 50,3%. В разных возрастных группах наблюдалась смена паттерна потребления вина. В 2000 г. доля потребителей вина была максимальна среди молодёжи 20–24 лет (45,5%), затем уменьшалась до 34,6% среди людей старше 65 лет. В 2010 г. доля употреблявших вино была наименьшей (29%) среди молодёжи 16–19 лет, затем она постепенно росла до 50,7% среди пожилых. Влияние когорт в данном случае не выявлено. Аналогичная тенденция прослеживается для коньяка и бренди.

Анализ соответствий видов напитков и половозрастных групп позволил идентифицировать горизонтальную ось как гендер, а вертикальную — как возраст (см. рис. 2). На основании значимых положительных связей можно установить, что вино, шампанское, ликёры и вермут наиболее характерны для потребления женщинами старше 25 лет, ром — женщинами 20–24 лет. Коньяк наиболее типичен для мужчин старше 65 лет, водка — для мужчин старше 25 лет, пиво — для мужчин в возрасте до 54 лет, виски — для мужчин 20–34 лет и женщин 20–24 лет. Текила и слабоалкогольные коктейли наиболее характерны для потребления молодёжью 16–24 лет обоего пола.

Таким образом, гендерный и возрастной аспекты в потреблении различных напитков выражены наиболее ярко: более лёгкие и сладкие напитки являются типично женскими, а более крепкие или горькие — мужскими. Кроме того, есть статусные напитки старшего возраста (прежде всего мужчин), это — коньяк, и, наоборот, молодёжи независимо от гендерной принадлежности, это — слабоалкогольные коктейли, текила, виски и ром. Как можно заметить, последняя группа напитков является относительно новой на российском рынке и завоевала симпатии прежде всего именно молодых.



Примечание. Зелёными пунктирными линиями отмечены значимые положительные связи между признаками.

Рис. 2. Анализ соответствий видов напитков и половозрастных групп. РИЦГ, 2010 г.

Обратимся теперь к исследованию взаимосвязи потребления различных напитков и социального класса. Как мы уже отмечали в обзоре литературы, целый ряд исследований в структуралистской парадигме выявили взаимосвязь потребления различных напитков с социальным классом. В исследовании П. Бурдье рассматривались два вида капитала, различными объёмом и структурой которых обладают социальные классы: экономический (выраженный в доходе) и культурный (выраженный в уровне образования) [Bourdieu 1984]. Можно ли говорить о взаимосвязи социального класса, к которому принадлежит человек, и его экономического и культурного капиталов со склонностью к потреблению того или иного напитка? Для этого сначала был применён корреляционный анализ, который показал наличие значимых взаимосвязей.

Так, среди потребителей алкоголя, имеющих неполное среднее, среднее и среднее специальное образование, больше всего любителей пива (более 65%) и водки (более 45%). Студенты и выпускники вузов также предпочитают пиво (59,9%), но вторым по популярности напитком является вино (46,3%). Среди людей с научной степенью наиболее популярно вино (63,3%), а за ним следует водка (57,3%). Таким образом, с увеличением уровня образования значительно растёт доля потребителей вина и шампанского и уменьшается — пива. Для людей самого высокого уровня образования также характерно «эксперимен-

таторство»: в этом случае наблюдается самая большая доля тех, кто потребляет такие нетипичные для России и дорогие напитки, как ром, джин, ликёр и виски.

Как мы уже видели, пиво пьёт максимальная доля потребителей алкоголя. Однако вариация в потреблении пива среди групп с разным доходом весьма существенна. Так, для групп с душевым доходом ниже 2000 руб. характерна высокая доля потребителей пива (70,6%), в то время как для групп с доходом 5000–7000 руб. она составляет 57,4%. С увеличением дохода растёт доля людей, которые пьют шампанское, виски, коньяк и бренди, текилу, вино. Корреляционный анализ показал также наличие взаимосвязи потребления разных видов алкоголя и социального класса. В низшем-низшем классе (*E*) доля тех, кто пьёт шампанское (29%) и вино (37,2%), минимальна, и затем она постепенно увеличивается, достигая 51,8% и 45,3% соответственно в высшем классе (*A*). Также от класса *E* к классу *A* растёт доля потребителей виски (с 1,1 до 11,9%) и коньяка (с 10,3 до 31,6%). Увеличивается доля любителей джина, рома и текилы, но незначительно, так как вообще в России их пьют очень мало. Потребление водки мало изменяется по социальным классам, однако небольшая вариация имеет нелинейный характер. Так, для низшего класса (*E*) характерна наибольшая доля потребителей водки и горьких настоек (47%), затем эта величина снижается до 42% в среднем классе и вновь растёт до 45% в высших классах.

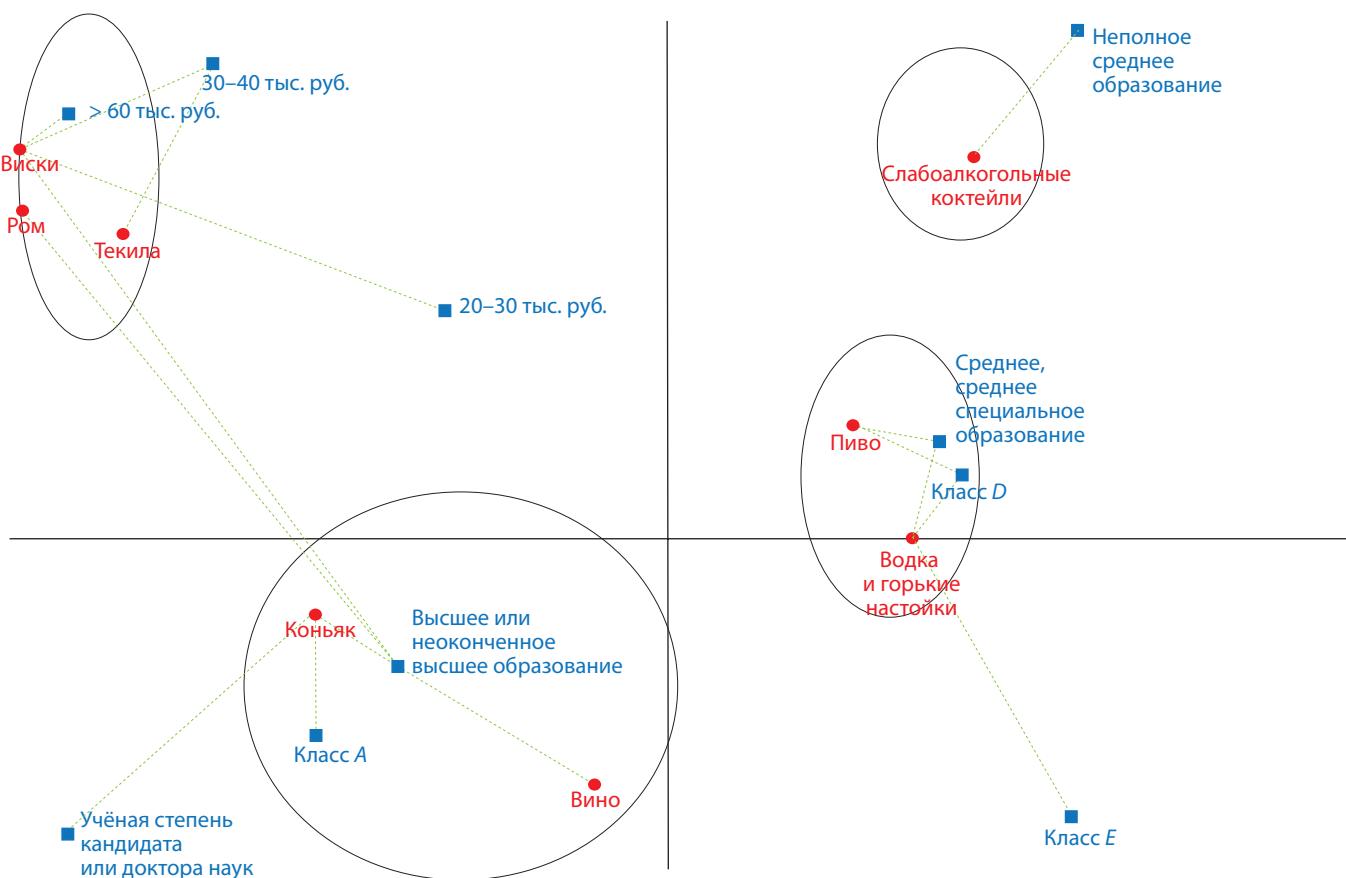
Вторая модель анализа соответствий была реализована для выявления взаимосвязей между видами алкогольных напитков, с одной стороны, и душевым доходом и уровнем образования — с другой (см. рис. 3, показаны только значимые положительные связи). Горизонтальная ось в этой модели может быть интерпретирована как рост доход (справа налево), а вертикальная как рост образования (сверху вниз).

Поскольку уровень образования, доходы, должность и социальный класс — взаимосвязанные между собой переменные, они плохо сочетаются в одной модели анализа соответствий, поэтому в двух других моделях мы использовали переменные «должность» (и «род занятий» для незанятых) и «социальный класс»⁷. Эти три модели в итоге позволили выделить три группы напитков.

В первую группу вошли вермут, коньяк и вино; их употребление соответствует высокому уровню образования. Коньяк, кроме того, маркирует потребление трёх классов, занимающих наилучшие позиции в социальной структуре (*A*, *B* и *C1*), а также специалистов высшей квалификации и руководителей второго уровня. Вино — выбор образованных пенсионеров. Виски, ром, джин и текила соответствуют высокому уровню душевого дохода; при этом виски маркирует все три высших класса, ром — высший-средний класс (*B*), а текила — средний-средний класс (*C1*). Руководители предприятий и организаций отдают предпочтение как виски, так и текиле. Водка, пиво и слабоалкогольные коктейли образуют группу, связанную с низкими доходами и образованием. При этом предпочтение как водки, так и пива характеризует низший класс (*D*), людей со средним и средним специальным образованием, а также квалифицированных рабочих и мастеров. Низший-низший класс (*E*) предпочитает водку, а не пиво. А для студентов и людей с неполным средним образованием (чаще всего это студенты техникумов и ученики школ) типично потребление слабоалкогольных коктейлей.

Таким образом, структура потребления различных алкогольных напитков подтверждает нашу первую гипотезу — о том, что они часто выступают как индикаторы принадлежности к определённой статусной позиции, связанной с обладанием определённым уровнем культурного и экономического капитала, а также профессиональным статусом. Можно сказать, что российские потребители алкоголя пока не выглядят как люди общества постмодерна, для которых характерны мозаичность и фрагментарность стиля жизни.

⁷ Структура этих моделей АС не приводится в силу ограниченного объёма статьи.



Примечание. Зелёными пунктирными линиями отмечены значимые положительные связи между признаками.

Рис. 3. Анализ соответствий видов напитков и образования, душевого дохода и социального класса. РИЦГ, 2010 г.

Данные также показали значимое влияние типа труда на выбор напитков. Так, среди работников физического труда по сравнению с теми, кто занят умственным трудом, выше доля тех, кто потребляет пиво (74,4 против 60,8%), водку и горькие настойки (52,5 против 39,8%). Наоборот, среди работников умственного труда больше доля потребителей шампанского (44,5 против 29,4%), вина (47,9 против 28,8%) и коньяка (25,2 против 14,9%). Это хорошо соответствует результатам, полученным как П. Бурдье для Франции, так и М. Торnton для Австрии [Bourdieu 1984; Thornton 1987]: определённые виды алкогольных напитков связаны со статусными различиями потребителей и несут смысловую нагрузку, выступая как «официальные» и «неофициальные». Как и в Австрии, в России шампанское позиционируется как формальный и «разъединяющий» напиток, а водка и пиво — как неформальные, потребляемые в кругу друзей и укрепляющие социальные связи.

Сочетание потребления разных напитков

Чем больше доля потребителей какого-либо алкогольного напитка, тем в меньшей степени он сочетается с потреблением других видов алкоголя. Так, среди любителей самого популярного нынче в России напитка — пива — половина пьёт также водку и примерно по трети — ещё и вино или шампанское. Другие напитки выбираются реже. Более 70% потребителей водки пьют ещё и пиво, треть — шампанское и вино, четверть — коньяк. Половина пьющих вино не отказывается и от пива и от шампанского, а 38% — от водки. Примерно такая же ситуация характерна для потребителей шампанского. Вкусы более половины любителей коньяка позволяют им пить вино и шампанское, а более 60% — пиво и водку. А вот среди потребителей почти всех остальных напитков (кроме ликёров и вермута, хотя для них приведённые далее доли просто несколько меньше) более трёх четвертей пьют пиво, более половины —

водку, вино, шампанское и коньяк. Таким образом, виски, джин, ром и текила не представляют собой выбор «лояльного» им потребителя, а характерны для людей с разнообразными вкусами и высокими доходами, которые могут себе позволить их покупать.

Представленная на рисунке 4 репертуарная карта потребления алкогольных напитков иллюстрирует их расположение в пространстве двух осей: по вертикали — доля потребителей, по горизонтали — среднее количество потребляемых напитков. Очевидна обратная зависимость между этими показателями, что обычно для рынков многих товаров (как правило, такая карта строится для различных марок). Можно заметить и то, что у пива самая высокая доля потребителей (62%) и одновременно самое маленькое количество предпочитаемых напитков: так, любитель пива пьёт ещё в среднем 1,8 вида других напитков (включая пиво — 2,8 вида напитков). Водка, шампанское и вино занимают сходные позиции: доля потребителей — около 40%, а среднее количество других потребляемых напитков — чуть более двух видов. Соответственно, те, кто пьёт коньяк (около 20%), в среднем ориентируются ещё на три других вида алкоголя. А вот доля потребителей остальных напитков не превышает 10%, но если для любителей вермута и ликёров среднее число потребляемых других напитков — около 4,5 вида, то для пьющих виски и текилу — 4,5, а для пьющих ром и джин — 5,5.

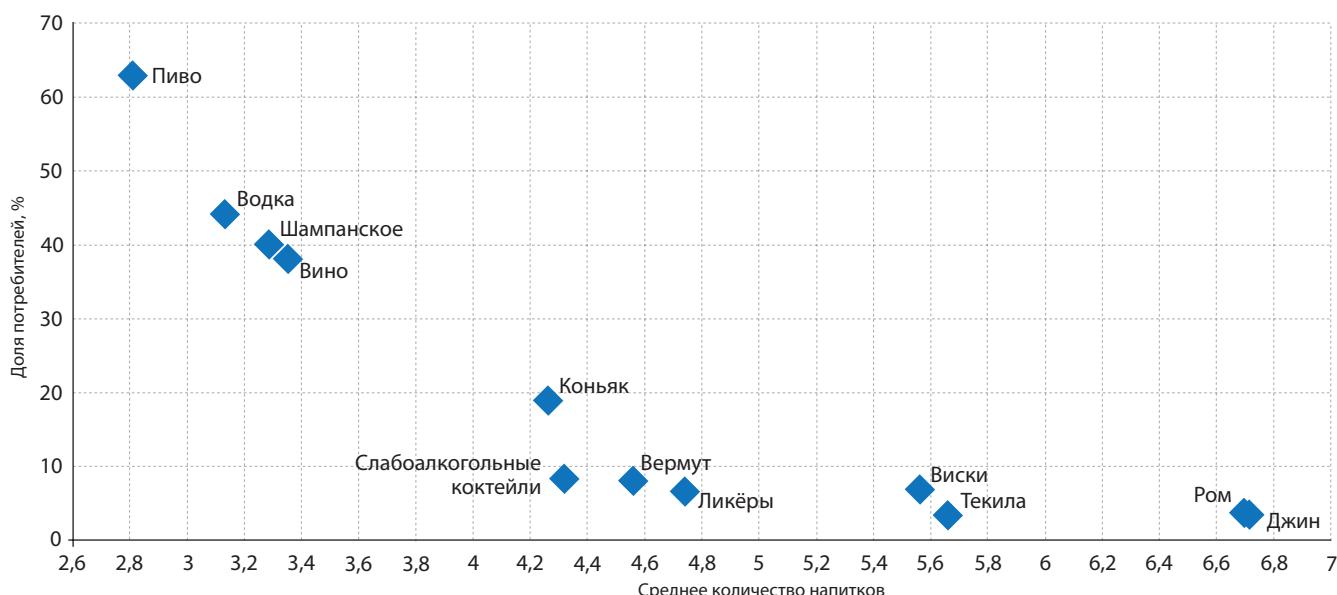


Рис. 4. Репертуарная карта рынка алкогольных напитков. РИЦГ, 2010 г.

Типы потребителей алкоголя

Для разделения потребителей на различающиеся сегменты по типу потребления был, как сказано выше, использован кластерный анализ. Оптимальное количество кластеров — четыре — было выявлено в процессе интерпретации различных решений.

Кластер 1: любители лёгкого алкоголя (37,2% общего количества потребителей алкоголя). Среди респондентов, попавших в данный кластер, наибольшая доля потребляет пиво (62,5%), очень малое количество — пьют другие крепкие напитки (например, 5% — коньяк), и никто не пьёт водку. В то же время 21% пьют шампанское, а 25,7% — вино.

В этой группе доля женщин значимо выше, чем в среднем по выборке (58%), однако эта группа довольно гендерно нейтральная. Здесь также значимо выше доля молодёжи до 35 лет (47%). Различия по уровню образования не очень велики, хотя и значимы: в целом здесь ниже доля людей с высшим образованием (44%). Не заняты на рынке труда 30%, остальные примерно поровну заняты физическим

и умственным трудом. В этой группе значимо выше доля представителей низшего класса *E* (7,5%) и значимо ниже — классов *A* и *B* (в сумме — 12%).

Кластер 2: мужской тип потребления (32,5%). Среди людей, вошедших в этот кластер, наибольшая доля потребителей водки (99,6%) и пива (71,5%). Поскольку эти напитки соответствуют «мужскому» имиджу, этот кластер получил соответствующее название. По 17,5% пьют коньяк и шампанское, 14% — вино.

Эта группа, как можно было ожидать, почти на три четверти состоит из мужчин, а 60% её представителей находятся в возрасте от 35 до 64 лет, что значимо выше, чем по всей выборке. Таким образом, больше половины потребителей крепкого алкоголя составляют люди старших возрастов, что соответствует обнаруженным ранее результатам: с увеличением возраста структура потребления смещается к крепким алкогольным напиткам. Более половины всех членов кластера (56,9%) имеют среднее или среднее специальное образование; 60% работающих (или 43% всей группы) заняты физическим трудом. В этом кластере наиболее высоки доли людей из низшего и низшего-низшего классов (в сумме — 37,5%), средний уровень душевых доходов — 14,6 тыс. руб. (около 500 долл.).

Кластер 3: женский тип потребления (26%). Среди респондентов, отнесённых к этому кластеру, наиболее высока доля потребителей вина (88,2%) и шампанского (85%). Потребление данных напитков, как было показано выше, характерно прежде всего для женщин и соответствует их имиджу. В этой группе высоки также доли любителей вермута (21,1%) и коньяка (34%).

Эта группа на 72% состоит из женщин. В состав кластера входят люди широкого спектра возрастных групп. Возрастная структура близка к среднероссийской, но несколько меньше молодёжи 20–35 лет и больше пожилых людей старше 55 лет (различия значимы). Высшее или неоконченное высшее образование имеют 58%, поэтому неудивительно, что 69% работающих заняты умственным трудом (48% всей группы). Почти половина всех членов этой группы принадлежат к классам *A*, *B* и *C1* (то есть к высшему, высшему-среднему и среднему-среднему), что превышает среднюю долю представителей этих классов по России в целом (36%). Однако средние душевые доходы представителей этой группы не так уж высоки (16,5 тыс. руб.).

Кластер 4: эклектичный тип потребления (4,3%). Хотя это самая маленькая группа, но она очень интересная. Пожалуй, только в связи с ней можно говорить о постмодернистском стиле потребления, так как здесь велики доли потребителей всех алкогольных напитков (выше всего — виски (88%), пива (78%), рома (76%); ниже всего — вермута и слабоалкогольных коктейлей (по 28%)). Доля потребителей водки ниже, чем в мужском типе (63%), однако для всех напитков корреляция показывает значимое превышение доли потребителей над средним по России.

Эта группа не имеет ярко выраженной гендерной специфики, хотя мужчин в ней значимо больше (57%). Половина представителей этого кластера младше 35 лет, что больше, чем в любой другой группе. Здесь также самые высокие уровни образования (64% имеют неоконченное высшее, высшее образование или учёную степень), доля занятых умственным трудом (52%), уровень доходов (20% имели душевой доход выше 1000 долл.). Пятая часть этой группы принадлежит к высшим классам (*A* и *B*), ещё 62% — к средним классам (*C1* и *C2*). В этом кластере самая высокая доля руководителей (первого уровня — 5,2%, второго уровня — 17%).

Таким образом, кластеры, соответствующие разным типам потребления, имеют как гендерно-возрастную, так и классовую специфику. Можно сказать, что мужской тип потребления алкоголя ха-

рактерен как для мужчин и людей старшего возраста, так и для людей с более низкими доходами и образованием. Напротив, женский тип потребления алкоголя в меньшей степени связан с возрастом, однако типичен для среднего класса, то есть для людей с высоким образованием, но несамыми высокими доходами. Остальные два типа можно назвать молодёжными, эти типы не имеют такой яркой гендерной окрашенности, однако между ними есть существенная разница по социальному статусу. Любители лёгкого алкоголя чаще не работают или учатся, имеют не самые высокие доходы, в то время как эклектичный тип характерен для высокообеспеченных молодых людей, занимающих высокие должности. Можно подтвердить сделанный выше вывод о том, что тип потребления алкоголя в современной России достаточно тесно связан с социальным, гендерным и возрастным статусами и может рассматриваться как один из его идентификаторов. Даже обнаруженный нами эклектичный тип потребления, наиболее близкий к концепции постмодернистского стиля жизни, пока является маркером наиболее высокостатусных групп.

Объём, частота, марки и место потребления

Как мы видели выше, ряд алкогольных напитков — такие, как коктейли, вермут, виски, ликёры, джин, ром и текила — пьют менее 10% потребителей алкоголя, и само по себе их употребление уже является социальным маркером в силу их редкости. Однако, например, пиво и водку пьют как мужчины, так и женщины, как молодые, так и пожилые, как бедные, так и богатые, хотя и в разных пропорциях. То же, но в меньшей степени можно сказать и о вине, шампанском и коньяке. Можно было бы ожидать, что не только сами по себе алкогольные напитки выступают индикаторами принадлежности к той или иной социальной группе, но также и объём (или частота) потребления, предпочтаемые марки и цена могут служить этой цели. К сожалению, в базе данных РИЦГ нет информации о расходах на покупку алкогольных напитков, поэтому попробуем посмотреть на различия в других характеристиках (на данных за 2010 г.).

Пиво

Не вызывает удивления, что среди потребителей пива мужчины пьют его чаще, чем женщины (мужчины — 7 раз в месяц в среднем; женщины — 3,8 раза), и выпивают больший объём (6,4 против 3,8 л). Кроме того, мужчины чаще пьют крепкое пиво, а женщины — лёгкое. Зависимость объёма потребления от возраста — квадратичная, как и доли потребителей (максимальный объём — 6,3 л в месяц — выпивают люди в возрасте 25–34 лет; меньше всего — 3 л — выпивают пожилые старше 65 лет). Люди в возрасте чаще предпочитают крепкое пиво. Более пятой части молодёжи до 25 лет пьют пиво в барах, на дискотеках и т. д., эта доля затем с возрастом резко падает, достигая 5% и менее для людей старше 45 лет. Больше всего также пьют люди бедные (с душевым доходом до 5000 руб.) и со средним достатком (15–30 тыс. руб.). С повышением уровня образования объём потребления снижается. Наиболее высокий уровень потребления у низшего класса (D) — 5,7 л в месяц, а самый низкий — в высшем классе (A) — 5,1 л. Средние классы несколько чаще пьют пиво в ресторанах, пабах и барах (12–13 против 4%), а низшие — на улице (8–9% против 5–6%). В одиночестве чаще всего пьют высший (18%) и низший-низший классы (24%).

Любопытно, что во всех классах наиболее популярной является «Балтика» (чаще всего пьют «Балтику № 7» 11% высшего и 14% высшего-среднего классов, а «Балтику № 3» — 19,5% низшего-низшего и 17,6% низшего классов). Однако наибольшие различия между классами (а также между людьми с разным уровнем образования и доходов) наблюдаются в предпочтениях менее распространённых марок: например, «Velkopopovicky Kozel» чаще других марок пьют 8,4% высшего класса и только 2,7% — низшего-низшего класса. Однако по среднему количеству потребляемых марок социальные классы значимых различий не имеют. Анализ соответствий показал, что наиболее характерными для высшего

го, высшего-среднего и среднего-среднего классов являются марки «Старопрамен», «Velkopoprovicky Kozel» и «Холстен»; классы *B* и *C1*, помимо этого, предпочитают «Хайнекен» и «Карслберг»; класс *A* — «Златопрамен» и «Сол». Классы *E* и *D* чаще других пьют, помимо «Балтики», такие марки, как «Жигулёвское», «Клинское», «Ярпиво», «Охота», «Три медведя». Таким образом, существуют два ярко выраженных типа брендов: низшие классы предпочитают более дешёвые отечественные марки, а высшие и средние — более дорогие зарубежные. Для низших классов также при выборе значимо чаще важно, что марку легко найти в продаже (18,6% в классе *E* и только 8% — в классе *A*), а также существенна приемлемая цена (39 против 23%), а для высших — страна производства (18 против 15% в классе *E*).

Водка

Как и пиво, водка — напиток мужского имиджа, поэтому неудивительно, что мужчины пьют её чаще, чем женщины (в среднем — 3,7 раза в месяц против 1,7 раза), и в два раза большем объёме (средний мужчина выпивает 0,6 л в месяц, а женщина — 0,3 л). С возрастом частота потребления водки постепенно возрастает, достигая для пожилых людей 55–64 года 3,3 раза в месяц, а максимальное количество — более 0,5 л — выпивают люди среднего возраста, 25–54 года. От доходов объём выпитого зависит нелинейно, а с ростом образования снижается. Низшие классы пьют больше высших. Значимы также различия в доле тех, кто пьёт водку в баре или ресторане: эта доля выше среди более молодых и ниже в низших классах. Для низших классов также значимо более важными при выборе марки являются приемлемая цена (этот фактор выбирают 45% класса *E* и 40% класса *D*, но только 30% высших классов) и то, что марку легко найти в продаже (27% для класса *E* и 11% для класса *A*). Довольно интересно, что маркой, которую чаще других потребляют все социальные классы, кроме низшего-низшего, является «Зелёная марка» (её отметили 17–18% классов *A*, *B*, *C1* и *D*), а в классе *E* — «Пшеничная». Однако значимо большая доля как высших классов, так и людей с высшим образованием выбирают «Парламент».

Вино

Хотя доля потребителей вина выше среди женщин, однако мужчины в среднем потребляют его в 1,5 раза больше и чаще, чем женщины (2,7 раза в месяц, выпивая 0,6 л). Мужчины чаще женщин предпочитают сухое вино, а слабый пол — сладкое. Зависимость объёма потребления от возраста — квадратичная (больше всего пьют в возрасте 35–45 лет, 0,5 л в месяц), а от дохода — близка к линейной (прямая зависимость). Однако люди с неполным средним образованием выпивают больше вина (0,6 л), чем те, кто имеет высшее образование (0,43 л), хотя доля потребителей вина среди первых — 16%, а среди вторых — 35%. Чаще всего пьёт вино высший класс (2,5 раза в месяц), а также классы *B* и *E* (по 2,2 раза в месяц). Однако объём выпитого по классам не отличается значимо от среднего.

Значимы различия по странам-производителям. Анализ соответствий показывает, что высший класс предпочитает немецкие, чилийские и испанские вина, высший-средний — испанское и французское, средний-средний — чилийское, итальянское и аргентинское, то есть зарубежные вина. В то же время низший-низший класс предпочитает российские и венгерские вина, а низший — российское и болгарское. В целом более дорогие зарубежные вина предпочитают люди в более высоким доходом и образованием, а отечественное и дешёвое — с более низким. Высшие классы предпочитают сухое вино, а низшие — креплённые. Как и в случае с водкой и пивом, для низших классов более важными, чем для остальных, являются факторы доступности цены и наличия в продаже.

Коньяк

Коньяк — также более «мужской» напиток, и мужчины его пьют чаще женщин (1,8 против 1,3 раза в месяц) и больше (0,3 против 0,2 л), хотя эти различия меньше, чем по водке и пиву. Доля потребите-

лей коньяка выше всего в возрасте 35–64 года, однако наибольший объём в среднем выпивают люди 20–44 лет (более 0,25 л в месяц). Доля потребителей коньяка также линейно возрастает с уровнем социальной иерархии (от 6% в классе *E* до 24% в классе *A*), но объём потребления на человека значительно не изменяется. Высшие классы предпочитают более старые коньки, выбирая марки за хорошие вкус и качество. Высшие классы (*A*, *B* и *C1*) чаще других пьют «Аракат» (12–13%), низший-средний класс — «Хенnessи» (11%), низший — «Белый аист», а низший-низший — «Российский» и «Белый аист». Анализ соответствий, помимо выявленных предпочтений, показал также, что для высшего класса характерным является «Реми Мартен» («Rémy Martin»).

Выходы

Результаты нашего исследования показали, что различия в структуре потребления алкогольных напитков являются важными символическими характеристиками социальных групп в России, прежде всего гендерных, возрастных и образовательно-доходных, что позволяет говорить о том, что подтвердилась гипотеза 1, а не гипотеза 2. В первую очередь это касается самого выбора напитков: так, пиво, водка и другие крепкие напитки характерны для мужского потребления, а вино, шампанское и ликёры — для женского. В целом женщины выбирают более лёгкие и сладкие напитки (даже отдают предпочтение сладкому вину перед сухим), а мужчины подтверждают свой статус крепкими и горькими видами алкоголя. Эти предпочтения следует отнести прежде всего к культурным традициям, закрепившим такие символы гендерного статуса. Возрастные различия также отражают закреплённые стереотипы: старшие группы отдают предпочтение водке и вину, младшие — пиву и слабоалкогольным коктейлям, скорее всего, в силу агрессивной рекламы конца 1990-х гг. и доступности цены и порции, так как разовую дозу пива или коктейля (банка, бутылка) легко купить и выпить, а более крепкие напитки, как правило, требуют разделения на порции (то есть распития в компании или в течение времени).

Классовые различия, связанные с неодинаковым объёмом культурного и экономического капитала, также находят своё выражение прежде всего в видах выбираемых напитков, что соответствует результатам, полученным для Франции 1970-х гг. П. Бурдье [Bourdieu 1984], хотя список этих напитков в России несколько иной. Так, высшие классы в России более склонны к потреблению вина, шампанского, коньяка, виски и таких «экзотических» напитков, как ром и текила. В то же время объём потребления не является для алкоголя индикатором роскоши, как это было, например, в Средние века для потребления мяса [Braudel 1979]. Наоборот, пиво и водку, которые потребляются всеми классами, в большей степени пьют менее образованные и более бедные. Но для этих напитков, а также для вина наиболее существенные классовые различия обнаруживаются в выборе марок и производителей. Низшие классы ориентируются на доступность цены и наличие в продаже, выбирая дешёвые отечественные марки, а высшие — на качество и вкус, предпочитая более дорогие зарубежные бренды.

Таким образом, в целом в современной России выявлена высокая зависимость между типами потребления алкоголя и социальными классами, как это было обнаружено П. Бурдье [Bourdieu 1984]. Черты постмодернистского стиля жизни, характеризующегося мозаичностью потребления, а в нашем случае — эклектичностью вкуса, были обнаружены менее чем у 5% потребителей алкоголя, которые в основном принадлежат к образованным и обеспеченным слоям молодых людей, занимающих руководящие позиции. Однако в данном случае пока нет оснований считать, что подобный стиль потребления алкоголя будет распространяться от богатых к бедным, как это нередко бывает с благами, которые считались некоторое время роскошью, но затем стали обыденными, как это было подмечено в теории «просачивания» [Braudel 1979]. Скорее, этот паттерн эклектического потребления также выступает в данном случае как индикатор высокого социального статуса.

Литература

- Ионин Л. 1998. *Социология культуры*. М.: Логос.
- Климова С. 2007. Алкоголизм: обыденные теории. *Социальная реальность*. 2: 30–40. URL: <http://corp.fom.ru/uploads/socreal/post-225.pdf>
- Козырева П., Дорофеева З. 2008. Общее и особенное в адаптации горожан и селян к радикальным трансформациям. В сб.: Голенкова З. Т. (отв. ред.). *Модернизация социальной структуры российского общества*. М.: Институт социологии РАН; 69–96.
- Рошина Я. 2012. Динамика и структура потребления алкоголя в современной России. В сб.: Козырева П. М. (отв. ред.). *Вестник Российского мониторинга экономического положения и здоровья населения НИУ ВШЭ (RLMS-HSE)*. М.: Изд. дом ВШЭ; 238–257.
- Тапилина В. 2006. Сколько пьёт Россия? Объём, динамика и дифференциация потребления алкоголя. *Социологические исследования*. 2: 85–94.
- Шатихин А. И. 2012. Пивной алкоголизм: надуманная проблема или новая реальность? *Русский медицинский журнал*. 15. URL: http://www.rmj.ru/articles_8289.htm
- Andrienko Y., Nemtsov A. 2005. *Estimation of Individual Demand for Alcohol*. Economics Education and Research Consortium Working Paper Series. No. 05/10.
- Baudrillard J. 1968. *Le système des objets*. Paris: Gallimard.
- Beck U. 1992. *Risk Society: Towards a New Modernity*. London: Sage.
- Becker G., Murphy K. 1988. A Theory of Rational Addiction. *Journal of Political Economy*. 96 (4): 675–700.
- Bourdieu P. 1984 (1979). *Distinction. A Social Critique of the Judgment of Taste*. Transl. by Richard Nice. London: Routledge & Kegan Paul.
- Braudel F. 1979. *Civilisation matérielle, économie et capitalisme, XVe – XVIIIe siècles*. 3 vols. Tome 1. Les Structures Du Quotidien: Le Possible et l'Impossible. Paris: Armand Colin; Ch. 3.
- Brennan A. et al. 2009. *Modelling to Assess the Effectiveness and Cost-Effectiveness of Public Health Related Strategies and Interventions to Reduce Alcohol Attributable Harm in England Using the Sheffield Alcohol Policy Model Version 2.0*. Report to the NICE Public Health Programme Development Group. 9 November 2009.
- Clements K. W., Yang W., Zheng S. W. 1997. Is Utility Additive? The Case of Alcohol. *Applied Economics*. 29: 1163–1167.
- Douglas M. 1987. A Distinctive Anthropological Perspective. In: Douglas M. (ed.) *Constructive Drinking: Perspectives on Drink from Anthropology*. Cambridge: Cambridge University Press; 3–15.
- Douglas M., Isherwood B. 1979. *The World of Goods: Towards an Anthropology of Consumption*. New York: W. W. Norton.

- Elias N. 1969. *The Civilizing Process. Vol. I. The History of Manners*. Oxford: Blackwell.
- Elias N. 1982. *The Civilizing Process. Vol. II. State Formation and Civilization*. Oxford: Blackwell.
- Farrell P., Fuchs V. 1982. Schooling and Health: The Cigarette Connection. *Journal of Health Economics*. 1: 217–230.
- Grossman M. et al. 1993. Policy Watch: Alcohol and Cigarette Taxes. *Journal of Economic Perspectives*. 7 (4): 211–222.
- Harvey D. 1989. *The Condition of Postmodernity: An Enquiry into the Origins of Cultural Change*. Oxford, UK; Cambridge, MA: Basil Blackwell.
- Herpen N., Verger D. 2008. *Consommation et modes de vie en France*. Paris: La Découverte, coll. «Grands Repères».
- Hirschi T. 1998 (1969). *Social Bond Theory. Criminological Theory: Past to Present*. Los Angeles: Roxbury.
- Hughes K. et al. 1997. Young People, Alcohol, and Designer Drinks: Quantitative and Qualitative Study. *British Medical Journal*. 7078: 414–418.
- Levi-Strauss C. 1981 (1947). *Les structures élémentaires de la parenté*. Paris: Mouton.
- Mennell S. 1985. *All Manners of Food. Eating and Taste in England and France from the Middle Ages to the Present*. Oxford: Basil Blackwell.
- Mennell S. 1987. On The Civilizing of Appetite. *Theory, Culture & Society*. 4 (2–3): 373–403.
- Neufeld M., Rehm J. 2013. Alcohol Consumption and Mortality in Russia since 2000: Are There any Changes Following the Alcohol Policy Changes Starting in 2006? *Alcohol and Alcoholism*. 48 (2): 222–230.
- Parker D., Brody J. 1982. Risk Factors for Alcoholism and Alcohol Problems among Employed Women and Men. In: *Occupational Alcoholism: A Review of Research Issues*. National Institute on Alcohol Abuse and Alcoholism. Research Monograph No. 8. Washington: DC: US Government Printing Office: 99–127.
- Peirce R. et al. 1994. Relationship of Financial Strain and Psychosocial Resources to Alcohol Use and Abuse: The Mediating Role of Negative Affect and Drinking Motives. *Journal of Health and Social Behavior*. 35 (4): 291–308.
- Popova S. et al. 2007. Comparing Alcohol Consumption in Central and Eastern Europe to Other European Countries. *Alcohol & Alcoholism*. 42 (5): 465–473.
- Roshchina Y. 2013. *To Drink or Not to Drink: The Microeconomic Analysis of Alcohol Consumption in Russia in 2006–2010*. WP BRP 20/SOC/2013, Moscow: National Research University Higher School of Economics.
- Thornton M. 1987. Sekt versus Schnapps in an Austrian Village. In: Douglas M. (ed.) *Constructive Drinking: Perspectives on Drink from Anthropology*. Cambridge: Cambridge University Press; 102–112.
- WHO. 2012. *European Action Plan to Reduce the Harmful Use of Alcohol 2012–2020*. Geneva: World Health Organization.

NEW TEXTS

P. Martynenko, Y. Roshchina

Patterns of Alcohol Consumption as a Social Group Indicator in Modern Russian Cities

MARTYNENKO,

Petr Alexandrovich — Student of Master's Program "Applied Methods of Social Analysis of Markets" of Faculty of Sociology, National Research University Higher School of Economics. Address: 20 Myasnitskaya str., Moscow, 101000, Russian Federation.

Email: petr.martynenko@gmail.com

ROSHCHINA,

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

Email: yroshchina@hse.ru

Abstract

This article analyzes the correlation between alcohol consumption patterns in Russian cities and the characteristics of consumers, including their social status. The empirical dataset used in this study was generated from the Russian Target Group Index for 2000–2010 and produced by Synovate Comcon. The methods used in the study include correlation analyses, cluster analyses and correspondence analyses. The results of the study confirm that differences in alcohol consumption patterns are important characteristics of social groups — stratified by gender, age, education and income — in Russia. Beer, vodka and other spirits are typically consumed by men, whereas wine, champagne and liquors are typical consumed by women. The different social classes also have different chosen beverages: the highest social classes prefer wine, champagne, cognac, whisky and exotic beverages such as rum and tequila. The volume of consumed alcohol is not an indicator of social class. Beer and vodka — beverages consumed by all social groups — are mostly consumed by the poorer and less educated. This study also identified the following consumer clusters: "light drink lovers" (beer-oriented consumption), the "masculine consumer" (consumption of beer and vodka), the "feminine consumer" (wine- and champagne-oriented consumption), and the "eclectic type" (multi-oriented consumption). These clusters have different social and demographic characteristics. In modern Russia, patterns of alcohol consumption and the social class of the consumer tend to be highly correlated. Variegated consumption patterns associated with the postmodern lifestyle were detected in fewer than 5% consumers of alcohol; these consumers tended to be educated, well-off, young and employed in executive positions.

Keywords: consumption structure; alcohol consumption; social class; social status indicators; lifestyle; postmodern society.

References

- Andrienko Y., Nemtsov A. (2005) Estimation of Individual Demand for Alcohol. *Economics Education and Research Consortium Working Paper Series*, no 05/10.
- Baudrillard J. (1968) *Le système des objets* [The System of Objects], Paris: Gallimard (in French).
- Beck U. (1992) *Risk Society: Towards a New Modernity*, London: Sage.

- Becker G., Murphy K. (1988) A Theory of Rational Addiction. *Journal of Political Economy*, vol. 96, no 4, pp. 675–700.
- Bourdieu P. (1984 [1979]) *Distinction. A Social Critique of the Judgment of Taste* (transl. by Richard Nice), London: Routledge & Kegan Paul.
- Braudel F. (1979) *Civilisation matérielle, économie et capitalisme, XVe – XVIIIe siècles [Civilization and Capitalism, 15th – 18th Century]*, 3 vols. Tome 1. Les Structures Du Quotidien: Le Possible et l’Impossible [Vol. 1: The Structures of Everyday Life: The Limits of the Possible], Paris: Armand Colin, Ch. 3 (in French).
- Brennan A., Latimer N., Meng Y., Rafia R., Purshouse R. (2009) *Modelling to Assess the Effectiveness and Cost-Effectiveness of Public Health Related Strategies and Interventions to Reduce Alcohol Attributable Harm in England Using the Sheffield Alcohol Policy Model Version 2.0*. Report to the NICE Public Health Programme Development Group, 9 November 2009.
- Clements K. W., Yang W., Zheng S. W. (1997) Is Utility Additive? The Case of Alcohol. *Applied Economics*, no 29, pp. 1163–1167.
- Douglas M. (1987) A Distinctive Anthropological Perspective. *Constructive Drinking: Perspectives on Drink from Anthropology* (ed. M. Douglas), Cambridge: Cambridge University Press, pp. 3–15.
- Douglas M., Isherwood B. (1979) *The World of Goods: Towards an Anthropology of Consumption*, New York: W. W. Norton.
- Elias N. (1969) The Civilizing Process. Vol. I. *The History of Manners*, Oxford: Blackwell.
- Elias N. (1982) The Civilizing Process. Vol. II. *State Formation and Civilization*, Oxford: Blackwell.
- Farrell P., Fuchs V. (1982) Schooling and Health: The Cigarette Connection. *Journal of Health Economics*, no 1, pp. 217–230.
- Grossman M., Sindelar J. L., Mullahy J., Anderson R. (1993) Policy Watch: Alcohol and Cigarette Taxes. *Journal of Economic Perspectives*, vol. 7, no 4, pp. 211–222.
- Harvey D. (1989) *The Condition of Postmodernity: An Enquiry into the Origins of Cultural Change*, Oxford, UK; Cambridge, MA: Basil Blackwell.
- Herpen N., Verger D. (2008) *Consommation et modes de vie en France*, Paris: La Découverte, coll. “Grands Repères”.
- Hirschi T. (1998 [1969]) *Social Bond Theory. Criminological Theory: Past to Present*, Los Angeles: Roxbury.
- Hughes K., MacKintosh A. M., Hastings G., Wheeler C. (1997) Young People, Alcohol, and Designer Drinks: Quantitative and Qualitative Study. *British Medical Journal*, no 7078, pp. 414–418.
- Ionin L. (1998) *Sotsiologiya kul'tury* [Sociology of Culture], Moscow: Logos (in Russian).

- Klimova S. (2007) Alkogolizm: obydennye teorii [Alcoholism: Ordinary Theories]. *Sotsial'naya real'nost'* (electronic journal), no 2, pp. 30–40. Available at: <http://corp.fom.ru/uploads/socreal/post-225.pdf> (accessed on 11 January 2014) (in Russian).
- Kozyreva P., Dorofeeva Z. (2008) Obshcheye i osobennoye v adaptatsii gorozhan i sel'an k radikal'nym transformatsiyam [The Common and Particular Processes in Rural People's Adaption to Radical Changes]. *Modernizatsiya sotsial'noy struktury rossiyskogo obshchestva* [Modernization of Social Structure of the Russian Society] (ed. Z. T. Golenkova), Moscow: Institut sotsiologii RAN, pp. 69–96 (in Russian).
- Levi-Strauss C. (1981 [1947]) *Les stuctures élémentaires de la parenté* [The Elementary Structures of Kinship], Paris: Mouton (in French).
- Mennell S. (1985) *All Manners of Food. Eating and Taste in England and France from the Middle Ages to the Present*, Oxford: Basil Blackwell.
- Mennell S. (1987) On The Civilizing of Appetite. *Theory, Culture & Society*, vol. 4, no 2–3, pp. 373–403.
- Neufeld M., Rehm J. (2013) Alcohol Consumption and Mortality in Russia since 2000: Are There any Changes Following the Alcohol Policy Changes Starting in 2006? *Alcohol and Alcoholism*, vol. 48, no 2, pp. 222–230.
- Parker D., Brody J. (1982) Risk Factors for Alcoholism and Alcohol Problems among Employed Women and Men. *Occupational Alcoholism: A Review of Research Issues*. National Institute on Alcohol Abuse and Alcoholism, Research Monograph No. 8, Washington, DC: U.S. Government Printing Office, pp. 99–127.
- Peirce R. S., Frone M. R., Russel M., Cooper M. L. (1994) Relationship of Financial Strain and Psychosocial Resources to Alcohol Use and Abuse: The Mediating Role of Negative Affect and Drinking Motives. *Journal of Health and Social Behavior*, vol. 35, no 4, pp. 291–308.
- Popova S., Rehm J., Patra J., Zatonski W. (2007) Comparing Alcohol Consumption in Central and Eastern Europe to Other European Countries. *Alcohol & Alcoholism*, vol. 42, no 5, pp. 465–473.
- Roshchina Y. (2012) Dinamika i struktura potrebleniya alkogolya v sovremennoy Rossii [Dynamics and Structure of Alcohol Consumption in Modern Russia]. *Vestnik Rossiyskogo monitoringa ekonomicheskogo polozheniya i zdorov'ya naseleniya (RLMS-HSE)* [The Bulletin of Russian Longitudinal Monitoring Survey of Economic State and Health of Russian Population] (ed. P. M. Kozyreva), Moscow: HSE Publishing House, pp. 238–257 (in Russian).
- Roshchina Y. (2013) *To Drink or Not to Drink: The Microeconomic Analysis of Alcohol Consumption in Russia in 2006–2010*. WP BRP 20/SOC/2013, Moscow: National Research University Higher School of Economics.
- Shatikhin A. I. (2012) Pivnoy alkogolizm: nadumannaya problema ili novaya real'nost'? [Beer Alcoholism: An Unreal Problem or The New Reality?]. *Russkiy Medicinskiy Zhurnal*, vol. 15. Available at: http://www.rmj.ru/articles_8289.htm (accessed on 11 January 2014) (in Russian).
- Tapilina V. (2006) Skol'ko p'et Rossiya? Ob'em, dinamika i differentsiatsiya potrebleniya alkogolya [How Much Do Russian People Drink? Volumes, Dynamics and Differentiation of Alcohol Consumption]. *Sotsiologicheskie issledovaniya*, no 2, pp. 85–94 (in Russian).

Thornton M. (1987) Sekt versus Schnapps in an Austrian Village. *Constructive Drinking: Perspectives on Drink from Anthropology* (ed. M. Douglas), Cambridge: Cambridge University Press, pp. 102–112.

WHO (2012) *European Action Plan to Reduce the Harmful Use of Alcohol 2012–2020*, Geneva: World Health Organization.

НОВЫЕ ПЕРЕВОДЫ

Р. Шиллер

Финансы и идеальное государство¹



ШИЛЛЕР Роберт
(Shiller, Robert J.) — профессор экономики им. Дж. Стерлинга Йельского университета. Адрес: 06520, США, штат Коннектикут, г. Нью-Хейвен, Хиллхаус-авеню, д. 30.

Email: robert.shiller@yale.edu

Перевод с англ.
 Юрия Каптуревского

Публикуется
 с разрешения
 Издательства Института
 Гайдара.

Роберт Шиллер является профессором экономики в Йельском университете и причастен к созданию индекса внутренних цен компаний Standard & Poor's (или индекса Кейса—Шиллера). Настоящая книга посвящена пониманию финансового капитализма, то есть системы, в которой финансы выходят на передний план. Автор книги задаётся вопросом: каким образом можно заставить финансовые институты работать на благо общества? Для решения этого вопроса разрабатывается теория финансового капитализма, в рамках которой под финансами понимается архитектура достижения цели. Предполагается, что если финансы обеспечивают достижение успеха, то они способствуют построению идеального государства. В представляемой вниманию читателя книге Р. Шиллера описываются реалии современного финансового капитализма, проводится его критическое осмысление, а также предлагаются способы примирения человеческих ценностей и проблемы концентрации благосостояния.

Журнал «Экономическая социология» публикует фрагмент книги — «Введение: финансовые, ответственное управление и наши цели» (*Introduction: Finance, Stewardship, and Our Goals*), где автор ставит под сомнение кажущееся глубокое противоречие финансового капитализма идеальному государству, а также пытается показать отличительные черты финансового капитализма, приобретаемые в эпоху информационного общества. И наконец, Шиллер предлагает наброски рабочей концепции финансового капитализма.

Ключевые слова: финансы; государство; промышленный капитализм; финансовый капитализм; марксистский коммунизм; информационная эпоха.

Введение: финансовые, ответственное управление и наши цели

Каким должно быть содержание книги, название которой звучит как «Финансы и идеальное государство»? Некоторые читатели могут воспринять такое название как комбинацию двух несочетаемых понятий. Обычно под «финансами» понимают науку и практику управления богатством, то есть увеличение объёмов портфельного капитала, управление связанными с ними рисками и налоговыми обязательствами. В общем, все эти действия направлены на то, чтобы богатые стали ещё богаче. Несколько позже мы вернёмся к общепринятым определению финанс и поставим его под сомнение. Словосочетание «идеальное государство» — это понятие, использовавшееся многими поколениями философов, историков и экономистов

¹ Источник: Шиллер Р. (готовится к изданию). *Финансы и идеальное государство*. М.: Изд-во Института Гайдара. Перевод: Shiller R. J. 2012. *Finance and the Good Society*. Princeton; Oxford: Princeton University Press. — Примеч. ред.

для описания такого общества, в котором все мы стремились бы жить. Под идеальным государством обычно понимается эгалитаристское общество, все члены которого уважают и принимают во внимание потребности друг друга. Неудивительно, что на первый взгляд *финансы*, по крайней мере, в традиционном их понимании, затрудняют движение к *идеальному государству*.

Но не всё так просто. Финансы ассоциируются не только с богатством. В нашем сознании они ещё более тесно связаны с *капитализмом*. С времён Промышленной революции во многих, зачастую ожесточённых, дебатах интеллектуалы связывают идеальное государство с вопросами, имеющими непосредственное отношение к капитализму, такими как система рынков, частная собственность, правовые нормы и классовые отношения. Во всём мире эти институты и результаты их деятельности всё в большей степени определяют понятие «современное общество». Наряду с демократией лишь немногие идеи получали столь же широкое распространение и вызывали столь же бурные дискуссии, как отождествление идеального государства и капитализма.

В центре непрекращающихся споров о капитализме и идеальном государстве (резкая критика капитализма Карлом Марксом в XIX веке и энергичная защита свободных рынков Милтоном Фридманом в XX веке) в большинстве случаев находился *промышленный капитализм*, то есть система производства, банковского обслуживания и торговли, сформировавшая современное общество ко времени окончания Второй мировой войны. Но в последние несколько десятилетий мы были свидетелями развития *финансового капитализма* — системы, в которой на передний план выходят финансы. Если в прошлом они были «служанкой» промышленности, то теперь превращаются в движущую силу развития капитализма. На описание чисто экономических аспектов финансового капитализма ушло немало чернил, в том числе и моих. И мне приходилось заниматься волатильностью рынков и писать такие книги, как «Иrrациональный оптимизм» («Irrational Exuberance»)². Но разразившийся не так давно тяжёлый финансовый кризис вызвал новые вопросы о состоянии не только отдельных частей системы, но и финансового капитализма в целом. Кармен Рейнхарт и Кеннет Рогофф охарактеризовали его как «Второе Великое сокращение» («Second Great Contraction»)³, поскольку начавшийся в 2007 г. период ослабления национальных экономик по всему миру продолжился и в последующие годы, что стало зеркальным отражением Великого сокращения, сопровождавшего финансовый кризис 1929 г. Одним из следствий Великого сокращения стали всё более частые и всё более громкие высказывания, в которых отрицается ценность финансового капитализма.

Учитывая полученный опыт, многие задаются вопросом: какую роль играют финансы в идеальном государстве? Возможно ли использование финансов как науки, как практики и как источника экономических инноваций для достижения целей идеального государства? Какую роль могут сыграть финансы в распространении свободы, процветания, равенства и экономической безопасности? Как демократизировать финансы, чтобы они «работали» в интересах всех нас?

Что скрывается за фразой «эволюция финансового капитализма»?

Понятие «финансовый капитализм» стало довольно популярным в 1930-е гг., после выхода в свет книги Джорджа Эдвардса «Эволюция финансового капитализма» [Edwards 1938], но совсем скоро начало приобретать отрицательную окраску. Предметом внимания Дж. Эдвардса была завеса тайны, окружающая деятельность крупных финансовых институтов. Огромные заслуги в создании этой завесы принадлежали Дж. П. Моргану. Неудивительно, что Дж. Эдвардс назвал практику поддержания секрет-

² См.: Shiller Robert J. 2000. *Irrational Exuberance*. Princeton: Princeton University Press. — Примеч. ред.

³ См.: Reinhart C. M., Rogoff K. S. 2011. *The Second Great Contraction: From This Time Is Different*. Princeton: Princeton University Press. — Примеч. ред.

ности «Pax Morgana» («Моргановский мир, или Империя Морганы»)⁴. Во времена Великой депрессии критически настроенные мыслители, равно как и публика в целом, в значительной степени связывали тяжёлое положение, в котором оказались США, с финансовой системой: её сравнивали едва ли не с современным феодализмом, когда места князей и баронов заняли финансисты.

Не так давно понятие «финансовый капитализм» получило вторую жизнь. И вновь его использовали, не скрывая враждебности к тому, что прячется за ним. Президент Франции Николя Саркози заявил:

Чистый финансовый капитализм извратил логику капитализма. Финансовый капитализм — это система безответственности, и он... аморален. Он представляет собой систему, в которой всё, что бы ни происходило, оправдывается логикой рынка⁵.

Бывший премьер-министр Великобритании Тони Блэр, выступая с речью о начавшемся в 2007 г. кризисе, заметил:

Очевидно, что изменились сами основы финансовой системы, и она уже никогда не будет прежней. Нам необходимы решительные действия, направленные на преодоление последствий кризиса⁶.

Григорий Явлинский — один из авторов программы «500 дней» (1990 г.), представлявшей собой перечень действий, необходимых для перехода России к свободной рыночной экономике. Для осуществления этой программы в 1990 г. он был назначен заместителем председателя Совета Министров РСФСР. Но после начала кризиса даже Г. Явлинский начал высказывать сомнения в финансовой системе капитализма. В 2011 г. в книге «Realeconomik», в разделе «Structural Shift: From Industrial Capitalism to Financial Capitalism» («Структурный сдвиг от промышленного к финансовому капитализму»), он замечает [Yavlinsky 2011: 48]:

...Фундаментальные структурные сдвиги непосредственно связаны с постепенным ослаблением моральных ограничений в развитых странах. Подобные структурные сдвиги являются следствием очень быстрого роста финансового сектора и непосредственно связанных с ним услуг.

Критики полностью правы в некоторых своих впечатлениях. Однако я утверждаю, что обязательные изменения должны быть направлены не на ограничение инновационного потенциала финансового капитализма, но на его расширение. Осуждение финансового капитализма как «системы безответственности» равнозначно микроскопическому шагу вперёд. Расширение же финансовых, внесение изменений в систему и приведение её в соответствие с требованиями времени будет резким рывком вперёд, к великим целям идеальных государств — к созданию в промышленно развитом и развивающемся мирах процветающих свободных обществ.

⁴ Аллюзия на формулу *Pax Romana* — Римский мир (лат.), отражающую господство Римской империи, или *Pax Americana* (Американский мир), отражающую доминирование США в мире после Второй мировой войны, и одновременно на неоднозначный образ феи Морганы, или ведьмы Морганы, волшебницы, живущей, по преданию, на морском дне и обманывающей путешественников призрачными видениями. В честь неё назван оптический эффект фата-моргана, состоящий из нескольких форм миражей. Фея Моргана — персонаж английских легенд Артуровского цикла, сестра короля Артура. — Примеч. ред.

⁵ Из выступления Николя Саркози на симпозиуме «Новый мир — новый капитализм», состоявшемся в Париже 8 января 2009 г.; см. подробнее: URL: <http://www.gouvernement.fr/gouvernement/ouverture-du-colloque-nouveau-monde-nouveau-capitalisme> — Здесь и далее — примеч. автора, если не показано другое.

⁶ Из выступления Тони Блэра на симпозиуме «Новый мир — новый капитализм», состоявшемся в Париже 8 января 2009 г.; см. подробнее URL: <http://www.tonyblairoffice.org/speeches/entry/speech-by-tony-blair-at-the-new-world-new-capitalism-conference/>

Неотвратимое наступление финансового капитализма

Когда шла работа над этой книгой, мы всё ещё продолжали «корчиться на колу» начавшегося в 2007 г. глубокого финансового кризиса. Многие продолжают возлагать вину за возникшие в последнее время в США и Европе проблемы (такие, как ипотечное и долговое «похмелье», а также предшествовавшие ему правовые и регулятивные ошибки) исключительно на финансы. Но мы обязаны видеть за всеми этими «деревьями» картину «леса» в целом. Существенно более важными событиями мне представляются распространение и трансформация успешных финансовых идей. Рождённые в Амстердаме, Лондоне и Нью-Йорке, финансовые инновации получают дальнейшее развитие в Буэнос-Айресе, Дубае и Токио.

Начиная с 1978 г. по инициативе Дэн Сяопина в Китае строится социалистическая рыночная экономика и всё это время развиваются передовые финансовые структуры, адаптируемые к условиям этой страны, благодаря примеру очень успешных китайскоговорящих городов (Гонконг, Сингапур и Тайбэй). Экономическая либерализация Индии, открывшая возможность более свободного применения современных финансов, началась в 1991 г., в период пребывания у власти премьер-министра П. В. Нарасимха Рао. Реформы осуществлялись под непосредственным руководством министра финансов страны Манмохана Сингха (впоследствии он стал главой исполнительной власти), получившего экономическое образование в Наффилд-колледже Оксфордского университета. Введённая в России в 1992–1994 гг., в период, когда президентом был Борис Ельцин, система ваучерной приватизации была модификацией плана Г. Явлинского. Важнейшую роль в осуществлении сознательной и агрессивной стратегии, направленной на трансформацию экономики России, сыграл Анатолий Чубайс, занимавший в то время пост заместителя председателя правительства. Намерения реформаторов заключались не только в том, чтобы финансы играли в повседневной жизни русских людей такую же роль, какую они играют в остальном мире, но и в том, чтобы вывести Россию на первое место в мире по количеству акций компаний, находившихся в свободном обращении.

Очевидно, что быстрая интеграция сложных финансовых структур, первоначально разработанных в более развитых в экономическом отношении странах, неизбежно была связана с необходимостью преодоления значительных трудностей. В переходный период часть населения пребывала в гневе, выступая против неравного распределения выгод, в то время как оппортунистам удалось быстро «сколотить» огромные капиталы. Но и Китай, и Индия, и Россия смогли воспользоваться плодами финансового усложнения экономики, добившись удивительно высоких темпов экономического роста. Согласно данным Международного валютного фонда (МВФ), в прошлом десятилетии, до начала мирового финансового кризиса, в развивающемся мире в целом, включая страны СНГ, Ближний Восток, Африку южнее Сахары и Латинскую Америку, годовые темпы роста валового внутреннего продукта (ВВП) превышали 6%⁷.

Кроме того, для исполнения решений большого количества международных соглашений были созданы институты, использующие сложные финансовые инструменты во благо всего человечества. Основанный в 1944 г. Всемирный банк превратился сегодня в крупную Группу Всемирного банка. На дверях зданий, в которых находятся штаб-квартиры пяти входящих в эту Группу организаций (Вашингтон), мы видим таблички с одним и тем же девизом: «Working for a World Free of Poverty» («За мир, свободный от бедности»). Всемирный банк был первым из множества действующих сегодня многосторонних банков развития (Африканский банк развития, Азиатский банк развития, Европейский банк реконструкции и развития, Группа Межамериканского банка развития и многие другие).

⁷ См. график. 1.6 «Global Outlook» («Мировой прогноз») и данные к нему: URL: <http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2011/01/> Рисунок и данные находятся по ссылке и опубликованы на сайте «International Monetary Fund»: World Economic Outlook (WEO). Tensions from the Two-Speed Recovery: Unemployment, Commodities, and Capital Flows. International Monetary Fund, April 2011.

Современные финансовые институты широко распространились по всему миру. Речь идёт не только об акциях или облигациях как олицетворении финансовых рынков. Возможно, кому-то покажутся странными рассуждения о цене сельскохозяйственных сырьевых товаров в дискуссии о финансовых инструментах. Но фьючерсные цены, назначаемые на эту продукцию, ничем не отличаются от цен на рынках акций и облигаций. Рынки пшеницы и риса одновременно являются финансовыми платформами в том смысле, что они предполагают осуществление схожих с рынками акций и облигаций видов деятельности, основываются на использовании сопоставимых инструментов и ничем не отличаются от них с точки зрения происходящих на них флуктуаций и их воздействия на экономику. То обстоятельство, что от цен на продукты питания зависит жизнь многих бедняков из самых разных стран мира, лишний раз подчёркивает значение наших финансовых институтов и важность их правильного функционирования.

Финансовый капитализм и марксистский коммунизм

Начиная с 1970-х гг. финансовый капитализм триумфально существует по всему миру, включая бывшие марксистские коммунистические страны. Эта революция является одной из важнейших в мировой истории, поскольку она означает радикальный разрыв с прошлым.

Определяющим для коммунизма в его современной форме стал 1848 г., когда по различным городам Европы прокатилась волна революций. Восстания, движущей силой которых был рабочий класс, не имели эффективных вождей, и их никак нельзя было назвать коммунистическими по своей природе, их причиной была общая неудовлетворённость положением дел в обществе, но они открыли возможность для распространения коммунистического движения.

Карл Маркс и Фридрих Энгельс придавали огромное значение этим событиям и в том же году при поддержке Союза коммунистов (первоначально это была христианская организация) опубликовали краткий «Коммунистический манифест» — радикальное и антихристианское произведение. Его авторы выступили адвокатами революционного насилия. В конце концов к Марксу и Энгельсу стали относиться как к людям, способным восполнить недостаток лидерства, остро ощущавшийся в революциях 1848 г. Жизнь тогдашних революций оказалось недолгой, но «Коммунистический манифест» отразил чаяния множества людей, которые прежде вынуждены были хранить молчание.

Слово «коммунизм» происходит от старофранцузского *commun* — «общий». Принадлежность обществу в целом является исходным центральным принципом этой системы убеждений — общественная собственность на капитал, на средства производства. Я отсылаю читателя к традиционной форме коммунизма, а не к социалистической рыночной экономике, которая строится, например, под руководством Коммунистической партии в современном Китае, допускающей и, более того, поощряющей частную собственность.

Согласно «Капиталу» К. Маркса, установление общественной собственности на капитал позволяет разорвать порочный круг нищеты [Marx 1906: Vol. 1, Chs 13, 26: 365, 785–786, 786]:

Капиталист не потому является капиталистом, что он управляет промышленным предприятием, — наоборот, он становится руководителем промышленности потому, что он капиталист. Высшая власть в промышленности становится атрибутом капитала, подобно тому как в феодальную эпоху высшая власть в военном деле и в суде была атрибутом земельной собственности... Капиталистическое отношение предполагает, что собственность на условия осуществления труда отделена от рабочих... Таким образом, процесс, создающий капиталистическое отношение, не может быть не чем иным, как процессом отделения ра-

бочего от собственности на условия его труда, — процессом, который превращает, с одной стороны, общественные средства производства и жизненные средства в капитал, с другой стороны, — непосредственных производителей в наёмных рабочих⁸.

К. Маркс никогда не даёт чёткого ответа на вопрос, почему рабочие не имеют доступа к капиталу. Он в неявной форме исходит из того, что при капитализме цели общества устанавливаются не народом, а теми, кто находится на вершине социальной пирамиды, теми, кто располагает капиталом. Согласно так и не сформулированному К. Марксом в явном виде допущению, не располагающий необходимыми средствами рабочий никогда не сможет начать своё дело, получив банковский кредит или капитал от богатых инвесторов.

Однако в идеальной капиталистической системе люди с хорошими деловыми идеями имеют возможность (по крайней мере, в принципе) получить средства для воплощения в жизнь своих замыслов. Наши капиталистические институты пока не в полной мере соответствуют этому идеалу, но долгосрочная историческая тенденция к демократизации финансов означает постепенное открытие финансовых возможностей для каждого. Мы должны надеяться, что эта тенденция сохранится и в будущем.

Социальные барьеры действительно не позволяют некоторым людям реализовать свои таланты и получить соответствующую прибыль. Чтобы добраться до расположенного в городе банка и обратиться за капиталом, необходимым для начала собственного дела, неграмотному сельскому пареньку из отдалённой местности придётся преодолеть множество трудностей. И этот барьер для доступа к капиталу вполне реален. Свидетельством его существования является огромный разброс в ставках процентов, которые назначаются в разных регионах заёмщикам, относимым банками к различным категориям. Эстер Дюфло, специалист по экономике развития, резюмирует: «Имеющиеся данные не позволяют утверждать, что кредитные рынки, по крайней мере, в развивающемся мире, сколько-нибудь приблизились к идеальному состоянию, когда распределение богатства не имеет отношения к инвестициям» [Duflo 2011: 4].

Впрочем, с точки зрения финансового капитализма эта проблема не является фундаментальной. Скорее, это вопрос демократизации, гуманизации и расширения пределов финансового капитализма. Он сохранился бы и в построенном по «чертежам» К. Маркса новом обществе. Это социальная дилемма, которая может быть устранена с помощью изменений в нашей системе образования. И эта система уже изменяется по всему миру благодаря развитию общественного образования и коммуникаций⁹.

Финансовый капитализм вступает в пору зрелости

Мы, вне всяких сомнений, живём в эпоху финансового капитализма. Но это не повод для печали. Для того чтобы финансовые институты функционировали на благо общества, необходимо устанавливать рамки их деятельности и регулировать её. При этом внутренняя логика развития этих институтов и мощь, которой они обладают, по-прежнему имеют определяющее значение. Финансовые институты и финансовые переменные являются таким же руководящим и направляющим принципом человеческой жизни, как восход и заход солнца, времена года и морские волны.

Более того, похоже, что никакой жизнеспособной альтернативы финансовому капитализму не существует. Мы никогда не слышали разговоров о *нефинансовом капитализме* как особой модели, хотя данное понятие могло бы использоваться для характеристики рыночной экономики с плохо развитыми

⁸ Цит. по: Маркс К., Энгельс Ф. 1960. Сочинения: в 50 т. Т. 23. Капитал. М.: Политиздат; 344, 726–727. — Примеч. ред.

⁹ Для того чтобы частично облегчить трудности, сегодня используются финансируемые государством субсидии, предназначенные малому бизнесу. Осуществляются эксперименты с более ранним образованием для бедных слоев населения с использованием эффективных методов возвращения талантов; см.: [Heckman, Carneiro 2003].

финансовыми институтами, примеры которых мы сегодня видим в самых бедных регионах мира. Несмотря на нашу привычку и любовь к критике финансов, никто, пожалуй, не рассматривает подобные «бесфинансовые» альтернативы в качестве приемлемых моделей экономики будущего.

Задача финансового сектора и гражданского общества заключается в том, чтобы помочь постичь смысл и осознать более широкое социальное предназначение экономической системы. С учётом всей кажущейся абсурдной концентрации богатства в системе, чрезвычайно высокой, вводящей во многих случаях в заблуждение сложности её структур, и игр, в которых вынуждены участвовать (зачастую без всякого удовольствия и безрезультатно) люди, решение этой задачи равнозначно совершению небольшого подвига.

Дефиниции имеют значение. Определение финансового капитализма (правильное конечно же) поэто-му поможет нам создать работоспособную теорию этой важнейшей силы современности. Необходимо установить набор норм, регламентирующих функционирование финансов и действия руководителей организаций в деловой сфере, в государственном секторе и в гражданском обществе, чтобы использовать новые, рождающиеся в сфере финансов разработки в интересах сильной, процветающей экономики, обуздания возможных эксцессов и сглаживания колебаний. Кроме того, мы должны рассмотреть возможности использования финансов для удовлетворения потребностей экономик промышленно развитых и развивающихся стран.

К рабочей теории финансового капитализма

В самом широком смысле финансы — это наука об архитектуре цели, о структурировании экономических механизмов, необходимых для достижения комплекса замыслов, и об ответственном управлении активами, используемыми для решения промежуточных и основной задач. Собственные цели могут ставить перед собой домашние хозяйства, малые предприятия, корпорации, гражданские институты, правительства и общество в целом. Точное определение параметров цели (ею может быть плата за обучение в колледже, беспроблемный выход на пенсию семейной пары, открытие ресторана, постройка нового здания больницы, создание системы социального обеспечения или путешествие на Луну) означает, что вовлечённым в процесс её достижения сторонам потребуются правильные финансовые инструменты и во многих случаях экспертное руководство. В этом смысле финансы аналогичны инженерному искусству.

Многие упускают из виду один интересный факт, заключающийся в том, что само слово «финансы» в действительности происходит от классического латинского термина, использовавшегося для обозначения цели: из словаря же мы узнаем, что непосредственным предшественником данной единицы языка было латинское слово *finis*, которое обычно переводится как *окончание* или *завершение*. По замечанию автора одного из словарей, этимология слова «финансы» подразумевает связь с такими значениями, как завершение заимообразных обязательств и выплата долгов. Но нашим намерениям более соответствует то, что даже в глубокой древности слово *finis* использовалось в значении «цель».

Большинство людей определяют финансы более узко. Тем не менее финансирование любой деятельности действительно создаёт архитектуру достижения цели и предлагает ответственное руководство, направленное на защиту и сохранение активов, необходимых для осуществления планов и использования полученных результатов в дальнейшем.

Мы сами себе устанавливаем цели, достижению которых служат финансы. Цели отражают наши карьерные интересы, надежды наших семей, амбиции наших деловых предприятий, наши культурные устремления, а также идеалы нашего общества; но финансы сами по себе ничего не говорят о том,

какими должны быть наши цели. Финансы не несут в себе никаких целей. Финансы не имеют отношения к «деланию денег» *per se*¹⁰. Финансы — это «функциональная» наука, существующая для того, чтобы способствовать достижению других целей — целей общества. Чем выше степень соответствия финансовых институтов целям и идеалам общества, тем более сильным и более успешным будет общество. Если в общественных механизмах случаются «поломки», финансы способны всей своей мощью противодействовать достижению целей общества, как это и происходило в течение последнего десятилетия на рынке субстандартных ипотечных кредитов. Если же механизмы функционируют должным образом, перед обществом открывается уникальная возможность достижения всё более и более высоких уровней экономического процветания.

В большинстве случаев достижение важных целей и ответственное управление активами, необходимыми для решения поставленных задач, требует сотрудничества многих и многих людей. Отсюда возникает необходимость обобществления информации. Обязательно гарантирование соразмерности стимулов, движущих всеми и каждым. Представьте себе, как создаётся новая научная лаборатория, как осуществляется проектное финансирование медицинских исследований, как происходит строительство нового университета или новой системы городского метрополитена. Финансы обеспечивают структуру, необходимую этим и другим предприятиям и институтам общества. Если финансы создают условия достижения успеха для всех нас, они способствуют построению хорошего общества. Чем лучше мы поймём это, тем глубже осознаем необходимость непрерывных финансовых инноваций.

Чем «занимаются» финансы

Большинство экономистов и профессиональных финансистов определяют понятие «финансы» в более узком смысле, чем это делаем мы. Основная часть научных исследований сосредоточена на изучении краткосрочных стратегий и результатов, а также на связанной с ними проблеме управления рисками. В своей канонической форме финансы как академическая дисциплина представляют собой науку о формировании оптимальных инвестиционных портфелей. Схожим образом и повседневная деятельность Уолл-стрит сосредоточена на высокоспециализированных видах деятельности. Но это лишь небольшая часть того, во что действительно вовлечены финансы.

Существенную часть того, чем занимаются профессионалы в сфере финансов, составляет их участие в подготовке различных сделок: структурирование крупных и малых проектов, предприятий и систем, то есть деятельность, которая направлена на согласование изначально различных целей отдельных индивидов. На поверхности оказываются и предстают перед нами такие элементы этих сделок, как различные финансовые соглашения, в том числе структурирование платежей, займов, поручительств, акций, стимулирующих опционов и стратегий. Подготовка сделок подразумевает заключение соглашений, которые будут мотивировать реальные действия реальных людей (во многих случаях очень крупных групп людей). Для большинства из нас условием получения сколько-нибудь значительных долгосрочных ценностей является кооперация с другими людьми. Даже архетипической одинокой поэтической душе необходимо финансирование, без которого невозможны великие творения: доход как условие физического существования, издатели, типографские работники, организаторы публичных чтений, строители залов для выступлений на публике — за всем этим скрывается финансовая архитектура.

Все стороны соглашения должны стремиться к достижению цели, выполнять порученные задания, принимать риски и верить, что вовлечённые в него участники будут действительно продуктивно работать ради достижения общей цели и делать то, что следует, с учётом лучших образцов. Финансы же предоставляют структуру стимулов, необходимую для приведения в соответствие этих видов деятельности и гарантий достижения целей.

¹⁰ Per se (лат.) — сам по себе. — Примеч. ред.

Добавим, что финансы включают открытие мира и его возможностей, и это связывает их с информационными технологиями. О какой бы торговле ни шла речь, каждый её акт предполагает открытие цены, то есть возможность узнать о рыночной стоимости предмета торга. Это, в свою очередь, означает раскрытие человеческих ощущений и мотивов, а также возможностей, существующих у различных групп людей, что может способствовать постановке ещё более амбициозных целей.

Финансы — это наука, структурирующая процессы достижения целей. Одновременно они представляют собой жизненно важную технологию. В этом своём качестве они на протяжении многих веков демонстрируют непрерывный прогресс: с древних времён ростовщичества до современных рынков ипотечных кредитов, а также правовых и регулятивных структур, необходимых для осуществления этих и будущих инноваций. Поступательное развитие финансов будет продолжаться. Выстроенная должным образом и устремлённая в будущее конфигурация финансов способна стать мощнейшей силой, направленной на обеспечение благосостояния и удовлетворение потребностей растущего мирового населения и на достижение ещё более великих целей идеального государства.

Финансы соответствуют идеальному государству

Решение проблемы, так волновавшей Маркса, состоит не в разрушении капиталистической системы, но в её улучшении и демократизации, что предполагает усовершенствование средств, служащих достижению великих целей идеального государства. Это самый лучший ответ, который всегда и везде приводит радикалов в смятение.

Руководителям, размышляющим над будущим финансов, необходимо понять, что они способны помочь процветанию всё большего спектра социальных классов, а соответствующие продукты могут облегчить людям использование финансов и более тесную интеграцию в экономику в целом.

Что касается первого пункта, то в финансовой теории отнюдь не предполагается, что контроль над капиталом обязательно должен принадлежать нескольким «жирным котам». Достаточно упомянуть хотя бы о широком демократическом распространении страхования, ипотечных кредитов и пенсионного обеспечения (все они относятся к базисным финансовым инновациям). В прошлом веке эти продукты обеспечили процветание миллионов и миллионов людей. Дальнейшее совершенствование финансовых институтов и инструментов посредством крупных и мелких инноваций позволит обществу добиться расширения пределов этого процветания, обратив всپять тенденцию к усилению социального неравенства.

Относительно второго пункта заметим, что проектирование и построение финансовых институтов с учётом особенностей человеческого поведения облегчит адаптацию финансовых инноваций к жизнедеятельности людей и позволит создать условия для более беспроблемного функционирования финансовой системы в целом. Это означает необходимость включения в финансовую команду психологов, а также усиления внимания к достижениям произошедшей в последние несколько десятилетий революции в поведенческих финансах и поведенческой экономике¹¹. Это означает также, что нужно сгладить острые углы нашей финансовой системы — те её аспекты, которые способны создавать трудности в случаях, когда люди допускают ошибки. Кроме того, это означает, что люди должны знать правду о заключаемых ими финансовых контрактах, а также о возможном ущербе от участия в них в будущем;

¹¹ Живая история этой революции представлена на моём сайте, посвящённом поведенческим финансам (URL: <http://www.econ.yale.edu/~shiller/behf/index.htm>). На странице содержится перечень семинаров, проводившихся с 1991 г. Ричардом Талером и мною. На моем сайте, посвящённом поведенческой микроэкономике (URL: <http://www.econ.yale.edu/~shiller/behmacro/index.htm>), есть список семинаров, проводившихся с 1994 г. Ричардом Акерлофом и мною. Тем, кто интересуется поведенческой экономикой, я рекомендую следующие работы: [Shleifer 2000; Shefrin 2007; Thaler, Sunstein 2008].

подписывая подобные соглашения, человек обязан отдавать себе полный отчёт о собственных эмоциях и желаниях.

Экстраполируя тенденции прошлого, мы получим возможность ещё шире раздвинуть дальние рубежи финансового капитализма. Тем самым критика капитализма со стороны Маркса (фундаментальная основа его видения коммунизма) оказывается навсегда устаревшей. Условием достижения этих целей будет допущение определённого вмешательства государства. Но такое вмешательство не должно отрицательно влиять на рыночные решения. В данном случае задача государства состоит в установлении чётких правил игры, защищающих потребителей и благоприятствующих действиям, отвечающим общественным интересам, что позволит игрокам конкурировать в тех областях, в которых они обладают наиболее развитыми деловыми способностями и обеспечивают предоставление ещё лучших товаров и услуг. Упомянутые выше правила должны иметь международное измерение, так как отличительными чертами современных рынков являются глобальный охват и мгновенное воздействие.

Возможности завтрашнего дня: финансовый капитализм в информационную эпоху

В 1995 г. в книге «Дорога в будущее» («The Road Ahead») Билл Гейтс¹² сделал несколько предсказаний о перспективах информационной эпохи, многие из которых так и не сбылись. Впрочем, по большей части это были его самые удивительные пророчества. Например, он предсказывал, что некоторые из нас получат возможность записывать на цифровые носители данные о всей своей жизни, осуществляя непрерывные видеозаписи и сохраняя свои видеобиографии для просмотра в будущем. Эта идея призвана была будоражить мысль, но она пока далека от воплощения. При этом Гейтс не заметил множество других электронных достижений фундаментального характера, включая появление таких сайтов, как eBay (был основан в 1995 г., как раз в год выхода в свет книги), Wikipedia, Facebook.com, LinkedIn.com, Zipcar.com, CouchSurfing.org, действительно изменивших образ жизни многих и многих людей. Мы не имеем права судить Билла Гейтса за то, что он не сумел предсказать эти и другие технические новинки. На такие пророчества не способен никто из смертных. Но наша задача заключается в том, чтобы проанализировать создание подобных инноваций и ответить на вопрос: почему в определённых условиях вероятность их появления выше, чем в других? В этом и заключается реальный предмет финансов.

В книге «Дорога в будущее» Билл Гейтс ни словом не обмолвился о своём видении будущего капитализма или идеального государства; он был всецело увлечён инженерными деталями. Все его предсказания касались различных технических диковинок. Впрочем, автор и не претендовал на то, чтобы заглянуть за самые дальние горизонты. Реальный вопрос звучит так: учитывая всю сложность и информационные связи современного общества, что способен сделать капитализм для создания идеального государства? Какие малости в совокупности с другими не самыми значительными вещами, обладают потенциалом, позволяющим усилить чувство удовлетворённости достигнутым многих и многих людей. Рассмотрим хотя бы такую «малость», как Facebook, сервис, в списке предсказаний Билла Гейтса (1995 г.) отсутствующий, но сделавший возможными встречи в Интернете со старыми друзьями. Является ли эта инновация важной с точки зрения создания идеального государства? Возможно; в том смысле, что она способствует формированию у людей чувства полноты жизни.

Быстрое развитие информационных технологий в нынешнем столетии обещает множество других — во многих случаях пугающих — изменений, когда машины быстро заменяют собой человеческий разум. Компьютерная программа «Soar» способна не только играть с людьми, но умеет самостоятельно осваивать различные виды игр [Laird 2009]. Программа «DeepQA», разработанная в корпорации IBM группой во главе с Дэвидом Феруччи, «обучена» распознавать человеческую речь и отвечать на

¹² См.: Gates B., Myhrvold N., Rinearson P. 1995. *The Road Ahead*. New York: Viking Penguin. — Примеч. ред.

вопросы, относящиеся к сфере общих знаний. Она прошла проверку, приняв участие в телевизионной викторине «Jeopardy!» («Своя игра»), где одержала верх над двумя лучшими игроками-людьми¹³.

Только не падайте духом, узнав об этих и подобных им инновациях! Мы все стремимся к развитию навыков, которые позволили бы конкурировать с наибольшей эффективностью, добиваясь успехов в мире труда. Нет поэтому никакого смысла в развитии талантов, которые будут замещены машинами. К сожалению, точно предсказать, какие человеческие таланты будут востребованы более всего, едва ли возможно.

По мнению специалистов по экономике труда Фрэнка Леви и Ричарда Мернейна, высказанному ими в вышедшей в свет в 2005 г. книге «Новое разделение труда: как компьютеры создают новый рынок рабочих мест» («The New Division of Labor: How Computers are Creating the Next Job Market»), компьютеры замещают людей только в тех случаях, когда необходимо решение рутинных задач, однако они не справляются с задачами, для решения которых необходимо то, что авторы называют «экспертное мышление» (*expert thinking*), а также «комплексные коммуникации» (*complex communication*). В действительности, компьютеры *создают* рабочие места, требующие применения этих человеческих талантов, а не замещают собой людей [Levy, Murnane 2005].

Отличительными чертами экспертного мышления являются такие качества, как широта мышления, использование различных источников информации и способность анализировать её под разными углами зрения. Человека, мыслящего как эксперта, интересует не только новая и текущая информация, но и давно известная и даже забытая. В качестве примера Леви и Мернейн рассматривают деятельность автомеханика. Ему известны процедуры компьютеризированной диагностики, проведения которой требуют современные производители автомобилей. Он знает, где продаются самые дешёвые запасные части. Автомеханик осведомлён о потребностях различных групп потребителей. К тому же, он способен уже во время поездки на автомобиле определить, что в нём необходимо исправить.

Комплексными коммуникациями Леви и Мернейн называют сочетание межличностных навыков и способность к пониманию сложных ситуаций. В качестве примера авторы приводят адвоката, не только прекрасно ориентирующегося в лабиринтах законов, но и правильно понимающего, что на самом деле отвечает интересам клиента, учитывая ситуацию, в которой находится подзащитный. Наконец, юрист способен убедительно донести это своё знание до клиента.

Невозможно предсказать, какие именно широкие профессиональные категории выживут в условиях наступления всё более сложных информационных технологий. Не вызывает сомнений, что каждая крупная группа профессионалов по роду своих занятий будет делать те виды работ, исполнение которых требует и экспертного мышления, и осуществления комплексных коммуникаций. Однако в соответствии с расширительным толкованием термина финанссы представляют собой область, где такие виды рабочих мест весьма распространены. Следовательно, профессии, требующие финансовых знаний, не только выживают, но и, скорее всего, их количество увеличивается. Количество рабочих мест, требующих финансовых знаний, относительно ограничено, как и в случае с автомеханиками и юристами. Занимающим их людям необходимо знать технические особенности финансовой инженерии так же хорошо, как автомеханику механическую инженерию, и уметь не только применять свои знания, но и сопереживать человеческим проблемам. Работникам необходимо будет понимание всей сложности финансовых институтов (и определяющей их правовой структуры), а также способность доносить свои знания до клиентов.

¹³ См. URL: <http://www.research.ibm.com/deepqa/deepqa.shtml>

Этот процесс определяет историю финансовых инноваций на протяжении многих поколений людей. В 1840-х гг. на улицах Нью-Йорка можно было увидеть множество бегавших взад-вперёд мальчиков, разносивших по различным «окошкам» внутри банков чеки, счета и другие кредитно-денежные инструменты и получавших в обмен на них золото и банкноты. После 1853 г. мальчишки исчезли с улиц, так как была учреждена Нью-Йоркская клиринговая палата. Почти сразу её участниками стали 54 банка. То была важнейшая инновация в информационных технологиях, несмотря на то что она, возможно, не соответствует современному их пониманию: тот способ обмена данными не предусматривал использования электронных устройств. Ежедневно в 10 часов утра представители всех крупнейших банков собирались в зале палаты на своих местах за расставленными в круг столами. В соответствии с процедурой сопровождавшие представителей клерки поднимались из-за стола и начинали обходить по кругу остальные 53 стола, передавая предназначенные другим банкам пакеты документов, по одному для каждого из участников палаты, и забирая пакеты для своего банка. Этот процесс занимал не более шести минут. Все возникавшие в расчётах между банками дисбалансы суммировались и погашались золотом или банкнотами, но не самими банками, а Нью-Йоркской клиринговой палатой. Необходимость доставки документов и наличных из банка в банк исчезла. Но финансы сами по себе никуда не делись [Gilpin, Wallace 1905].

С появлением компьютеров в технологии клиринга произошли заметные изменения. Безусловно, вскоре откроется доступ к системам искусственного интеллекта, созданным по образу и подобию аналитической системы «DeepQA», способной отвечать на вопросы о финансах, примерно так же, как сегодня это происходит в викторине «Jeopardy!». Современные технологические достижения подталкивают нас к мысли о том, что в будущем в сфере финансов количество занимаемых людьми рабочих мест значительно сократится. Однако в самом ближайшем будущем компьютеры не смогут ни консультировать людей относительно того, что им делать с портфелями ценных бумаг, ни участвовать в сделках компаний, ни оценивать исследовательские проекты, осуществляемые факультетами университетов. В общем, компьютеры не способны заменить человека на множестве самых разных рабочих мест. В центре финансовой деятельности по-прежнему находятся задачи, связанные с достижением поставленных людьми целей, и в большинстве случаев машины пока не способны справиться с этим.

Демократизация финансов влечёт за собой развитие как механизмов взаимодействия между людьми (например, касающихся консультирования по финансовым и правовым вопросам и финансового образования), так и функционирующих совместно с ними технологий, что открывает перед каждым человеком возможность разумного участия в финансовой системе. Обо всём этом речь впереди.

Финансовая деятельность в экономике

В ходе финансовой деятельности потребляется огромное и непрерывно возрастающее количество времени и других ресурсов. В 2010 г. на долю бизнеса финансовых корпораций пришлось 9,1% ВВП США, что отражает долгосрочную тенденцию к её повышению. Для сравнения: в 1948 г. этот показатель составлял всего 2,3% ВВП США¹⁴. Более того, эти данные не включают многие очень тесно связанные с финансами виды деятельности (например, страхование)¹⁵. Безусловно, развитие информационных технологий не способно привести к сокращению или ограничению рабочих мест в финансовой сфере.

¹⁴ См. подробнее: US National Income and Product Accounts, Table 1.14, «Gross Value Added of Domestic Corporate Business» (URL: <http://www.bea.gov/national/nipaweb>SelectTable.asp?Selected=Y>). Из этих данных исключены многие связанные с финансами виды деятельности, не входящие непосредственно в бизнес финансовых корпораций.

¹⁵ По данным американского Бюро трудовой статистики, в сфере финансов и страхования (виды деятельности, связанные с кредитным посредничеством, плюс другие инвестиционные пулы и фонды, страховые агентства и брокерские услуги, прочие виды деятельности, связанные со страхованием, а также фонды по страхованию и предоставлению льгот работникам) было занято 20,3% населения США; см.: National Employment Matrix. URL: <http://www.bls.gov/data/#employment>

По мнению некоторых критически настроенных обозревателей, доля финансовой сферы в экономике в целом сегодня является слишком высокой, поэтому тенденция к её увеличению не может не вызывать тревогу. И здесь возникают сразу несколько вопросов. Откуда мы знаем, что этот показатель действительно слишком высок? Не обусловлена ли рассматриваемая нами тенденция потребностями развивающейся экономики? Какими стандартами мы должны руководствоваться? Траты граждан США на посещение ресторанов (3,7% ВВП) на 40% превышают расходы в секторе корпоративных финансов¹⁶. Не слишком ли расточительны американцы? Ведь они могли бы питаться дома.

Не вызывает сомнений, что, по крайней мере, часть профессионалов в сфере финансов занята производительной деятельностью: значительное их количество специализируется на оценках деловых предприятий различных типов. В зависимости от перспектив того или иного начинания и осуществляется распределение имеющихся ресурсов. Гораздо менее производительными выглядят другие виды финансовой деятельности — вроде попыток предугадать психологию рынка высокочастотного трейдинга или рекламы сомнительных финансовых продуктов.

Арджун Джаядев и Сэмюэль Боулс подсчитали, что в 2002 г. в сфере предоставления охранных услуг в той или иной форме (контролёры, охранники, военные) было занято 19,7% рабочей силы США¹⁷. На первый взгляд данные о том, что значительная часть наших граждан получают плату за то, что они охраняют имущество и владения всех американцев, должны вызывать куда большую тревогу, чем сведения о доле населения, участвующего в значительно более производительной финансовой деятельности. Но эта статистика оставляет равнодушным большинство граждан.

Финансовый капитализм и проблема финансовых инноваций

Финансовый капитализм призван служить идеальному государству. Однако мы не способны простыми словами выразить то, в чём именно должно заключаться это служение. Финансовый капитализм — это широчайшая область то и дело пересекающихся друг с другом институтов, инструментов и рынков, где каждый элемент представляет собой результат эволюции изобретений, мало отличающейся от процессов, используемых в производстве автомобилей и самолётов, и продолжает поступательно развиваться.

Феномен *финансовых инноваций* пока не получил должного признания. Согласно данным, полученным с помощью сервиса «Google Ngrams», финансовые инновации начинают использоваться только в конце 1970-х гг. Как представляется, впервые понятие «финансовые инновации» было применено к появившимся как раз в то время и вызвавшим полемику рынкам финансовых фьючерсов. Совсем скоро патентные бюро стали принимать заявки на финансовые инновации. Например, в 1982 г. Патентное ведомство США выдало широко известному ныне банку Merrill Lynch патент № 4346442 на её счёт управления наличностью (Cash Management Account, CMA).

Это событие ознаменовало поворотный пункт в истории финансов. Почему в прошлом патентные власти не рассматривали возможность выдачи соответствующих свидетельств на финансовые методы?

¹⁶ В 2009 г. объём продаж в сфере общественного питания составил 528 млрд долл., или 3,7% ВВП; см.: National Income and Product Account Table 2.4.5, «Personal Consumption Expenditures by Type of Product» (URL: <http://www.bea.gov/national/nipaweb/TableView.asp?SelectedTable=70&Freq=Year&FirstYear=2009&LastYear=2010>).

¹⁷ А. Джаядев и С. Боулс приводят и международные оценки, исключающие сотрудников полиции и частных охранных предприятий (по мнению исследователей, во многих странах отсутствуют надёжные данные по этому вопросу) [Jayadev, Bowles 2006]. США находятся достаточно высоко в рейтинге, составленном по такому показателю, как доля занятых в сфере охраны в общей численности населения. Но даже в тех государствах, которые находятся «на дне» рейтинга (например, Скандинавские страны), занятость в сфере охраны достигает примерно половины американского показателя.

Ответ на этот вопрос, вероятно, можно найти в решении Федерального суда второго округа США по делу «Компания Hotel Security Checking против компании Lorraine», в котором была сформулирована «доктрина об исключении методов ведения хозяйственной деятельности», сохранившая силу вплоть до принятия решения о счёте управления наличностью Merrill Lynch. Согласно принятому в 1908 г. решению суда, все методы хозяйствования независимо от того, были они оригинальными или нет, объявлялись в равной степени непатентуемыми¹⁸. В судебном постановлении особо подчёркивалось, что в методе обнаружения мошенничества в бухгалтерском учёте, претендовавшем на получение патента, предполагалось использование только бумаги, чернил и здравого делового смысла. Исходя из этой формулировки можно предположить, что суд хотел бы увидеть конкретные доказательства существования инновации, проявлявшиеся в «использовании материальных средств»¹⁹. Таким образом, чтобы дождаться финансовых патентов, необходимо было дождаться времени, когда финансовые инновации стали осуществляться с помощью компьютерного оборудования, как в случае с полученным Merrill Lynch в 1982 г. патентом, когда в качестве материальных средств (во всяком случае, по меркам 1908 г.) могло рассматриваться использование компьютерного программирования для оказания финансовых услуг.

Проблема с получением патентов на финансовые инновации обусловлена тем, что они взаимодействуют с экономикой в целом; нередко последствия их применения (включая победителей и проигравших) становятся очевидными только годы спустя. В отличие от изобретателя устройства, претендующего на патентную защиту, соискатель финансового патента не способен доказать эффективность своего изобретения. Поскольку финансовые инновации «играют» на человеческих слабостях, на надеждах, обещаниях, на жизни людей, соответствующие патенты по сравнению с инженерной интеллектуальной собственностью изначально воспринимаются как гораздо более сомнительные «достижения». Кажется, что большинству финансовых патентов, внедрение которых не требует использования сложной компьютерной техники и программ, в случае отсутствия документальных подтверждений предшествовала длительная история развития прототипа, воплощаемого в элементарных формах. И действительно, общая реакция на многие финансовые патенты (включая полученное Merrill Lynch в 1982 г. свидетельство на счёт управления наличностью, которое стало первым в этой сфере) заключалась в указании на отсутствие оригинальности (обязательное условие для получения патента на изобретение материального устройства).

Тем не менее процесс создания финансовых инноваций сохраняет всю важность даже с учётом того, что теперь он осуществляется по большей части на корпоративном и общественном уровне, а не в лаборатории изобретателя-одиночки, полагающегося исключительно на собственные творческие возможности. Описывая финансы и связанные с ними процессы, мы пытаемся удержать в прицеле движущуюся мишень. Руководители должны понимать, что финансовые инновации представляют собой беспорядочный, время от времени разрушительный процесс. Содержащиеся в этой книге описания финансовых продуктов и институтов будут перемежаться описаниями возможных направлений будущих инноваций и изменений.

О чём пойдёт речь далее?

В этой книге разрабатывается теория финансового капитализма, призванная оказать помощь в определении направления бурной дискуссии о финансах и идеальном государстве. В части I описываются реалии финансового капитализма, его современное и будущие состояния. Мы рассматриваем роли и сферы ответственности людей, занятых в сфере финансов (от инвестиционных банкиров до юристов,

¹⁸ См. подробнее: The Federal Reporter: With Key-Number Annotations... 160; 46. URL: <http://books.google.com/>

¹⁹ Ibid.; 472.

регуляторов и преподавателей). Мы исследуем различные части «тела» финансового капитализма, его органы, совместное функционирование которых означает существование «живой» экономической целостности, органы, принимающие форму групп людей, объединяющихся в различных организациях и имеющих специфические традиции и способы выполнения операций.

В настоящее время заметна печальная тенденция, связанная с абстрактными рассуждениями о финансовой системе, которые ведутся в таком ключе, как если бы система ограничивалась исключительно акциями и облигациями либо целиком и полностью описывалась математическими уравнениями. В действительности движущими силами финансового капитализма являются мужчины и женщины из плоти и крови, исполняющие определённые роли в обществе. Внутренне присущие исполняемым ролям цели превращаются в личные цели людей, а ассоциирующиеся с ролями сферы ответственности — в личные сферы ответственности. Для каждой такой роли существуют собственные этический кодекс и правила профессионального поведения. Следование им зависит от исполнителей, то есть от «назначенных на роли» конкретных людей. В части I мы рассмотрим широкий спектр таких ролей, что позволит нарисовать объёмную картину реального функционирования финансового капитализма. В процессе обсуждения этих ролей мы обозначим возможные улучшения в «списке действующих лиц», происходящие под влиянием финансовых инноваций изменения, а также перспективы повышения эффективности деятельности исполнителей.

Проявляемая сегодня публикой враждебность к финансовому капитализму во многих случаях принимает форму раздражения в отношении людей, исполняющих те самые роли, о которых пойдёт речь. Важная миссия части I заключается в том, чтобы, приняв во внимание эту публичную враждебность, на основе анализа движения от роли к роли попытаться понять, почему отдельные исполняемые в финансовой системе роли настолько противоречивы.

В части II предпринимается попытка взглянуть на финансовую систему более критически, чем её рассматривают люди, описанные в части I, что позволяет предложить несколько соображений о возможности поступательного развития этой системы в будущем. Мы проанализируем некоторые из её сильных сторон и стимулов, а также сбои и связанные с системой тревоги, что, вне всяких сомнений, имеет важное значение для любой дискуссии о роли финансов в идеальном государстве. Финансовая система в значительной степени принадлежит к финансовой теории, своеобразная красота которой способна вдохновлять умы, но ей (по крайней мере, в наши дни) присущи и уродливые черты. Происходящие время от времени финансовые кризисы составляют лишь часть истории. Уродства же провоцируют отрицание финансового капитализма в целом. Но это глупо, так как цена такого отрицания — утрата способности к достижению некоторых наших самых желанных целей.

История экономического развития, благодаря которому мы пришли к нынешнему состоянию процветания и просвещённости, представляет собой историю множества технических изменений в нашей финансовой системе, а также инноваций, которые были вдохновлены финансовой теорией и одновременно базировались на реалистических оценках человеческой природы. В части II книги мы предаёмся экстраполяциям исторических тенденций, следствием которых стали постоянно улучшающиеся финансовые системы, и предлагаем ряд конкретных соображений о развитии системы в ближайшие десятилетия.

В эпилоге книги высказывается несколько мыслей о центрах силы в сфере финансов, об отрицательном отношении к концентрации власти в финансовом мире и о том, как ею можно было бы управлять в условиях финансовой демократии, примирив её с базовыми человеческими ценностями.

Литература

- Duflo E. 2011. *Balancing Growth with Equity: The View from Development*. Paper presented at the Jackson Hole Symposium. Federal Reserve Bank of Kansas City. August 1. URL: <http://www.kansascityfed.org/publicat/sympos/2011/2011.Duflo.Paper.pdf>
- Edwards G. W. 1938. *The Evolution of Finance Capitalism*. New York: Longmans, Green, and Co.
- Gilpin W. J., Wallace H. E. 1905. *Clearing House of New York City; New York Clearing House Association, 1854–1905*. New York: M. King.
- Heckman J. J., Carneiro P. 2003. Human Capital Policy. In: Heckman J. J., Krueger A. B. *Inequality in America: What Role for Human Capital Policies?* Cambridge, MA: MIT Press; 77–239.
- Jayadev A., Bowles S. 2006. Guard Labor. *Journal of Development Economics*. 79: 328–348.
- Laird J. E. 2009. *Toward Cognitive Robotics*. Unpublished Paper. Department of Computer Science and Engineering, University of Michigan.
- Levy F., Murnane R. J. 2005. *The New Division of Labor: How Computers Are Creating the Next Job Market*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Marx K. 1906. *Capital: A Critique of Political Economy*. New York: Modern Library.
- Shefrin H. 2007. *Behavioral Corporate Finance: Decisions That Create Value*. Boston: McGraw-Hill.
- Shleifer A. 2000. *Inefficient Markets: An Introduction to Behavioral Finance*. Oxford: Oxford University Press.
- Thaler R. H., Sunstein C. R. 2008. *Nudge: Improving Decisions about Health, Wealth and Happiness*. New Haven, CT: Yale University Press.
- Yavlinsky G. 2011. *Realeconomik: The Hidden Cause of the Great Recession (And How to Avert the Next One)*. Trans. A. W. Bouis. New Haven, CT: Yale University Press.

NEW TRANSLATIONS

R. J. Shiller

Finance and the Good Society

SHILLER, Robert J. —

Sterling Professor
of Economics, Yale
University. Address:
30 Hillhouse Avenue,
New Haven, CT 06520,
USA.

Email: robert.shiller@yale.edu

Abstract

Robert J. Shiller is the Professor of Economics at Yale University and the co-creator of the Standard & Poor's Case-Shiller Home Price Indices. His book is devoted to financial capitalism, implying a system in which finance has taken the lead as the engine driving capitalism. The author is mostly interested in searching an answer to the question how we can make financial institutions work better for all of us. To achieve this purpose, Shiller develops a theory of financial capitalism in which finance is defined as the science of goal architecture. It is proposed that finance can contribute to success achievement and construction of the good society. The presented book by Shiller describes realities of the modern financial capitalism and proposes the critical reflections on it. The author also tries to relief the tension between human values and the issue of welfare concentration.

The journal "Economic Sociology" publishes an excerpt of this book — "Introduction: Finance, Stewardship, and Our Goals", in which the author problematizes the public hostility toward financial capitalism and seemingly profound contradiction between finance and the good society. The author demonstrates what kind of distinctive treats financial capitalism gets after the information age has come. Finally, Shiller proposes a working theory of financial capitalism.

Keywords: finance; state; industrial capitalism; financial capitalism; Marxian communism; information age.

References

- Duflo E. (2011) *Balancing Growth with Equity: The View from Development*. Paper presented at the Jackson Hole Symposium, Federal Reserve Bank of Kansas City, August 1. Available at: <http://www.kansascityfed.org/publicat/sympos/2011/2011.Duflo.Paper.pdf> (accessed on 3 January 2014).
- Edwards G. W. (1938) *The Evolution of Finance Capitalism*, New York: Longmans, Green, and Co.
- Gilpin W. J., Wallace H. E. (1905) *Clearing House of New York City; New York Clearing House Association, 1854–1905*, New York: M. King.
- Heckman J. J., Carneiro P. (2003) Human Capital Policy. *Inequality in America: What Role for Human Capital Policies?* (eds. J. J. Heckman, A. B. Krueger), Cambridge, MA: MIT Press, pp. 77–239.
- Jayadev A., Bowles S. (2006) Guard Labor. *Journal of Development Economics*, vol. 79, pp. 328–348.
- Laird J. E. (2009) *Toward Cognitive Robotics*. Unpublished Paper, Department of Computer Science and Engineering, University of Michigan.
- Levy F., Murnane R. J. (2005) *The New Division of Labor: How Computers Are Creating the Next Job Market*, Princeton, NJ: Princeton University Press.

Marx K. (1906) *Capital: A Critique of Political Economy*, New York: Modern Library.

Shefrin H. (2007) *Behavioral Corporate Finance: Decisions That Create Value*, Boston: McGraw-Hill.

Shleifer A. (2000) *Inefficient Markets: An Introduction to Behavioral Finance*, Oxford: Oxford University Press.

Thaler R. H., Sunstein C. R. (2008) *Nudge: Improving Decisions about Health, Wealth and Happiness*, New Haven, CT: Yale University Press.

Yavlinsky G. (2011) *Realekonomik: The Hidden Cause of the Great Recession (And How to Avert the Next One)*, trans. A. W. Bouis, New Haven, CT: Yale University Press.

РАСШИРЕНИЕ ГРАНИЦ

А. В. Белянин, Н. В. Бобкова, Х. Эгберт, Л. Я. Косалс

Экспериментальные методы исследования коррупции в экономических и социологических науках¹



БЕЛЯНИН Алексей Владимирович — доктор экономики, доцент Международного института экономики и финансов, заведующий Лабораторией экспериментальной и поведенческой экономики Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики». Адрес: 101000, Россия, г. Москва, ул. Мясницкая, д. 20.

Email: icef-research@hse.ru

Коррупция исследуется множеством дисциплин — антропологией, криминологией, теорией развития, экономикой, политической наукой, психологией, социологией. В каждой из них сложились свои научные традиции, связанные с использованием разных методов сбора и анализа эмпирической информации, такие как включённое наблюдение в антропологии или интервью в социологии. В настоящей работе мы описываем экспериментальные методы, которые в последние годы стали важным инструментом междисциплинарного социального анализа. В первой части статьи мы сравниваем эти методы с другими способами получения знаний об обществе, характеризуем их сильные и слабые стороны и их место в арсенале общественных наук. Во второй части обращаемся к опыту использования экспериментов для исследования коррупции и показываем, что они позволяют пролить свет на проблему даже в тех случаях, когда другие методы бесполезны. Эти выводы иллюстрируются на материале, по-видимому, первого в мире экспериментального исследования с участием офицеров полиции среднего звена в качестве испытуемых, проведённого А. В. Беляниным и Л. Я. Косалсом. Мы моделируем институт коррупции как общественное благо для его участников и измеряем отношение к нему разных когорт испытуемых по степени того, насколько они склонны поддерживать этот институт в разных условиях, особенно тогда, когда его существование теряет смысл. Заключение содержит вывод о том, что сочетание исследовательских подходов, как традиционных социологических, так и экспериментальных, открывает новые возможности для изучения сложных социальных явлений.

Ключевые слова: эксперименты; исследовательские методы; коррупция; общественное благо; полиция; междисциплинарные исследования.

Введение

В последнее время экспериментальные методы всё шире применяются в социальных науках, таких как экономика, политическая наука, психология и криминология. Однако в социологии это пока делается не очень широко. Безусловно, социология имеет свою очень давнюю традицию эмпирических исследований, имевших в том числе экспериментальный характер. Эта тра-

¹ В данной статье использованы результаты проекта «Неформальная экономическая деятельность полиции: сравнительный анализ трансформирующихся стран», выполненного в рамках Программы фундаментальных исследований НИУ ВШЭ в 2013 г.



**БОБКОВА Нина
Владимировна —**
аспирантка Университета
Гессена. Адрес: 35394,
Германия, г. Гессен, ул.
Лихер, д. 66.

Email: nina.bobkova@wirtschaft.uni-giessen.de



**ЭГБЕРТ Хенрик
(Egbert, Henrik) —**
профессор Университета
Анхальт. Адрес: 06406,
Германия, г. Бернбург,
Штрэнцфельдер-аллее,
д. 28, стр. Марксхаус.

Email: h.egbert@wi.hs-anhalt.de

диция во многом была связана с осмыслением «полевых» социальных экспериментов, которые проводились на реальных социальных объектах ещё со времён утопических коммун, а также в более поздний период в рамках индустриальной социологии, социологии массовых движений, социологии развития. В то же время лабораторные экспериментальные исследования, бурно развивающиеся в социальных науках в последние 10 лет, в социологии применяются в очень ограниченном масштабе, а в российской социологии практически вообще не используются.

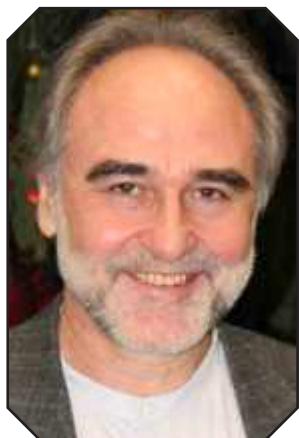
Настоящая статья преследует две цели. Во-первых, мы даём описание экспериментальных методов как инструмента исследования в общественных науках, характеризуем их сильные и слабые стороны по сравнению с другими, традиционными методами, а также возможности их использования для решения содержательных обществоведческих задач. Эти вопросы обсуждаются в первых трёх разделах статьи. Во-вторых, мы предлагаем краткий обзор экспериментальных исследований коррупции (раздел 4), а также представляем дизайн и результаты пилотного экспериментального исследования коррупции на примере российской полиции, поставленного и проведённого А. В. Беляниным и Л. Я. Косалсом в Москве в 2011 г. Это исследование является первым лабораторным экспериментом с участием реальных сотрудников полиции (руководителей среднего звена) в качестве испытуемых, причём не только в России, но и, по-видимому, в мире, и как таковое представляет самостоятельный интерес.

1. Эксперимент как один из методов научного познания

Понятие «эксперимент» предполагает исследование некоторого явления в контролируемых условиях. Основная задача эксперимента — изучение одного конкретного явления, с тем чтобы изолировать, отсеять факторы, в общем случае также влияющие на объект, но не интересующие исследователя в рамках поставленной им научной задачи. Так, эксперименты Галилея по измерению скорости падения тел показали, что тяжёлые и лёгкие предметы падают с одинаковой скоростью, проложив тем самым путь к теории гравитации, но абстрагировавшись при этом от других явлений, таких как сопротивление воздуха или силы трения, которые также воздействовали на объекты эксперимента. В этом смысле эксперименты в социальных науках² сродни физическим: и те и другие, контролируя возможное воздействие на объект исследования превходящих факторов, не представляющих интереса с точки зрения тестируемой теории, изначально были предназначены для тестирования выдвигаемых ею теоретических гипотез в теоретически недвусмысленных обстоятельствах [Roth 1995].

Такой — экспериментальный — подход позволяет расширить эмпирическую базу исследований. Ведь в наши дни ни одна общественная наука уже не может себе позволить ограничиваться только данными сторонних наблюдений (*observational studies*). Они, безусловно, были и остаются необходимыми. Так, в экономике «каноническим» источником были и остаются

² Здесь и далее, говоря о «социальных науках», мы имеем в виду социальные науки в широком смысле, включая экономику, социологию, политическую науку и др.



КОСАЛС Леонид Янович — доктор экономических наук, профессор кафедры экономической социологии, старший научный сотрудник Лаборатории экономико-социологических исследований, главный научный сотрудник Лаборатории сравнительных социальных исследований, ординарный профессор Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики». Адрес: 101000, Россия, г. Москва, ул. Мясницкая, д. 20.

Email: lkosals@hse.ru

данные статистической отчётности, а в социологии — результаты репрезентативных опросов общественного мнения. Однако обе науки, конечно, не ограничиваются этими источниками. Социологи активно используют фокус-группы, различные виды интервью, включённое наблюдение, да и в анкетных опросах давно не ограничиваются выяснением текущего состояния дел, но применяют, например, проективные методики и экспериментальные вопросы для получения информации о темах, ответы на которые могут оказаться чувствительными для респондентов (например, был ли человек жертвой преступления или давал ли взятку).

Экономисты, со своей стороны, также давно освоили опросные данные для определения предпочтений агентов. Эти методы используются, например, в таких случаях, как экспертные оценки степени эффективности государственных институтов в разных странах [Kaufmann, Kraay, Mastruzzi 2010], выявление предпочтений потребителя при выборе вида городского транспорта [Henscher, Rose, Greene 2005], ожидания руководителей предприятий относительно грядущей экономической конъюнктуры [Aukutsionek, Belianin 2001] и многие другие. Более того, как с точки зрения методики проведения исследований, так и в отношении методов обработки их результатов (регрессионный и факторный анализ, многоуровневые модели, непараметрические и байесовские методы и др.) подходы современных экономистов, социологов и политологов принципиально не отличаются. Представители общественных наук, исследующие одну и ту же проблему, хотя и видят её под разными углами, заданными спецификой их «картины мира», принципиально одинаково понимают и что такое научная гипотеза, и как она должна быть связана с теорией, и как её проверять, и какие статистические модели и методы должны быть использованы для этой проверки. Таким образом, в современных социальных науках происходит сближение как по предметам, так и по методам исследований, а различие в исходных точках зрения и теоретических подходах экономистов, социологов и политологов помогает получить более целостную, ёмкую картину предмета исследования и тем самым улучшить его понимание.

2. Виды экспериментов в современных социальных науках

Какое же место в этом ряду занимают эксперименты? Прежде всего, нельзя не отметить, что сама идея эксперимента как метода исследования человеческого поведения носит в науках о человеке не специфически экономический, а общезначимый характер. Ещё раньше, чем экономисты, экспериментальные методы начали использовать психологи. Так, знаменитые исследования Э. Г. Вебера и Г. Т. Фехнера ещё во второй половине XIX века позволили вывести логарифмические законы (восприятие изменения стимула пропорционально логарифму физической величины этого изменения), которые были впервые установлены именно экспериментально. Первые попытки экономических экспериментов (в смысле тестирования предсказаний конкретных поведенческих теорий) также относятся ещё к позапрошлому веку, хотя экспериментальная экономика как отрасль экономической науки сформировалась в послевоенный период XX века, начаввшись с парадоксов Мориса Алле [Allais 1953] и двойных аукционов Вернона Смита

[Smith 1962]. Поначалу экспериментальная экономика касалась прежде всего решения стандартных экономических задач, таких как теория выбора в условиях риска или сходимость к рыночному равновесию, благодаря которым эксперименты уже стали одним из ведущих методов сбора и анализа данных в экономической науке [Kagel, Roth 1995; Camerer 2003; Plott, Smith 2008; Feltovich 2011]. Однако со временем проблематика экспериментов всё чаще смешалась в сторону исследования феноменов общественного взаимодействия, таких как возможность кооперативных стратегий в конкурентной среде [Axelrod 1984], рациональный баланс интересов в условиях неполной информации [Aumann, Maschler, Stearns 1996], взаимодействие в больших сетях в условиях многостороннего конфликта интересов [Rapoport 1986], оптимальные соответствия (*matching*) агентов с целью максимизации общественных выгод [Roth, Sotomayor 1990] и многое другое. Если не знать (или на минуту забыть), что — формально — это работы по теории игр, подобная исследовательская проблематика совпадает с тематикой классической социологии XX века (например, исследования условий стабильности общества в рамках структурно-функционального подхода Т. Парсонса [Parsons 1986]). С этой точки зрения неудивительно и то, что игра на добровольное создание общественного блага, ставшая одним из основных инструментов экспериментального исследования кооперативного поведения, была впервые введена в оборот именно социологами [Marwell, Ames 1979; 1981].

Эта простая игра представляет собой «дилемму заключённого», развёрнутую на более чем двух игроков³. Каждый из участников данной игры может независимо от остальных принять решение о взносе любого количества из имеющихся у него ресурсов в создание общественного блага, индивидуальная выгода от которого для игрока ниже, чем его собственные затраты, но если подобный взнос сделали все игроки, то выигрыш каждого оказывается выше (в пределе Парето-оптимальным). Проблема в том, что улучшения по Парето достигаются лишь при том, что кооперативную линию поведения поддерживают другие игроки, то есть при известном и достаточно высоком уровне социальной солидарности. И если порыв отдельного участника не поддерживается остальными, игроки в эксперименте постепенно отказываются делать взносы на создание общественного блага, поскольку их кооперативность фактически означает, что они повышают благосостояние остальных за свой счёт, ничего не получая от них взамен. В большинстве экономических экспериментов на практике именно так и происходит. Начав со среднего уровня коопeraçãoции в повторяющейся игре, участники рано или поздно понимают, что другие «безбилетничают» за их счёт, и тогда снижают свои взносы, которые сходятся к нулевым, что и есть единственное равновесие Нэша, и к тому же в доминантных стратегиях. Примечательно, однако, во-первых, что к этому равновесию реальные испытуемые приходят не сразу, а лишь со временем, и, во-вторых, даже эта сходимость оказывается разной в разных когортах. К примеру, студенты-экономисты находят его довольно быстро, зато представители других гуманитарных дисциплин могут далеко не сразу сделать то же самое или даже вовсе оказаться кооперативными [Marwell, Ames 1981].

Этот общеизвестный в экспериментальной литературе пример иллюстрирует важный тезис о возможностях интеграции социологии и экономики: там, где не срабатывают базовые модели экономической теории, на помощь приходят объяснения реального поведения, позаимствованные из социологии и других смежных дисциплин. Они демонстрируют, что людям может быть свойственно не только ультракооперативное (то есть эгоистическое, максимизирующее личную прибыль), но и просоциальное, взаимообразное, доверчивое поведение, которое оправдывается гораздо чаще, чем это предсказывают стандартные экономические модели. А раз уж получены такие результаты, то следующий этап работы экономиста-теоретика состоит в том, чтобы объяснить наблюдаемое «неравновесное» и нерациональ-

³ В классическом варианте «дилеммы заключённого» анализируется ситуация, когда два заключённых имеют альтернативу: признаваться в совершении (реального или мнимого) преступления или отказываться от этого, не зная, что делает другой. Исходя из индивидуальной рациональности, обоим следует признаваться, однако этот результат общественно не оптimalен, поскольку оба игрока получают больший «срок», чем в случае одновременного отказа (кооперативной стратегии).

ное поведение с теоретической точки зрения. В современной экономической литературе имеется немало поведенческих теорий, согласно которым предпочтения игроков характеризуются неприятием неравенства, взаимообразностью, предпочтениями справедливости и др. При построении таких теорий трудно переоценить значимость понимания фундаментальных принципов социальной стабильности и солидарности, которые хорошо объясняются в рамках многих социологических теорий и эмпирических исследований.

Думается, подобных примеров достаточно, чтобы показать безусловную полезность взаимодействия экономики и социологии как социальных дисциплин для развития экспериментальных исследований. Но этот факт ещё не говорит о том, каким образом экспериментальные исследования как таковые могут быть полезны для решения собственных задач социологии, и, в частности, о том, как они помогают понять, объяснить и предсказать поведение людей в конкретных сообществах и жизненных ситуациях.

Чтобы ответить на этот вопрос, начнём с того, какие, собственно, бывают эксперименты в социальных науках. Первыми следует отметить полномасштабные натурные эксперименты над обществами наподобие построения социализма в одной отдельно взятой стране. При всей «радикальности» подобного примера попытка создания нового общества в СССР носит почти все признаки научного эксперимента: есть теория смены общественных формаций К. Маркса и Ф. Энгельса, также известная как «исторический материализм», есть контролируемые условия (изоляция от остального мира, запрет частной собственности на средства производства, альтернативные политические позиции и идеологии и пр.); есть, наконец, результаты. К недостаткам этих экспериментов с методологической точки зрения следует отнести недостаточный размер выборки и короткую продолжительность эксперимента в исторической перспективе (видимо, неспроста!). С практической точки зрения главная проблема с таким экспериментированием — его запредельные издержки, которые будут тем выше, чем более масштабный характер имеет подлежащая проверке теория.

Если ограничиться более щадящими методиками, то их тоже достаточно много. Во-первых, существуют естественные эксперименты (*natural experiments*), когда некоторый процесс происходит сам собой, а исследователь лишь наблюдает за тем, что люди делают в контрольных и экспериментальных условиях. Пример — эксперименты из области «теории разбитых окон» [Wilson, Kelling 1982]: исследователи замеряли в зависимости от степени замусоренности данного района города готовность обычных жителей на улице бросить мусор на землю, а не в урну.

К этому подходу примыкают полевые эксперименты (*field experiments*), получившие широкое распространение в последнее десятилетие, в частности в политических науках. Интересный пример такого эксперимента — исследование коррупции в системе образования на примере Буркина-Фасо [Armantier, Boly 2011]. В этой африканской стране довольно высокий уровень коррупции, в частности в системе среднего образования, на итоговых экзаменах (аналог нашего ЕГЭ). Экзаменационные работы по всей стране проверяют вручную специальные государственные служащие, уровень коррупции которых и измерялся в ходе эксперимента. В середину экзаменационной брошюры с ответами школьников экспериментаторы вложили денежную купюру с запиской якобы от школьника, содержащей просьбу исправить ошибки в работе и поставить хороший балл. Исследователей интересовало, сколько из вложенных купюр не вернётся к организаторам экзаменов (то есть в скольких случаях взятка будет принята), а также то, как на поведение проверяющего повлияет величина его зарплаты.

В отличие от вышеприведённых примеров, в опросных экспериментах (*survey experiments*) испытуемые не принимают какое-то реальное решение, а рассказывают о том, какое решение они примут, то есть сообщают о своих предпочтениях в так или иначе описанных условиях. Недостаток такого метода — низкая заинтересованность (отсутствие стимулов) респондентов в том, чтобы говорить правду (что не

чревато потерей валидности лишь в ситуации, когда у них нет и стимулов лгать). Вместе с тем такие эксперименты можно проводить в виде анкеты, что позволяет использовать их на больших выборках (включая репрезентативные). Так, в ходе недавнего эксперимента по изучению факторов соблюдения налогового законодательства была описана некоторая условная страна, похожая на родину респондентов, но отличающаяся от неё по силе государственного аппарата, преследующего уклонистов, и по степени ответственности государства по своим обязательствам перед налогоплательщиками [Kogler et al. 2013]. Целью эксперимента было сравнение реакции (готовности платить налоги) при этих сценариях в разных странах (Австрия, Венгрия, Румыния и Россия).

Наконец, следуют лабораторные и лабораторно-полевые эксперименты. И там и там испытуемых ставят в искусственные условия: приглашают в класс и предлагают поиграть в некоторую игру под контролем экспериментатора и по установленным им правилам. Чтобы обеспечить стимулы респондентов принимать оптимальные решения, им выплачивается вознаграждение, как правило, пропорциональное качеству их решений (выигрышам). Различие между лабораторными и лабораторно-полевыми экспериментами заключается в том, что в первых проверяется общая теория, и исследователю не очень важно, до какой степени предложенная им игра моделирует конкретные условия, в которых взаимодействие, соответствующее этой теории, встречается в реальной действительности. Так, в упомянутом выше эксперименте на кооперативность испытуемым — учёным-обществоведам — предлагалось придумать оптимальную стратегию, способную побудить двух игроков вести себя кооперативно в повторяющейся «дилемме заключённого» [Axelrod 1984]. В реальной жизни люди часто оказываются в ситуациях, описываемых «дилеммой заключённого» (например, при создании тех же общественных благ), однако исследователя интересует принцип, а не его конкретные реализации. Подобные же игры предлагаются и в лабораторно-полевых экспериментах, однако в этом случае они проводятся не в университете, а в реальной жизни, то есть в той же среде, где испытуемые принимают решения, аналогичные тем, которые являются предметом эксперимента. Так, авторы одной из работ провели игру на создание общественного блага в африканских деревнях (в Уганде), где жители также принимают решения о формировании местных бюджетов, и кооперативность их сильно зависит от степени моногенетичности данного сообщества (что, собственно, и исследовалось в эксперименте) [Nabyarimana et al. 2007]. Понятно, что лабораторно-полевые эксперименты сложнее в реализации, чем просто лабораторные, однако они полезны, когда на повестке дня стоит экологическая валидность заключений.

Характеристика экспериментов в социальных науках

Характеристики	Эксперимент	Лабораторный (кооперативность в «дилемме заключённого»)	Лабораторно-полевой (моноэтничность и общественные блага)	Опросный (налоговая дисциплина)	Полевой (коррупция на экзаменах)	Естественный («разбитые окна»)	Натурный (построение социализма в СССР)
Контроль	Высокий	Высокий или средний	Низкий	Средний/низкий	Низкий	Низкий	Низкий
Стимулы	Есть	Есть	Есть	Есть	Есть	Нет	Нет
Вид отбора участников	Самоотбор	Кейс-стади или метод снежного кома	Квотный или случайный	Квотный или случайный	Нет отбора	Нет отбора	
Реализм (полнота учёта изучаемых свойств объекта)	Низкий	Низкий или средний	Средний	Высокий	Высокий	Высокий	

Все упомянутые типы экспериментов представлены в таблице 1, где наряду с категориями экспериментов и примерами приведены их основные характеристики: уровень контроля, стимулы, выборки и реализм. В общем случае уровень контроля над ходом эксперимента возрастает справа налево (в лабораторных экспериментах видно всё, что делает испытуемый, в натурных экспериментах большая часть стимулов и реакций испытуемых даже теоретически не может быть отслежена). Уровень реализма возрастает слева направо.

С точки зрения науки реализм, безусловно, является желательной чертой, однако обратной стороной его выступает потеря контроля. Иначе говоря, чем более конкретную и точную социальную теорию хочет построить исследователь, тем больше ограничений он должен наложить на внешние параметры, и, следовательно, тем выше должен быть уровень контроля за условиями проведения эксперимента. Пусть, к примеру, предметом изучения является коррупция, и исследователь хочет проверить гипотезу о том, что чем выше уровень вовлечённости населения в работу полиции (*community-based policing*), тем менее коррумпированными будут сотрудники правоохранительных органов. Это достаточно специфическая гипотеза, которую можно, конечно, пытаться проверить неэкспериментальными методами (опросы населения, анализ статистических данных о работе полиции и т. п.), но результат, скорее всего, будет не слишком убедительным. Например, опрос по репрезентативной выборке или фокус-группы с населением данного города, отобранным по квоте, позволят выяснить, насколько тесно респонденты взаимодействуют и (или) хорошо осведомлены о работе своего отделения полиции. Аналогичные данные доступны при опросе сотрудников полиции или из материалов внутренних расследований коррупции. Протестировать искушую гипотезу можно, например, оценив корреляцию показателей, полученных в ходе двух исследований по районам города. Такой подход, однако, представляется проблематичным, и даже не только потому, что наблюдения о коррумпированности полиции очень трудно добывать и их достоверность будет почти всегда вызывать сомнения. Даже если допустить, что информация о коррумпированности доступна и точна, а ответы респондентов из числа простых граждан предельно честны, причинно-следственный механизм может быть так и не выявлен до конца. Например, жители одних районов могут быть вовлечены в деятельность полиции, и коррупция там действительно будет меньше. В других районах подобное взаимодействие взаимодействие не налажено, но в одном из таких районов сотрудники полиции действительно будут не коррумпированы, в другом склонны к коррупции, однако небольшая и не наблюданная исследователем, но очень активная группа граждан интенсивно и успешно борется с коррупционерами, а в третьем проживает большой начальник, и полицейские опасаются его повышенного внимания. И все эти ненаблюдаемые факторы зашумляют результат. При таких условиях данные, собранные по всему городу, покажут, что уровень коррупции низкий независимо от того, развита или не развита система взаимодействия населения с полицейскими, а этот вывод на самом деле неверен, и между двумя величинами есть положительная взаимосвязь. Причина ошибки первого рода (отклонение нулевой гипотезы, которая на самом деле верна) заключается в том, что в реальной жизни слишком много факторов оказывают воздействие на интересующую нас переменную, и далеко не все из них не просто подконтрольны исследователю, но даже приходят ему в голову.

Подобные проблемы достаточно просто решаются в ходе лабораторного или лабораторно-полевого эксперимента, по крайней мере, с принципиально-методологической точки зрения. Поскольку нас интересует только существование такого причинно-следственного механизма, а не его реализация в условиях конкретного отделения полиции, достаточно сформировать группы игроков — «полицейских» и «граждан» — и искусственно создать две институциональные среды, в которых обе группы взаимодействуют с третьими игроками, имитирующими органы государственной власти. В одной из таких сред «полицейские» будут решать поставленные «государством» задачи по охране общественного порядка (и как дополнение к этой задаче — определять уровень коррупции) без взаимодействия и обратной связи от «граждан», благосостояние которых напрямую будет зависеть от качества работы «полиции». В этой среде «граждане» будут иметь только одну возможность выразить своё одобрение или неодо-

брение работы полиции — поменять органы государственной власти, то есть выбрать другого игрока, исполняющего роль государства, который будет более активно бороться с коррупцией, требовать от «полиции» более качественного исполнения своих обязанностей по охране законных прав и интересов избирателей. В другой институциональной среде происходит всё то же самое, но, помимо выборов, обеспечивающих лишь косвенное (через государство) влияние на работу полицейских, у «граждан» будет ещё возможность напрямую взаимодействовать с «полицией», контактировать с ней, участвовать в решении проблем безопасности и проч. Сравнение качества работы «полиции» (и, в частности, её коррумпированности) в этих институциональных средах позволит сделать вывод о том, действительно ли прямое взаимодействие населения и полиции способствует снижению коррупции.

В отличие от опросного метода, подобный экспериментальный дизайн даёт возможность эффективно контролировать (а именно исключить) дополнительные обстоятельства, способные повлиять на качество работы полицейских, изменив в экспериментальной институциональной среде по сравнению с контрольной ровно один параметр — наличие прямого канала обратной связи.

3. Достоинства и недостатки экспериментальных данных

Экспериментальные методы в таком виде характерны для экономических исследований. Они обладают как минимум несколькими серьёзными достоинствами.

Во-первых, они предполагают создание контролируемой внешней среды. Эксперимент проводится в лаборатории, и это значит, что исследователь имеет возможность контролировать информацию, которой владеют участники на стадии принятия решений. В свою очередь, это обстоятельство позволяет достаточно чётко выделить факторы, влияние которых изучается, и практически однозначно протестировать проверяемые гипотезы⁴. Кроме того, такие эксперименты почти без исключений связаны с конкретной (формальной) экономической теорией, в соответствии с которой подбираются адекватные методы постановки эксперимента и обработки полученных результатов⁵.

Во-вторых, в отличие от большинства широко применяемых социологических методов, такие эксперименты позволяют создать механизм, ослабляющий или даже снимающий действие социального контроля. Даже при том, что институт, созданный в рамках лаборатории, является искусственным (специально создаваемым исследователем), он обладает совершенно отчёлтивыми чертами реальности, будучи в этом смысле перформативным.

В-третьих, по результатам экономических экспериментов участники зарабатывают (получают) реальные деньги в зависимости от принимаемых ими в рамках эксперимента решений, а также от решений остальных участников. Каждый участник в конце эксперимента получает разное количество денег. Это важная черта «философии» экономических экспериментов, поскольку выплаты связаны с основным положением экономической теории о том, что люди имеют предпочтения и оптимизируют выгоду согласно заданным условиям [Smith 1982]. Преимущество такого подхода перед анкетированием и другими опросными методами состоит как раз в том, что эти последние не всегда создают условия для выявления реальных предпочтений, так как либо респонденты не получают плату, либо им платят независимо от их решений и от их ответов. Анкетные и другие опросные данные сильнее подвержены социальному контролю: люди в ходе опроса с большей вероятностью «выдают» клишированные ответы или ответы, которые выставляют их в благоприятном свете в своих глазах или в глазах исследователя (интервьюера).

⁴ Этому способствует тот факт, что в экономике экспериментальная методология в высокой степени стандартизована (см.: [Friedman, Sunder 1994; Friedman, Cassar 2004]).

⁵ В этой работе мы сознательно ограничили обзор лабораторными экспериментами и исключили полевые экспериментальные исследования. Пример получения данных при полевых исследованиях см.: [Levitt, List 2009].

Вместе с тем неверно было бы полагать, что эксперимент является некоей панацеей от всех проблем контроля за условиями исследования: его дизайн, реализация и валидность полученных результатов упираются в ряд ограничений, соблюдение которых может быть весьма нетривиально на практике.

Начать можно с того, что экспериментальные исследования (и, в частности, система материального стимулирования), иногда в явном, иногда в неявном виде, базируются на представлении о человеке как об изолированном индивиде, максимизирующем свой текущий материальный доход. Однако принадлежность индивида к той или иной социальной группе, его статус, социальные связи, институциональное окружение могут сыграть свою роль и «исказить» стимулы испытуемых по сравнению с предположениями исследователя. Так, очень часто экономические эксперименты проводятся с представителями легкодоступных групп, например, со студентами университетов. В ряде случаев использование таких испытуемых вполне адекватно, но в общем случае это не так, и часто, например, некая аудитория не вполне подходит для изучения коррупции в полицейской среде. Можно ожидать, что студенты в своей массе сталкивались с коррупцией лишь в каких-то ограниченных сферах деятельности — в высших учебных заведениях, например, но не в полиции или в судах. Кроме того, студенты представляют собой не отобранных случайным образом представителей населения, а более молодую, активную и образованную его часть, что не всегда соответствует поставленным исследовательским задачам. Для тестирования, к примеру, гипотезы, описанной в предыдущем разделе, хорошим решением было бы проведение не чисто лабораторного, а лабораторно-полевого эксперимента — с реальными сотрудниками полиции в роли полицейских и случайным образом отобранными взрослыми людьми в роли граждан. Собрать такую аудиторию, однако, существенно труднее, чем аудиторию студентов; возможно, именно поэтому в последние годы в экспериментальной экономике особенно ценятся исследования, выполненные не на студенческих, а на реальных выборках испытуемых.

Даже если исследователю удалось «добраться» до подобной выборки, работа с ней может накладывать ограничения иного рода. Так, сотрудники полиции хорошо осведомлены о том, что государство на всех уровнях активно борется с коррупцией в рядах правоохранительной системы, и, соответственно, будут неизбежно полагать, что результаты эксперимента могут быть использованы для целей «диагностики» их личной склонности к коррупции, сколь бы энергично ни уверял их в обратном организатор эксперимента. Следовательно, поведение полицейских в таком эксперименте будет искажено, и их склонность к коррупции можно будет измерять в лучшем случае косвенно. Наконец, в силу того же самого обстоятельства (борьба с коррупцией) полицейским — участникам подобного эксперимента нельзя будет платить реальное вознаграждение, что согласно методологии экономических экспериментов подрывает их стимулы к сознательному и эффективному принятию решений и сужает возможности выявления их реальных предпочтений.

Далее, данные, которые собираются в ходе экспериментов, как правило, не являются репрезентативными, и проблема репрезентативности обычно даже не рассматривается как одно из условий сбора данных приемлемого качества. Соответственно, с точки зрения общепринятых социологических подходов полученные выводы нельзя распространять на более широкие совокупности, чем участники эксперимента, число которых, как правило, не превышает нескольких сотен человек. С точки зрения тестирования экономической теории, претендующей на универсальность своих выводов, это не очень проблематично, но для прикладных задач этот факт может представлять серьёзное ограничение.

Наконец, результаты большинства экспериментов не тестируются на устойчивость и не обладают свойством внешней валидности. По этой причине часто трудно сказать, будут ли результаты эксперимента, проведённые через месяц или год с другой аналогичной группой участников, существенно отличаться от полученных в рамках данного эксперимента.

И социологические данные, и данные экономических экспериментов имеют недостатки и свои ограничения с точки зрения их анализа и использования в практике исследований и социального управления. По нашему мнению, решение этой проблемы и, соответственно, получение более качественной информации стоит искать на пути «социологизации» экономических экспериментов. Например, при формировании гипотез и представлений о мотивах человеческого поведения следует использовать знания о социальных (и других) детерминантах поведения. Разные методы сбора и анализа данных об актуальных общественных явлениях и процессах должны не конкурировать, а дополнять друг друга. Всё это справедливо применительно и к проблеме коррупции и к анализу связанных с ней проблем⁶, где именно *комбинация* различных эмпирических методов ведёт к более эффективной «пеленгации» факторов, способствующих решению данной исследовательской проблемы.

Далее мы изложим опыт лабораторных экономических экспериментов по изучению коррупции.

4. Лабораторные экономические эксперименты по изучению коррупции

Коррупционное поведение естественно определять в терминах экономической модели «принципал — агент» (см.: [Lambsdorff 2002]), что часто и делается: коррупция имеет место тогда, когда агент вступил вговор с третьими лицами, игнорируя установленные правила [Lambsdorff 2002]. Если люди коррумпированы, они оптимизируют полезность (*utility*) при заданных ограничениях и злоупотреблениях властью, которые они получают от принципала, с целью извлечения личной выгоды [Lambsdorff 2007]. Коррупция может рассматриваться как институт⁷, потому что она подразумевает устойчивый механизм распределения ресурсов, который включается в дополнение или заменяет другие механизмы, такие как рынки или иерархическая (плановая) система. Мы также можем считать её институтом в том смысле, что она устанавливает нормы и правила поведения для неких групп. Рациональный человек полагается на коррупцию, если его ожидаемые доходы от коррумпированного поведения выше, чем ожидаемая прибыль при использовании альтернативных (легальных) институтов. Поскольку ожидаемая прибыль также зависит от трансакционных издержек, коррупция может быть выше, если ожидаемая стоимость трансакций в рамках альтернативных институтов сравнительно высока.

Исходя из подхода, развиваемого в рамках новой институциональной экономики, следует, что коррупция возникает, когда альтернативные легальные институты отсутствуют или работают менее эффективно. Таким образом, в целях предотвращения или снижения уровня коррупции качество институтов (рынков, иерархий, норм, регулирующих поведение акторов, и проч.) должно быть повышенено или относительная стоимость принятия решений должна быть изменена. Коррупция является социальной проблемой, потому что создаёт негативные экстерналии, то есть затраты или выгоды третьих лиц, не включённые в явном виде в стоимость товара. Как следствие, третьи лица несут убытки (отрицательные экстерналии) или получают прибыль (положительные экстерналии) из-за коррупционного поведения других, что приводит к неэффективности системы в целом. Например, если позиции в компаниях не выделяются на основе конкурсных механизмов, а проходят через индивидуальные отношения (например, через неформальные связи), то это хорошо для тех, кто занимает позиции, и для тех, кто предоставлял позиции, но порождает негативные экстерналии для работников компаний. Так как неэффективность возникает из-за коррупционного поведения, во многие экономические эксперименты такие экстерналии вводятся в явном виде.

Экономических экспериментов по проблеме коррупции пока не очень много. К. Аббинк в обзоре работ в этой области описывает около 10 экспериментов, известных на то время [Abbinck 2006] (см. так-

⁶ См., например, антологию для экономических и социологических исследований сетей и рынков: [Rauch, Casella 2001; Zuckerman 2003].

⁷ В качестве института мы можем рассматривать нормы и правила поведения, системы принятия решений и организации (ср.: [Frey 1992: 4]).

же: [Frank, Schulze 2000; Schulze, Frank 2003; Abbink 2004; 2005; Gonzales, Gueth, Levati 2007; Barr, Serra 2009; Cameron et al. 2009]⁸. Аббинк классифицирует эксперименты по трём группам в зависимости от их целей: первая — проверка теории; вторая — замена недоступных полевых исследований; третья — получение данных параллельно полевым исследованиям. Далее мы рассматриваем результаты некоторых из этих экспериментов.

Прежде всего, отметим исследования факторов, которые влияют на индивидуальную коррупционность [Frank, Schulze 2000; Schulze, Frank 2003]. В 2000 г. авторы этих исследований сравнили поведение в двух экспериментальных условиях. В контрольной ситуации без риска обнаружения участникам сначала надо было принять компромиссное решение между максимальной личной выгодой и максимизацией общего блага (*maximizing the gains of the public interest*). В экспериментальной ситуации в дополнение к индивидуальному вознаграждению участники получали единовременную выплату, обозначенную как бонус за усилия, предпринятые в ходе эксперимента. Целью эксперимента было выяснить, снизится ли коррупция, если люди будут вознаграждены за «работу». Исследователи обнаружили, что студенты-экономисты более склонны к коррупционному поведению, чем другие группы студентов, и дополнительные выплаты не влияют на результат [Frank, Schulze 2000].

В другом эксперименте те же авторы тестировали, как возможность «быть пойманным» влияет на склонность к коррупционному поведению [Schulze, Frank 2003]. На этот раз если факт коррупции отдельного участника обнаруживался, то этот участник лишался вознаграждения за текущий период. Цель исследования состояла в том, чтобы понять, влияет ли возможность разоблачения на снижение коррупции или же, наоборот, увеличивает её в связи с повышением издержек. Выводы авторов демонстрируют, что механизм выявления не влияет ни на уровень взяток, ни на частоту коррупционного поведения, ни на количество взяток. Не обнаружено также влияние механизмов проверки на частоту взяток в крупном размере, а также наличие единовременных выплат.

Ещё одной целью экспериментов по борьбе с коррупцией является исследование взяток: при каких условиях государственное должностное лицо согласится взять взятку у человека в обмен на услугу [Abbink 2006]. Эти эксперименты направлены на изучение взаимообразного (иначе обозначаемого как «рецепрокное») поведения и реализуются в виде модифицированной игры на доверие. В эксперименте по взяткам в связи с влиянием наказания и негативных экстернальных эффектов [Abbink, Irlenbusch, Renner 2002] участвовали два игрока: «частное лицо» и «чиновник». Первый из них («частное лицо») решает, хочет ли он предложить взятку «чиновнику» как часть «стоимости трансфера» (*transfer fee*) за определённую услугу. Если «чиновник» отказывается от взятки, оба игрока получают свои установленные законом выигрыши, которые меньше полной стоимости трансфера для «чиновника». Если «чиновник» берёт взятку, то доходы обоих участников значительно возрастают. На втором этапе игры «чиновник» выбирает между двумя вариантами: *Y*, при котором доход физического лица значительно увеличивается, но доход «чиновника» уменьшается, и *X*, который выгоднее для «чиновника». Помимо этого, в ряде экспериментальных условий решение *Y* негативно сказывается на выигрыше не только «частного лица» — партнёра данного чиновника, но и всех остальных «частных лиц», также участвующих в экспериментальной сессии. Основные результаты этого исследования заключаются в том, что наличие негативных экстернальных эффектов не оказывает существенного влияния на количество и частоту подкупа. Вместе с тем после введения механизма наказания в среднем величина взяток, а также частота выбора варианта *Y* значительно снизились. В других исследованиях Аббинк изучал эффекты честных доходов (зарплат) и влияние ротации персонала на коррупцию в Германии [Abbink 2004; 2005]. Эти эксперименты показывают, что ротация приводит к снижению как среднего размера взяток, так и частоты их принятия со стороны чиновников [Abbink 2004]. В игре с различиями в зарплате ни-

⁸ Некоторые из приведённых работ были опубликованы после того, как был написан обзор. В библиографии даётся ссылка на публикацию.

какой существенной разницы не зафиксировано между вариантом с высокой и низкой зарплатами, так что зарплата, похоже, не имеет влияния на коррумпированность в данном случае [Abbink 2005].

Другие исследователи провели эксперимент по коррупции, основанный на ультимативной переговорной игре (см.: [Gonsalez et al. 2007]). В отличие от других экспериментов по коррупции, в этом случае взятка интерпретировалась не как взаимообразные отношения, а как подкуп должностного лица для достижения быстрого решения. Участник эксперимента в роли представителя фирмы мог распределять сумму денег на три части между собой и другими участниками, игравшими роли государственных служащих. Это отражало ситуацию, при которой фирма подавала заявку на получение лицензии, которая нуждалась в одобрении двух государственных служащих. Положительное решение позволило бы фирме получить некоторую дополнительную прибыль, которую она могла бы поделить с двумя чиновниками. Оба чиновника независимо друг от друга должны принять это предложение для того, чтобы платёж состоялся. Результаты получились следующие: чиновники, которые имеют власть задержать это решение, достаточно часто пользуются такой властью в собственных интересах, извлекая из своего положения коррупционную ренту. Более того, число предложений взятки со стороны фирм чиновникам выше, чем можно было бы ожидать исходя из классической теории игр. Иными словами, экспериментальные «фирмы» сами охотно предлагают чиновникам «премии», чтобы избежать задержек, то есть подкупают госслужащих.

Исследовались также гендерные эффекты [Abbink, Irlenbusch, Renner 2002; Rivas 2012]. Такие исследования показывают, что пол не оказывает статистически значимого влияния на вероятность предложения взятки, хотя сумма взятки ниже, если взяткодатель — женщина. После получения взятки женщины в роли должностного лица реже, чем мужчины, ведут себя взаимообразно и оказывают взяточнику ожидаемую им услугу. Всё это говорит о том, что мужчины, по-видимому, более склонны к коррупции, чем женщины, и увеличение числа женщин на государственных должностях могло бы снизить уровень коррупции.

Ещё одним важным измерением коррупции являются кроскультурные сопоставления. Однотипные эксперименты в Австралии, Индии, Индонезии и Сингапуре [Cameron et al. 2009] интересны тем, что согласно индексу восприятия коррупции (Corruption Perceptions Index, CPI) Австралия и Сингапур являются одними из наименее коррумпированных стран в мире, в отличие от Индонезии и Индии. Целью эксперимента была проверка того, содействует ли, с одной стороны, коррумпированная среда увеличению минимально возможного уровня коррупции, а с другой — порождает ли она терпимость и, следовательно, снижает ли склонность к наказанию коррупционного поведения. Авторы исследования обнаружили значительные межстрановые различия в поведении участников: индийцы, в сравнении с австралийцами, сталкиваясь с коррупцией, демонстрируют низкую частоту наказаний, в то же время их склонность к коррупции выше. В отличие от них, участники из Индонезии, которые сталкиваются с высоким уровнем коррупции в своей стране, мало толерантны к коррупции. Что касается Сингапура, где низкий уровень коррупции, то участники из этой страны очень склонны к коррупции и также не расположены наказывать коррупцию.

Недавно были опубликованы описания и результаты ещё несколько исследований. Молодые американские исследователи модифицировали одноразовую ультимативную игру с целью анализа воздействия на коррупцию внешних рамок и изменений внешних издержек [Barr, Serra 2009]. Они демонстрируют, что это воздействие оказывает влияние на поведение отдельных лиц, и всё больше людей, как правило, воздерживается от коррупционного поведения, если внешние издержки очень высоки. На основе этого экспериментального дизайна те же авторы проводят два эксперимента с коррупцией (в 2005 и 2007 гг.) с целью проверить культурное влияние на склонность к коррупции. Первый эксперимент (2005 г.) был проведён с группой из 195 студентов Оксфорда. Треть из них были англичане, остальные участники прибыли из 33 различных стран, имеющих разный рейтинг отношения к коррупции, согласно данным

Transparency International⁹. В каждой сессии этого эксперимента участвовали по 15 человек, разбитых на пять групп по три игрока в каждой. Первый игрок в каждой группе исполняет роль гражданина и может предложить взятку второму игроку в роли государственного чиновника. Если этот последний взятку принимает, выигрыш обоих игроков увеличивается, однако от этого снижается выигрыш третьего игрока, исполняющего роль члена общества. Результаты показывают, что студенты-бакалавры, приезжающие из стран с высоким уровнем коррупции, более склонны вовлекаться в коррупцию, даже несмотря на то что от этого страдают трети лица. Эти результаты, однако, не сохраняются для студентов-магистров.

Недавно те же исследователи в соавторстве с Михаилом Друговым экспериментально изучали роль агентов в качестве посредников в рамках коррупции [Drugov, Hammam, Serra 2011]. Посредники облегчают отношения между взяткодателем и взяткополучателем за счёт снижения информационных затрат, уточняя, например, кому давать взятку, и могут снизить размер взятки в процессе переговоров. Посредничество в коррупции может снизить риски её обнаружения и нарушения обязательств, поскольку посредник имеет возможность выстроить долгосрочные отношения с взяточником, что недоступно для взяткодателя. Исследователи проверяли, усугубляют ли посредники уровень коррупции, основываясь на дизайне своего предыдущего эксперимента [Barr, Serra 2009]: игрок в роли частного лица решает, нужно ли давать взятки государственному служащему с целью получения определённых услуг. Игрок в роли государственного служащего может принять или отклонить это предложение. Если он принимает, то его выигрыши и выигрыши частного лица возрастают, в то время как выигрыш третьего игрока в роли члена общества уменьшается. Результаты свидетельствуют о том, что посредники увеличивают долю коррумпированных государственных чиновников и долю частных граждан, которые вовлечены в коррупцию, поскольку посредничество, по-видимому, снижает моральные издержки коррупционных действий и увеличивает среднюю сумму требуемого подкупа, а также частоту предложений взяток.

Этот краткий обзор литературы показывает, что экспериментальные исследования коррупционного поведения¹⁰, по сути, только набирают обороты. В большинстве экспериментов в качестве участников использовались студенты, было задействовано сравнительно небольшое число участников. Эти эксперименты позволяют определить переменные, которые могут иметь влияние на коррупционное поведение, размер взятки и возможность быть раскрытым.

Что же может добавить к этой палитре исследование коррупции в России? Начнём с изложения методики эксперимента, который был проведён двумя соавторами настоящей статьи — А. В. Беляниным и Л. Я. Косалсом — с сотрудниками российской полиции в Москве в 2011 г.

5. Методика проведённого в России экспериментального исследования склонности сотрудников полиции к коррупционному поведению

В рамках проведённого нами эксперимента по изучению склонности сотрудников полиции к коррупционному поведению мы попытались ввести некоторые методические приёмы, характерные для экономической социологии.

Мы исходили из того, что, во-первых, коррупция — это социально сконструированный феномен, который встроен в конкретный контекст деятельности и взаимоотношений той или иной социальной группы [Granovetter 2007]. Поэтому для изучения была выбрана именно полиция, а студенты были

⁹ Неправительственная международная организация по борьбе с коррупцией и исследованию уровня коррупции по всему миру, основана в 1993 г. Имеет филиалы более чем в 100 странах мира.

¹⁰ Более детальный обзор литературы приведён в: [Bobkova, Egbert 2012].

взяты в качестве контрольной группы, чтобы оценить специфику поведения полицейских в сравнении с обычными «гражданскими» людьми.

Во-вторых, целью нашего исследования было выявление социальных норм, которые регулируют коррупционное поведение в группе. Мы исходили из того, что коррупция в современной российской полиции — это не просто действия изолированных «плохих» полицейских, вымогающих взятки у населения и бизнеса, а следование определённой групповой норме, которая разделяется и поддерживается членами данной группы.

Существует множество способов исследования проблемы коррупции и мер по борьбе с ней, включая изменения в законодательстве, психологическое тестирование, опросы, фокус-группы, различные меры поощрения и наказания сотрудников. Ниже описывается методика применённого нами подхода — экспериментального исследования с использованием компьютерного класса.

Данная игра позволяет исследовать склонность сотрудников отделов внутренних дел (ОВД) к коррупционному поведению и оценить эффективность различных антикоррупционных мер, среди которых:

- реакция сотрудников ОВД на меры по борьбе с коррупцией;
- изменение поведения сотрудников при усилении наказания за коррупцию;
- изменение поведения при увеличении материального вознаграждения тех, кто отказывается от коррупционных действий;
- склонность сотрудников ОВД к коллективному противодействию антикоррупционным мероприятиям.

Особенно отметим последний из этих пунктов — «групповой эффект», или оценку склонности сотрудников ОВД к коллективному коррупционному поведению. Групповой характер коррупционных связей делает задачу борьбы с коррупцией чрезвычайно трудной, и наш подход предоставляет новые возможности выявления путей борьбы с коррупцией с учётом этой черты.

Следует также отметить, что все эти вопросы могут быть изучены без каких-либо контактов за пределами сообщества сотрудников ОВД, что позволяет контролировать доступ к информации о ходе и результатах исследования.

Проведение исследования не требует дополнительных затрат: хотя в игре присутствуют денежные величины (условные единицы, или у. е.) и цель участников в ходе игры состоит в максимизации количества выигранных у. е., никаких выплат сотрудникам ОВД не производится. Вместо этого для обеспечения стимулов к максимальным выигрышам каждый участник получает поощрение в виде количества баллов за занятие (процент к зачёту по предмету), размер которого пропорционален размеру выигрыша. Исследование проводится в компьютерном классе при помощи специальной программы, а взаимодействие участников осуществляется через компьютерный терминал, что позволяет обеспечивать анонимность участников исследования.

Данный метод не предназначен для оценки склонности к коррупции конкретных сотрудников ОВД, его основная цель — исследовать восприимчивость сотрудников ОВД как социальной группы к различным мерам по борьбе с коррупцией. С помощью предложенного метода можно также изучать поведение определённых категорий сотрудников: например, оперативных работников, сотрудников отдельных управлений и служб (ГИБДД, УБЭП и др.) в условиях проводимых реформ.

Сама игра состоит из трёх этапов.

Первый этап

В рамках первого этапа моделируется следующая ситуация:

- сотрудники ОВД получают низкую заработную плату, которая не позволяет на социально приемлемом уровне содержать себя и свою семью;
- в подразделении ОВД сложилась практика коррупционного поведения сотрудников, которые систематически используют своё служебное положение для личного обогащения, то есть получают дополнительный доход сверх положенной заработной платы, премий и прочих легальных выплат.

Поскольку получение дополнительных доходов незаконно (по имеющимся оценкам, доля законных подработок составляет незначительную часть в общем объеме дополнительных доходов, так как только малая часть сотрудников имеет возможность получать такие доходы), сотрудники ОВД должны либо смириться с низкой заработной платой, либо злоупотреблять служебным положением, рискуя попасться на получении этих доходов и быть наказанными (оштрафованными). В условиях низкой заработной платы в нынешней системе интересы сотрудников ОВД различного ранга совпадают: они получают дополнительные доходы, частью которых делятся с вышестоящими, проверяющими и др., чтобы иметь возможность получать эти доходы и далее. В результате формируется коррупционная система, поддерживая которую в интересах как «низов», так и «верхов».

Второй этап

У подразделения появляется новый руководитель (проверяющий), про которого сотрудники ОВД не знают, согласится ли он и дальше закрывать глаза на дополнительные заработки, получая от них за это определенную плату. Они могут продолжать получать нелегальные доходы, однако если они предложат плату, новый руководитель может её не взять и наказать их за получение таких доходов. Новый руководитель всегда честный, то есть никогда не берёт плату, однако его подчинённые на первых порах об этом не знают, поэтому имеют стимулы по-прежнему получать дополнительные доходы, но попадаются на этом значительно чаще, чем ранее.

Третий этап

В рамках реформы изменяются правила игры: существенно увеличивается заработка сотрудников ОВД и одновременно пропорционально растут штрафы за получение дополнительных доходов. В этих условиях сотрудники будут выбирать: продолжать ли им, как и ранее, получать дополнительные — высокие — доходы в условиях значительно возросших рисков или же отказаться от их получения в пользу не такого высокого, но всё-таки более достойного и законного дохода.

Ниже приводится описание правил и содержания игры.

Правила игры

В одной игре (сессии) участвуют сотрудники ОВД, число которых кратно пяти (10, 15, ...). Участники разбиваются на группы из пяти человек. Каждая такая группа соответствует одному подразделению, состав её не меняется на протяжении всей игры. Для соблюдения анонимности принятия решений участники не знают, кто именно из них входит в какую группу.

Перед началом каждого из трёх этапов игры ведущий раздаёт распечатанные инструкции для данного этапа, зачитывает их вслух и отвечает на вопросы. Для лучшего понимания участников вначале проводятся два тренировочных раунда, что позволяет лучше усвоить и почувствовать правила игры. Вся игра, включая инструкции и объяснения, занимает от одного до полутора часов.

Каждый этап состоит из восьми раундов. Все раунды независимы друг от друга, и выигрыши участников во всей игре определяются как сумма их выигрышей во всех раундах.

На первом этапе каждый сотрудник в начале каждого из восьми раундов получает 100 у. е. в качестве основного дохода. Кроме того, в каждом раунде каждый участник может получать дополнительный доход, размер которого определяет он сам. Для простоты предполагается, что сотрудник ОВД, злоупотребляющий властью, может диктовать его размер, то есть сколько он захотел, столько и возьмёт. Получение таких доходов может быть наказуемо, что выражается в двух формах.

Во-первых, в подразделение может прийти проверка, которая затрагивает те подразделения, где количество взяток слишком велико. В рамках игры это условие задаётся следующим образом: если сумма дополнительных доходов в какой-либо группе превысит 5000 у. е., то все пять участников этой группы получат 0 за текущий раунд, то есть лишаются и дополнительного, и основного доходов, независимо от того, какие решения принимали они в этом раунде. Такие стимулы ограничивают склонность сотрудников к коррупционному «беспределу».

Во-вторых, каждый сотрудник ОВД может быть проверен в индивидуальном порядке в конце каждого раунда. Если проверка выяснит, что этот сотрудник получал дополнительный доход, весь этот доход будет конфискован, а сотрудник ОВД дополнительно оштрафован на 50 у. е., что никак не влияет на наказания других сотрудников. В игре такая проверка носит случайный характер: вероятность того, что каждый сотрудник будет проверен, равна 0,8 и никак не связана с вероятностью проверки других, зато в случае прихода проверки она достоверно выявляет истинный размер взятки.

Сотрудники, однако, могут снизить вероятность проверки с 0,8 до 0,1 для всех членов своей группы, незаметно и независимо друг от друга вложив некоторую сумму денег в групповой фонд страховки от проверки (собрать деньги в общий фонд для платы руководителю-роверяющему), причём всё, что они вложили в этот фонд, вычитается из их итогового (общего и дополнительного) дохода за текущий раунд. Все взносы в этот фонд берутся из доходов вышедших из группы сотрудников, и если сумма взносов в страховом фонде, собранная группой, составит не менее 500 у. е., то вероятность выявления дополнительного дохода снизится с 0,8 до 0,1 для каждого участника. Это означает, что если сотрудникам удалось собрать деньги на подкуп руководителя-роверяющего, то вероятность того, что их накажут, существенно снижается. Независимость этих решений нужна для того, чтобы выявить индивидуальную склонность сотрудников к такому подкупу, в отличие от подкупа под давлением коллектива. Если сотрудники будут успешно согласовывать свои действия и «откупаться» от проверок в условиях, когда на них нельзя оказать никакого прямого давления, это тем более может происходить в реальной жизни, где такое давление более вероятно.

На первом этапе игры с такими платежами самой выгодной (чтобы заработать по максимуму) является стратегия создания общего фонда для подкупа руководителя-роверяющего: если все сотрудники получают равную долю максимального дополнительного дохода ($5000 / 5 = 1000$) и поровну скидываются на создание группового фонда, то их доход составит 895 у. е. за каждый из периодов. Если сотрудники не смогут скоординироваться и набрать 500 у. е. для создания группового фонда (чтобы снизить вероятность проверки), им разумно ничего не вносить в фонд страховки. Но тогда вероятность проверки будет высокой, а доход — заметно меньшим и составит 260 у. е. за период.

Отказ от дополнительных доходов приносит 100 у. е., а перебор этих доходов выше 5000 у. е. на группу — 0. В соответствии с этими стимулами можно сформулировать первую гипотезу.

Гипотеза 1. Сотрудники ОВД на первом этапе игры будут получать дополнительные доходы и страховаться (создавая групповые фонды), снижая вероятность проверки.

На втором этапе (следующие восемь раундов) правила игры несколько меняются. Ведущий сообщает участникам, что отныне вероятность выявления дополнительного дохода может не зависеть от группового фонда, даже если сумма взносов превысила 500 у. е., и всё равно может составить 0,8. Иначе говоря, страховка может не сработать. В случае если страховка не помогла, все взносы в фонд возвращаются и отдаются тому участнику, который их внёс, то есть он ничего не теряет, внося деньги в этот фонд, а может лишь снизить вероятность поимки. На самом деле на этом и следующем этапах страховка не срабатывает никогда, то есть взносы в этот фонд всегда целиком возвращаются, а вероятность проверки всегда составляет 0,8 при неизменных величинах штрафа и правилах получения доходов. Однако участники этого не знают, им сообщается лишь, что групповой фонд *может* не сработать. Таким образом, доход дополнительно зарабатывающих (коррумпированных) сотрудников остаётся одинаковым независимо от фонда страховки и всё равно наибольшим из возможных — 260 у. е.

Однако это утверждение не подтверждалось на практике: предварительные тесты показывали, что на этом этапе можно выдвинуть ещё одну гипотезу.

Гипотеза 2. На втором этапе будет наблюдаться рост взяток, поскольку сотрудники, которые привыкли получать высокие доходы и видят учащающиеся проверки, постараются снизить их вероятность и (или) «заработать впрок».

Наконец, на третьем этапе (последние восемь раундов) правила игры меняются ещё раз: теперь решение о получении дополнительного дохода влияет на основной доход и на штрафы. Если получение дополнительного дохода не выявлено (независимо от того, имело ли оно место на деле), основной доход сотрудника составляет 300 у. е. и добавляется к тому невыявленному дополнительному доходу, который получил данный сотрудник. Если же получение выявлено, то основной доход, как и прежде, составляет 100 у. е., весь дополнительный доход изымается, как и ранее, но штраф возрастает до 300 у. е. Вероятность выявления дополнительного дохода определяется так же, как на втором этапе игры, то есть может не зависеть от страхового фонда. Если фонд не сработал, то все взносы в него в текущем периоде возвращаются тому сотруднику, который их внёс. Теперь работа по закону становится наиболее прибыльной стратегией, поскольку она приносит 300 у. е., тогда как коррупционное поведение в любом случае даёт 0. Соответственно, мы ожидаем, что в этих условиях будет выполняться третья гипотеза.

Гипотеза 3. На третьем этапе сотрудники будут отказываться от получения дополнительных доходов и станут получать только законное вознаграждение.

6. Результаты экспериментального исследования склонности сотрудников российской полиции к дополнительным доходам (коррупции)

В апреле 2011 г. была проведена пробная игра с участием 15 сотрудников ОВД (14 слушателей Академии управления МВД России и одного преподавателя) в чине подполковника и полковника. Основные результаты игры представлены на рисунках 1 и 2.

На рисунке 1 представлены дополнительные доходы и взносы на страховку в целом. Как видно из этого рисунка, наша гипотеза 1 в целом подтверждается: фонд страховки работает на уровне в 100 у. е. и более и даже несколько растёт. Величина дополнительных доходов, оказавшись однажды завышенной,

в дальнейшем в среднем оказывается даже несколько ниже, чем возможно, то есть сотрудники ОВД не доиспользуют возможности для получения дополнительного дохода. Этот вывод тем более интересен, что предварительные эксперименты, проведённые с обычными гражданами (со студентами Высшей школы экономики), показывают, что эти последние в такой же игре оказываются в среднем даже более склонными к получению дополнительного дохода, чем сотрудники полиции. Данный факт свидетельствует против популярного в обществе стереотипа, будто сотрудники ОВД по своим личностным свойствам в большей степени склонны к коррупции, чем большинство населения страны. В условиях, когда коррупционное поведение сильно выгоднее честного, не только полицейские, но и обычные граждане будут к нему склонны, то есть коррупция порождается прежде всего не личными особенностями тех или иных общественных групп, а институциональной средой.

В то же время выяснилось, что *при отсутствии общего знания о коррупционном поведении друг друга и отсутствии сопутствующего давления сотрудники ОВД, участвовавшие в эксперименте, проявляли разную склонность к коррупции: одни из них склонны получать высокие дополнительные доходы, а другие, напротив, готовы практически полностью от них отказаться, делая выбор в пользу некоррупционного поведения, даже несмотря на то что эти доходы запредельно низкие*. Так, за все периоды наблюдений три участника ни разу не брали дополнительные доходы, ещё один не брал их в 20 случаях из 24. И, напротив, у четырёх других участников нулевые дополнительные доходы встречались не более четырёх раз. Аналогичные различия наблюдаются и в вопросах взноса в групповой фонд страховки: два участника не вносили ничего лишь раз из 24 возможных случаев, а трое других не вносили ничего в 16 случаях и более.

Взаимосвязь этих двух переменных также весьма интересна: при средней корреляции между дополнительными заработками и размерами взносов в фонд страховки, равной 0,28, этот показатель колебался от периода к периоду в диапазоне 0,08–0,89%.

В той же связи характерна и своеобразная специализация сотрудников: при том что взносы в фонд страховки означают чистый вычет из дохода конкретного участника в пользу всей группы, *некоторые из сотрудников систематически берут на себя большую часть общих затрат, то есть фактически оплачивают снижение вероятности проверки для других*. Аналогичные результаты наблюдались в играх с другими участниками (не с сотрудниками ОВД). Это означает, что когда возникла коррумпированная система, при отказе одних людей от коррупционных действий другие могут с лихвой «компенсировать» их честность своим коррупционным поведением. Так, лишь в двух случаях из 78 (считая пробные раунды) сумма дополнительных доходов по группе превышала порог в 5000 у. е., что приводит к обнулению доходов для всей группы. При этом прямые переговоры между участниками были запрещены. Всё вместе позволяет говорить о *довольно высоком уровне молчаливой координации коррупционной деятельности*. Правда, и этот вывод справедлив не только для сотрудников ОВД, но и для других участников, имеющих общие коррупционные интересы.

Это означает, что для разрушения коррумпированной системы индивидуальных усилий отдельных честных сотрудников ОВД может не хватить. Их усилия будут сведены на нет массовой активностью коррумпированных сотрудников, тогда как честные сотрудники или попадут в социальную изоляцию, или же будут вовсе отторгнуты системой. В этом случае новое устойчивое бескоррупционное состояние системы может быть достигнуто лишь согласованным массированным изменением правил игры, импульс к которому должен быть задан извне — политиками и (или) общественностью. Аналогом такого импульса в игре выступает изменение правил на третьем этапе игры, когда санкции за коррупционное поведение и вознаграждение за честность существенно возрастают. Однако и *после усиления антикоррупционных стимулов вслед за краткосрочным снижением дополнительных доходов их средний уровень вновь возрастает*. В других группах испытуемых эта тенденция выражена гораздо слабее,

что лишний раз подтверждает: переход к честному поведению отдельных сотрудников ОВД может нивелироваться недобросовестностью остальных.

Тем не менее, если такой импульс в реальности будет дан, существуют и вполне определённые основания для оптимизма. Можно выделить два таких основания.

Во-первых, результаты игры говорят о том, что сообщество сотрудников ОВД внутри весьма неоднородно по своей системе ценностей и поведению. Есть группа людей, которые не склонны «брать» ни при каких обстоятельствах, даже если условия для честной жизни становятся менее благоприятными. Даже сделав поправку на то, что не все участники эксперимента будут вести себя аналогичным образом в реальной жизни, можно предположить, что подобная тенденция к приверженности определённым принципам, по-видимому, будет проявляться и на практике.

Во-вторых, из наших результатов следует, что немалое число людей стремится к поддержанию групповых норм. Это также может служить поводом для оптимизма, так как если поведение без коррупции будет признано за норму в данном сообществе, то оно само может начать бороться с остаточными или случайными проявлениями подкупа, обеспечивая устойчивость бескоррупционного состояния системы. Ещё одним механизмом поддержания такой нормы может быть возврат к не исчезнувшему, но несколько забытому понятию «честь мундира», к ответственности за благополучие граждан, к представлениям о профессиональном долге и т. п.

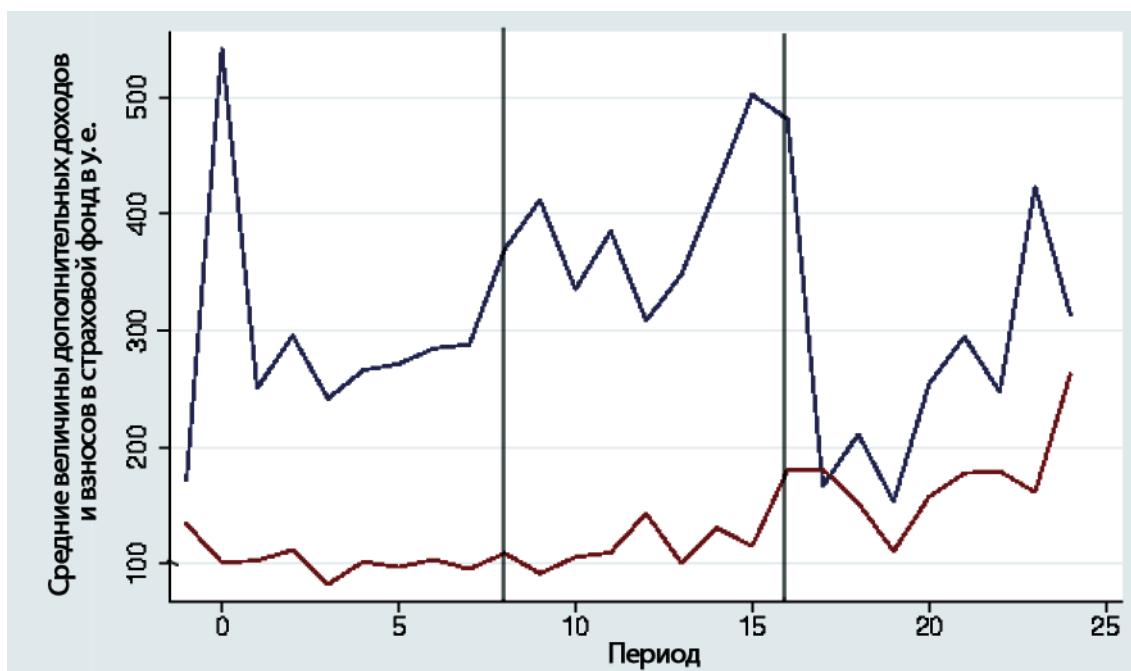


Рис. 1. Средние дополнительные доходы (синяя линия) и средние взносы в страховой фонд (красная линия).

Следующие два вывода касаются результатов изменения политики. Начиная со второго этапа, когда фонд страховки перестаёт работать, однако сотрудники этого не знают наверняка, уровень взяток в сообществе в среднем растёт с 283,4 у. е. на стадии 1 до 399,5 у. е. на стадии 2. Это подтверждает нашу гипотезу 2 о том, что на начальном этапе реальной борьбы с дополнительными доходами антикоррупционная политика может привести к росту коррупции. Наконец, находит определённое подтверждение и гипотеза 3: в заключительной стадии игры размеры запрошенных дополнительных доходов в среднем снижаются, даже хотя в конце наблюдается их определённый рост (средняя величина

дополнительных доходов на этой стадии — 257,9 у. е.), который трудно объяснить с точки зрения рациональности.

Посмотрим теперь на поведение отдельных групп участников (см. рис. 2). Как видно из этого рисунка, поведение трёх групп существенно различалось. Одна группа начинала с низких уровней коррупции и страхового фонда, однако обе эти величины неуклонно росли, несмотря на изменения условий. Отчасти это может объясняться особенностью восприятия условий игры для данной группы.

Вторая группа вела себя «рациональнее» остальных с точки зрения осуществления цели заработать по максимуму: только в этой группе суммы дополнительных доходов по группе превышали 3400 у. е. (в остальных группах составляли меньше 1500 у. е.). Эта же группа эффективнее всего расходовала средства на фонд страховки (средний взнос — 616 у. е.); наконец, именно она определила общую тенденцию к повышению взносов на втором этапе игры и к снижению на третьем. Неудивительно, что именно члены этой группы (все, кроме одного — преподавателя) оказались и лидерами по итоговым выигрышам.

Последняя группа отличалась наименьшей коррумированностью: для неё было характерно преобладание нулевых взносов.

В целом *существенные различия в поведении групп сотрудников ОВД можно назвать основной отличительной особенностью сотрудников ОВД*. Опыт работы с другими группами показывает, что они в аналогичных экспериментах в среднем проявляют даже большую склонность к получению дополнительных доходов, чем реальные сотрудники ОВД.

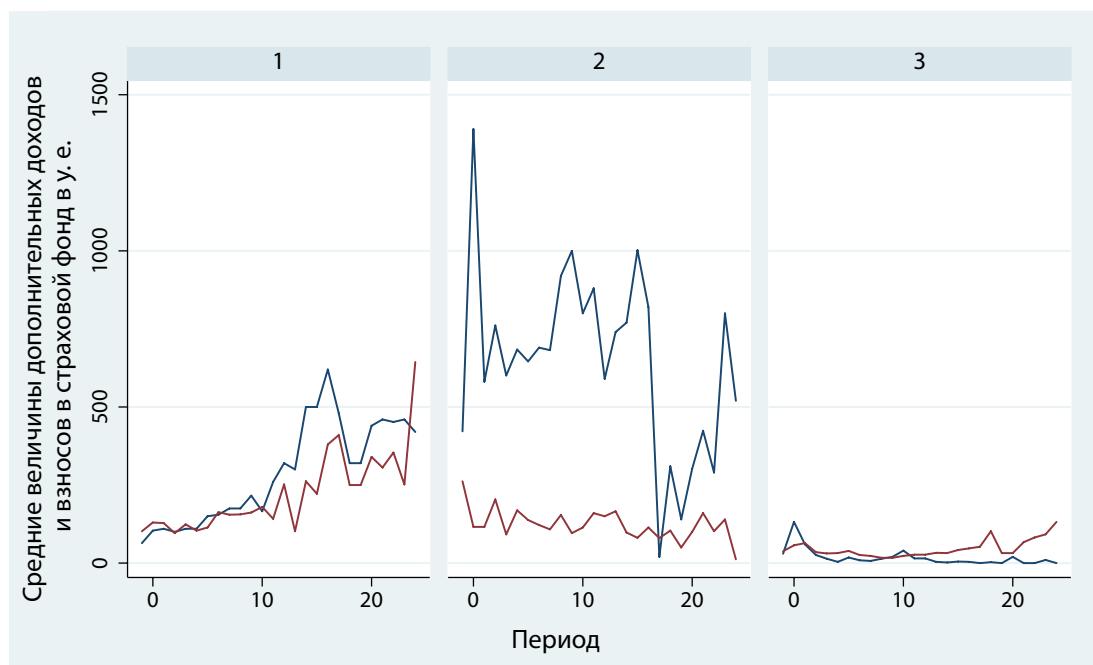


Рис. 2. Средние дополнительные доходы (синяя линия) и средние взносы в страховой фонд (красная линия) по группам

Безусловно, сделанные выводы имеют предварительный характер. Для окончательной характеристики итогов проведённой игры следует сделать ещё ряд организационных замечаний. Во-первых, экспериментальный контроль в полицейских группах оказался недостаточно сильным в силу специфики аудитории. Несмотря на неоднократные предупреждения и в начале, и в ходе игры, полицейские проявили себя как самая недисциплинированная из всех аудиторий, с которыми нам приходилось иметь дело.

Они неоднократно нарушали правила проведения эксперимента, переговаривались между собой, торопили друг друга, что искажало требование независимости принимаемых ими решений. В начале игры некоторые участники выразили несогласие с предложенным методом стимулирования. Специфика аудитории не позволяла использовать в ходе эксперимента денежные стимулы: такой дизайн неминуемо вызвал бы у администрации подозрения в попытке подкупа участников со стороны экспериментатора, поэтому в принципе был невозможен. По согласованию с преподавателями академии участники игры, получившие по итогам всех 24 раундов не менее среднего выигрыша, получили за занятие оценку «отлично», остальные — оценку «хорошо». Однако после объявления таких правил один из участников сказал: «Вы неверно представляете себе, какие у нас стимулы». Тем не менее, насколько можно судить, участники выражали заинтересованность в получении более высоких результатов и даже отстаивали своё право на более высокую оценку. При этом нельзя исключить и обратный эффект: отдельные участники намеренно занижали размеры дополнительных доходов, опасаясь, что на основе результатов игры будут сделаны выводы относительно их персональной склонности к коррупции. Эти обстоятельства могли сказаться на результатах и на понимании целей игры самими участниками. Для проверки и уточнения этих предположений требуются дополнительные игры, позволяющие получить статистически значимые результаты, исключающие элемент случайности, что требует не менее семи-восьми игр, аналогичных проведённой.

В начале игры у ряда участников возник вопрос о её целях и о том, каким образом её результаты будут использоваться в дальнейшем. По ходу игры у большинства эти вопросы, по-видимому, отпали. По окончании всем участникам был задан вопрос: «Понравилась ли вам игра?» Утвердительно на этот вопрос ответили 10 участников из 15, причём из пятерых ответивших отрицательно трое представляли последнюю группу, опоздавшую к началу игры. В самом конце участникам было объяснено, зачем проводится игра, и это объяснение явной отрицательной реакции ни у кого не вызвало. Один из участников устно проинтерпретировал её смысл: «Если платить нормальную зарплату, так и работать будут нормально».

7. Дальнейшее развитие экспериментальных исследований коррупции

Представленные результаты эксперимента имеют предварительный характер, однако они достаточно показательны, чтобы прийти к некоторым выводам. Во-первых, судя по реакции участников первой игровой сессии, предложенная нами игра в целом соответствует реальности, с которой сталкиваются сотрудники ОВД. Полученные результаты в целом поддаются объяснению и являются интересными с научной и, вероятно, с практической точки зрения. Они позволяют также сделать вывод о том, что гипотезы 1, 2 и 3 в целом подтверждаются имеющимися данными. Вместе с тем валидности полученных заключений препятствуют ограниченность выборки и известные проблемы с контролем за поведением участников эксперимента.

Полученные нами результаты подсказывают ряд новых гипотез и выводов. В целях их уточнения в дальнейшем желательно выявлять мнения как участников игры, так и преподавательского состава. Для этого можно провести опрос участников по небольшой анкете перед игрой и (или) после неё, что поможет лучше понять факторы, от которых зависят различия в поведении сотрудников ОВД.

Для полномасштабного сравнения результатов и тестирования всех гипотез необходимы расширение выборки из числа полицейских, а также сравнение результатов с поведением представителей других когорт населения, в том числе государственных служащих, не носящих погоны. Кроме того, предполагается проведение экспериментов с сотрудниками полиции других стран с целью анализа влияния институциональных и культурных факторов на неформальную экономическую деятельность полиции как в постсоциалистических (бывший СССР и Восточная Европа), так и в развитых странах.

Литература

- Abbink K. 2004. Staff Rotation as an Anti-Corruption Policy: An Experimental Study. *European Journal of Political Economy*. 20: 877–906.
- Abbink K. 2005. Fair Salaries and the Moral Costs of Corruption. In: Kokinov B. (ed.) *Advances in Cognitive Economics*. Sofia: NBU Press.
- Abbink K. 2006. Laboratory Experiments on Corruption. In: Rose-Ackerman S. (ed.) *International Handbook on the Economics of Corruption*. Cheltenham; Northampton: Edward Elgar; 418–437.
- Abbink K., Irlenbusch B., Renner E. 2002. An Experimental Bribery Game. *Journal of Law, Economics and Organization*. 18 (2): 428–454.
- Allais M. 1953. Le Comportement de l' Homme Rationnel devant le Risque: Critique des Postulats et Axiomes de l'Ecole Americaine. *Econometrica*. 21 (4): 503–546.
- Armantier O., Boly A. 2011. A Controlled Field Experiment on Corruption. *European Economic Review*. 55 (8): 1072–1082.
- Aukutsionek S., Belianin A. 2001. Quality of Forecasts and Business Performance: A Survey Study of Russian Managers. *Journal of Economic Psychology*. 22 (5): 661–692.
- Aumann R. J., Maschler M. B., Stearns R. E. 1996. *Repeated Games with Incomplete Information*. Cambridge: MIT Press.
- Axelrod R. 1984. *The Evolution of Cooperation*. New York: Basic Books.
- Barr A., Serra D. 2009. The Effects of Externalities and Framing on Bribery in a Petty Corruption Experiment. *Experimental Economics*. 12: 488–503.
- Barr A., Serra D. 2010. Corruption and Culture: An Experimental Analysis. *Journal of Public Economics*. 94: 862–869.
- Bobkova N., Egbert H. 2012. Corruption Investigated in the Lab: A Survey of the Experimental Literature. *International Journal of Latest Trends in Finance & Economic Sciences*. 2 (4) (December): 337–349.
- Camerer C. 2003. *Behavioral Game Theory: Experiments in Strategic Interaction*. Princeton: Princeton University Press.
- Cameron L. et al. 2009. Propensities to Engage in and Punish Corrupt Behavior: Experimental Evidence from Australia, India, Indonesia and Singapore. *Journal of Public Economics*. 93: 843–851.
- Drugov M., Hamman J., Serra D. 2013. *Intermediaries in Corruption: An Experiment*. Experimental Economics, in press.
- Duffy J. 2008. *Macroeconomics: A Survey of Laboratory Research*. University of Pittsburg, Dept. of Economics. Working Paper 334.

- Feltovich N. 2011. What's to Know about Laboratory Experimentation in Economics. *Journal of Economic Surveys.* 25: 371–379.
- Frank B., Schulze G. G. 2000. Does Economics Make Citizens Corrupt? *Journal of Economic Behavior and Organization.* 43: 101–113.
- Frey B. S. 1992. *Economics as a Science of Human Behaviour.* Boston: Kluwer Academic Publishers.
- Friedman D., Cassar A. 2004. *Economics Lab: An Intensive Course in Experimental Economics.* London: Routledge.
- Friedman D., Sunder Sh. 1994. *Experimental Methods: A Primer for Economists.* Cambridge: Cambridge University Press.
- Gonzales L., Gueth W., Levati V. 2007. Speeding up Bureaucrats by Greasing Them — An Experimental Study. *Homo Economicus.* 24: 5–20.
- Granovetter M. 2007. The Social Construction of Corruption. In: Nee V., Swedberg R. (eds) *On Capitalism.* Stanford: Stanford University Press; 152–172.
- Habyarimana J. et al. 2007. Why Does Ethnic Diversity Undermine Public Goods Provision. *American Political Science Review.* 101 (4): 709–725.
- Hensher D. A., Rose J., Greene W. 2005. *Applied Choice Analysis: A Primer.* New York: Cambridge University Press.
- Kagel J. H., Roth A. (eds) 1995. *The Handbook of Experimental Economics.* Princeton: Princeton University Press.
- Kaufmann D., Kraay A., Mastruzzi M. 2010. *The Worldwide Governance Indicators: Methodology and Analytical Issues.* World Bank Policy Research Working Paper. 5430.
- Kogler C. et al. 2013. Trust and Power as Determinants of Tax Compliance: Testing the Assumptions of the Slippery Slope Framework in Austria, Hungary, Romania and Russia. *Journal of Economic Psychology.* 34: 169–180.
- Lambsdorff J. G. 2002. Corruption and Rent-Seeking. *Public Choice.* 113: 97–125.
- Lambsdorff J. G. 2007. *The Institutional Economics of Corruption and Reform: Theory, Evidence and Policy.* Cambridge: Cambridge University Press.
- Levitt St., List J. 2009. Field Experiments in Economics: The Past, the Present, and the Future. *European Economic Review.* 53: 1–18.
- Marwell G., Ames R. 1979. Experiments on the Provision of Public Goods: Resources, Interest, Group-Size, and the Free-Rider Problem. *American Journal of Sociology.* 84: 335–360.
- Marwell G., Ames R. 1981. Economists Free Ride, Does Anyone Else? *Journal of Public Economics.* 15: 295–310.

- Parsons T. 1986 (1937). Power and the Social System. In: Lukes S. (ed.) *Power*. Oxford: Blackwell; 96–143.
- Plott Ch. R., Smith V. L. (eds) 2008. *Handbook of Experimental Economics Results*. Vol. 1. Amsterdam: North-Holland.
- Rapoport A. 1986. *The Origins of Violence: Approaches to the Study of Conflict*. New York: Paragon House.
- Rauch J. E., Casella A. (eds) 2001. *Networks and Markets*. New York: Russel Sage Foundation.
- Rivas M. F. 2012. An Experiment on Corruption and Gender. *Bulletin of Economic Research*. 65: 10–42.
- Roth A. E. 1995. Introduction to Experimental Economics. In: Kagel J. D., Roth A. E. (eds) *Handbook of Experimental Economics*, Princeton: Princeton University Press; 3–110.
- Roth A. E., Sotomayor M. 1990. *Two-Sided Matching: A Study in Game-Theoretic Modeling and Analysis*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Schulze G. G., Frank B. 2003. Deterrence versus Intrinsic Motivation: Experimental Evidence on the Determinants of Corruptibility. *Economics of Governance*. 4: 143–160.
- Smith V. 1982. Microeconomic System as Experimental Science. *The American Economic Review*, 72 (5): 923–925.
- Wilson J. Q., Kelling G. L. 1982. Broken Windows. The Police and Neighborhood Safety. *The Atlantic Monthly*. 249 (3) (March): 29–38.
- Zuckerman E. W. 2003. On «Networks and Markets» by Rauch and Casella (eds). *Journal of Economic Literature*. 41: 545–565.

BEYOND THE BORDERS

A. Belianin, N. Bobkova, H. Egbert, L. Kosals

Experimental Methods of Corruption Research on in Economic Theory and Sociology

BELIANIN, Alexei Vladimirovich — PhD in Economics, Assistant Professor, International College of Economics and Finance, Head, Laboratory for Experimental and Behavioural Economics, National Research University Higher School of Economics. Address: 20 Myasnitskaya str., Moscow 101000, Russian Federation.

Email: icef-research@hse.ru

BOBKOVА, Nina Vladimirovna — PhD student, Giessen University. Address: 66 Licher str., Giessen 35394, Germany.

Email: nina.bobkova@wirtschaft.uni-giessen.de

EGBERT, Henrik — Professor, Doctor, Anhalt University of Applied Sciences. Address: 28 Strenzfelder Allee (Marxhaus build.), Bernburg 06406, Germany.

Email: h.egbert@wi.hs-anhalt.de

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

Email: lkosals@hse.ru

Abstract

Corruption as social phenomenon is studied by a variety of disciplines — anthropology, criminology, development theory, economics, political science, psychology, sociology. Each of them has developed its own scientific traditions associated with different methods of collecting and analyzing empirical data, such as participant observation in anthropology or sociological interviews. In this paper we describe experimental methods, which in recent years have emerged as an important tool for interdisciplinary social analysis. In the first part of our work, we describe and confront experimental methods to other tools of social analysis, and characterize their relative strengths and weaknesses. In the second part, we turn to the experience of using experiments to study corruption and show their power and applicability whenever other methods are powerless. These conclusions are illustrated by the material of a unique laboratory study involving police officers of middle rank as experimental subjects, conducted by A. Belianin and L. Kosals in Moscow. We model corruption as a public good for potentially corrupt participants and measure their attitude towards this institution under different experimental conditions, especially those when its existence is pointless from individual and social rationality viewpoint. Our results speak in favour of combination of various research tools and methodologies for the study of complex social phenomena.

Keywords: experiment; research methods; corruption; public good; police; interdisciplinary studies.

References

- Abbink K. (2004) Staff Rotation As an Anti-Corruption Policy: An Experimental Study. *European Journal of Political Economy*, vol. 20, pp. 877–906.
- Abbink K. (2005) Fair Salaries and the Moral Costs of Corruption. *Advances in Cognitive Economics* (ed. B. Kokinov), Sofia: NBU Press.
- Abbink K. (2006) Laboratory Experiments on Corruption. *International Handbook on the Economics of Corruption* (ed. S. Rose-Ackerman), Cheltenham; Northampton: Edward Elgar, pp. 418–437.

- Abbink K., Irlenbusch B., Renner E. (2002) An Experimental Bribery Game. *Journal of Law, Economics and Organization*, vol. 18, no 2, pp. 428–454.
- Allais M. (1953) Le Comportement de l'Homme Rationnel devant le Risque: Critique des Postulats et Axiomes de l'Ecole Americaine. *Econometrica*, vol. 21, no 4 (Oct.), pp. 503—546.
- Armantier O., Boly A. (2011) A Controlled Field Experiment on Corruption. *European Economic Review*, vol. 55, no 8, pp. 1072–1082.
- Aukutsionek S., Belianin A. (2001) Quality of Forecasts and Business Performance: A Survey Study of Russian Managers. *Journal of Economic Psychology*, vol. 22, no 5, pp. 661–692.
- Aumann R. J., Maschler M. B., Stearns R. E. (1996) *Repeated Games with Incomplete Information*, Cambridge: MIT Press.
- Axelrod R. (1984) *The Evolution of Cooperation*, New York: Basic Books.
- Barr A., Serra D. (2009) The Effects of Externalities and Framing on Bribery in a Petty Corruption Experiment. *Experimental Economics*, vol. 12, pp. 488–503.
- Barr A., Serra D. (2010) Corruption and Culture: An Experimental Analysis. *Journal of Public Economics*, vol. 94, pp. 862–869.
- Bobkova N., Egbert H. (2012) Corruption Investigated in the Lab: A Survey of the Experimental Literature. *International Journal of Latest Trends in Finance & Economic Sciences*, vol. 2, no 4 (December), pp. 337–349.
- Camerer C. (2003) *Behavioral Game Theory: Experiments in Strategic Interaction*. Princeton: Princeton University Press.
- Cameron L., Chaudhuri A., Erkal N., Gangadharan L. (2009) Propensities to Engage in and Punish Corrupt Behavior: Experimental Evidence from Australia, India, Indonesia and Singapore. *Journal of Public Economics*, vol. 93, pp. 843–851.
- Drugov M., Hamman J., Serra D. (2013) *Intermediaries in Corruption: An Experiment*. Experimental Economics, in press.
- Duffy J. (2008) *Macroeconomics: A Survey of Laboratory Research*. University of Pittsburg, Dept. of Economics, Working Paper, no 334.
- Feltovich N. (2011) What's to Know about Laboratory Experimentation in Economics. *Journal of Economic Surveys*, vol. 25, pp. 371–379.
- Frank B., Schulze G. G. (2000) Does Economics Make Citizens Corrupt? *Journal of Economic Behavior and Organization*, vol. 43, pp. 101–113.
- Frey B. S. (1992) *Economics as a Science of Human Behaviour*, Boston: Kluwer Academic Publishers.
- Friedman D., Cassar A. (2004) *Economics Lab: An Intensive Course in Experimental Economics*, London: Routledge.

- Friedman D., Sunder Sh. (1994) *Experimental Methods: A Primer for Economists*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Gonzales L., Gueth W., Levati V. (2007) Speeding up Bureaucrats by Greasing Them — An Experimental Study. *Homo Economicus*, vol. 24, pp. 5–20.
- Granovetter M. (2007) The Social Construction of Corruption. *On Capitalism* (eds. V. Nee, R. Swedberg), Stanford: Stanford University Press, pp. 152–172.
- Habyarimana J., Humphreys M., Posner D., Weinstein J. (2007) Why Does Ethnic Diversity Undermine Public Goods Provision. *American Political Science Review*, vol. 101, no 4, pp. 709–725.
- Hensher D. A., Rose J., Greene W. (2005) *Applied Choice Analysis: A Primer*, New York: Cambridge University Press.
- Kagel J. H., Roth A. (eds) (1995) *The Handbook of Experimental Economics*, Princeton: Princeton University Press.
- Kaufmann D., Kraay A., Mastruzzi M. (2010) *The Worldwide Governance Indicators: Methodology and Analytical Issues*. World Bank Policy Research Working Paper, no 5430.
- Kogler C., Batrancea L., Nichita A., Pantya J., Belianin A., Kirchler E. (2013) Trust and Power as Determinants of Tax Compliance: Testing the Assumptions of the Slippery Slope Framework in Austria, Hungary, Romania and Russia. *Journal of Economic Psychology*, no 34, pp. 169–180.
- Lambsdorff J. G. (2002) Corruption and Rent-Seeking. *Public Choice*, vol. 113, pp. 97–125.
- Lambsdorff J. G. (2007) *The Institutional Economics of Corruption and Reform: Theory, Evidence and Policy*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Levitt St., List J. (2009) Field Experiments in Economics: The Past, the Present, and the Future. *European Economic Review*, vol. 53, pp. 1–18.
- Marwell G., Ames R. (1979) Experiments on the Provision of Public Goods: Resources, Interest, Group-Size, and the Free-Rider Problem. *American Journal of Sociology*, vol. 84, pp. 335–360.
- Marwell G., Ames R. (1981) Economists Free Ride, Does Anyone Else? *Journal of Public Economics*, vol. 15, pp. 295–310.
- Parsons T. (1986 [1937]) Power and the Social System. *Power* (ed. R. Lukes), Oxford: Blackwell, pp. 96–143.
- Plott Ch. R., Smith V. L. (eds) (2008) *Handbook of Experimental Economics Results*. Vol. 1, Amsterdam: North-Holland.
- Rapoport A. (1986) *The Origins of Violence: Approaches to the Study of Conflict*. New York: Paragon House.
- Rauch J. E., Casella A. (eds) (2001) *Networks and Markets*. New York: Russel Sage Foundation.

- Rivas M. F. (2012) An Experiment on Corruption and Gender. *Bulletin of Economic Research*, vol. 65, pp. 10–42.
- Roth A. E. (1995) Introduction to Experimental Economics. *Handbook of Experimental Economics* (eds. J. D. Kagel, A. E. Roth), Princeton: Princeton University Press, pp. 3–110.
- Roth A. E., Sotomayor M. (1990) *Two-Sided Matching: A Study in Game-Theoretic Modeling and Analysis*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Schulze G. G., Frank B. (2003) Deterrence versus Intrinsic Motivation: Experimental Evidence on the Determinants of Corruptibility. *Economics of Governance*, no 4, pp. 143–160.
- Smith V. (1982) Microeconomic System as Experimental Science. *The American Economic Review*, vol. 72, no 5, pp. 923–925.
- Wilson J. Q., Kelling G. L. (1982) Broken Windows. The Police and Neighborhood Safety. *The Atlantic Monthly*, vol. 249, no 3 (March), pp. 29–38.
- Zuckerman E. W. (2003) On “Networks and Markets” by Rauch and Casella (eds). *Journal of Economic Literature*, vol. 41, pp. 545–565.

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ОБЗОРЫ

Т. С. Карабчук, М. В. Никитина, В. П. Ремезкова, Н. Э. Соболева

Как оценить стоимость человеческой жизни?¹



КАРАБЧУК Татьяна Сергеевна — кандидат социологических наук, доцент кафедры экономической социологии, заместитель заведующего Лабораторией сравнительных социальных исследований, старший научный сотрудник Лаборатории экономико-социологических исследований Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики». Адрес: 101000, Россия, Москва, ул. Мясницкая, д. 20.

Email: tkarabchuk@hse.ru

Статья посвящена методам оценки стоимости человеческой жизни, что актуально не только для практических задач (определение размера компенсационных выплат, деятельности страховых служб и т. д.), но и для увеличения ощущения безопасности и стабильности в обществе, так как страховые механизмы связаны со смягчением рисков и уверенностью в завтрашнем дне. В статье проанализированы основные подходы к оценке стоимости человеческой жизни и представлены ряд экспертных оценок стоимости жизни в России и других странах. Согласно концепции человеческого капитала стоимость человеческой жизни косвенно выявляется через уровень образования и активность на рынке труда. Альтернативный подход — «показатель стоимости среднестатистической жизни человека» — строится на анализе тех решений, при принятии которых людям приходится взвешивать стоимость собственной жизни. Кроме того, стоимость человеческой жизни может оцениваться с помощью экономического ущерба от потери здоровья и от смертности трудоспособного населения, от размера государственных компенсационных выплат, от оценки стоимости жизни страховыми компаниями. Кроме того, авторы проводят международные сравнения стоимости человеческой жизни в России и других странах по разным методикам. По индексу человеческого развития Россия находится наравне с такими странами, как Румыния и Кувейт. По показателю среднестатистической жизни стоимость человеческой жизни в России крайне мала и сопоставима с аналогичными показателями развивающихся стран Азии. По страхованию жизни и оценкам ущерба в результате аварии или несчастного случая Россия также занимает сравнительно низкое место в списке стран. Социальные и экономические последствия недооценки человеческой жизни в России достаточно серьёзны. Низкая ценность человеческой жизни в государстве показывает, насколько оно дорожит своими гражданами, и означает, что оно не будет вкладывать большие средства в увеличение продолжительности и безопасности их жизни.

Ключевые слова: человеческая жизнь; стоимость человеческой жизни; человеческий капитал; страхование; смертность; государственная политика; Россия.

Введение

Верно ли, что человеческая жизнь бесценна? Попытки дать ей количественную денежную оценку часто наталкиваются на моральное сопротивление, поскольку жизнь не является рыночным товаром, который имеет чётко опре-

¹ В данной научной работе использованы результаты проекта «Социологические исследования современных российских рынков», выполненного в рамках Программы фундаментальных исследований НИУ ВШЭ в 2014 г.



НИКИТИНА Марина Владимировна — магистр социологии, главный специалист отдела кадров ЗАО «Газпромнефть Московский завод смазочных материалов». Адрес: 141191, Россия, Московская область, г. Фрязино, ул. Озёрная, д. 6а.

Email: m.marinanikitina@gmail.com



РЕМЕЗКОВА Виктория Павловна — стажёр-исследователь Лаборатории сравнительных социальных исследований, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики». Адрес: 101000, Россия, Москва, ул. Мясницкая, д. 20.

Email: victoria.remezkova@mail.ru

делённую стоимость. В связи с этим возникает вопрос: зачем вообще нужно оценивать стоимость человеческой жизни? Дело в том, что представление о жизни людей как о бесценной приводит к замалчиванию темы стоимости человеческой жизни, что на государственном уровне служит хорошим оправданием бездействия. Например, суммы компенсационных выплат семьям погибших становятся крайне низкими вследствие наличия у государства таких отговорок, что жизнь погибшего аморально измерять в деньгах. Следствием подобного подхода является то, что государство перестаёт считать нужным вкладываться в увеличение безопасности жизнедеятельности своих граждан (транспортной, производственной и т. д.), поскольку не несёт значительных издержек в случае их смерти.

Оценка стоимости человеческой жизни нужна для проведения современной «продуманной» адекватной государственной политики в области компенсационных выплат семьям погибших вследствие различных аварий, катастроф, террористических актов и других чрезвычайных ситуаций. Она требуется государству и для разработки мер безопасности, политики в области здравоохранения и деятельности аварийных служб. Кроме того, оценка стоимости человеческой жизни необходима для функционирования систем страхования жизни и здоровья [Куклин, Шипицына, Нифантова 2012].

Высокая цена человеческой жизни, закреплённая документально, стимулирует государственные мероприятия по сокращению смертности, повышению дорожной и производственной безопасности, более эффективное здравоохранение и т. д. Оценка стоимости человеческой жизни в том или ином государстве показывает, какой объём средств оно готово вложить в увеличение безопасности во всех сферах жизнедеятельности, в нейтрализацию опасных факторов и минимизацию рисков [Трунов, Айвар, Харисов 2006].

В данной статье даётся анализ различных попыток оценить стоимость человеческой жизни в России в контексте международных сравнений. Мы представим и сравним разные подходы к определению цены жизни в России и за рубежом и саму стоимость жизни в разных странах.

Как оценить стоимость человеческой жизни? Одним из возможных подходов является оценка стоимости человеческой жизни через теорию человеческого капитала. Второй подход, именуемый «показатель стоимости среднестатистической жизни человека», критикует эту теорию за чрезмерное внимание, уделяемое трудовому аспекту жизни человека. Чтобы избежать подобной неоправданной редукции, было предложено оценивать стоимость жизни через анализ тех решений, при принятии которых людям приходится самостоятельно определять количественное выражение ценности своей жизни. Согласно этому подходу ценность жизни можно вычислить, зная, насколько выше цена автомобилей «с усиленной безопасностью» или насколько больше оплата труда людей, работающих на опасном производстве. В настоящее время в России нет единого метода подсчёта стоимости человеческой жизни, но указанные подходы всё же позволяют дать примерные оценки, которые затем будут сопоставлены с зарубежными показателями. Это позволит сделать вывод о том, насколько ценится человеческая жизнь в России.



Российский опыт

Оценка с точки зрения теории человеческого капитала

Экономической концепцией, в рамках которой чаще всего рассматривается проблема оценки стоимости человеческой жизни, является теория человеческого капитала [Shultz 1968; Becker 1975; Корчагин 2011; Капелюшников 2012].

Что такое человеческий капитал? Согласно определению Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР), под человеческим капиталом понимаются «знания, навыки, умения и способности, воплощённые в людях, которые позволяют им создавать личное, социальное и экономическое благосостояние» [Капелюшников 2012: 6–7]. Так, человеческий капитал страны репрезентирует уровень развития её населения и представляет собой ресурс, который может использоваться в целях достижения устойчивого развития страны как в социальном, так и в экономическом плане.

Накопление человеческого капитала особенно важно для нашей страны с её ресурсной экономикой (см.: [Bravo-Ortega, Gregorio 2005; Волчкова, Суслова 2008]), причём некоторые учёные определяют рост человеческого капитала как самый важный фактор развития экономики страны [Leamer et al. 1999]. Оценка человеческого капитала и механизмы стимулирования его накопления являются поэтому одной из самых приоритетных задач для государства.

СОБОЛЕВА Наталья Эдуардовна — кандидат социологических наук, научный сотрудник Лаборатории сравнительных социальных исследований, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики». Адрес: 101000, Россия, Москва, ул. Мясницкая, д. 20.

Email: nsoboleva@hse.ru

По утверждению некоторых экспертов, качество российского человеческого капитала снижается. Причём это снижение обусловлено в большей степени не недостатками образовательной системы, а отсутствием спроса на квалифицированные кадры во многих секторах экономики, непрозрачной конкуренцией при отборе на должность, низкой заработной платой и несоответствием между подготовкой кадров в вузах и реальным спросом на рынке труда [Зарецкий, Иванова 2009: 175]. Такой вывод подтверждается тем фактом, что значение непосредственного индекса человеческого капитала (интегрального показателя), измеряемого через достижения страны в образовании, здравоохранении, охране трудовой деятельности и создании благоприятных условий развития человека, в России относительно высок и составляет 62,15 [Зарецкий, Иванова 2009], тогда как в США он равен 76,30, в Корее — 79,46. В то же время индекс, показывающий ситуацию с инновационно-инвестиционной деятельностью в стране, в России чрезвычайно низок и составляет 3,50 по сравнению с 65,80 в США и 87,00 в Корее. Таким образом, при неплохом развитии сфер образования, здравоохранения и охраны труда в России наблюдается очевидный недостаток инновационной деятельности. А недостаточное развитие инновационного производства ведёт к снижению конкурентоспособности, к низкой производительности труда и высоким издержкам производства наряду с низким уровнем жизни населения и прочими социально-экономическими последствиями для страны [Зарецкий, Иванова 2009: 176]. Приведённые индексы человеческого капитала и инновационной деятельности говорят о том, что человеческий

капитал в России есть, но не используется, тогда как в экономиках развитых стран именно он является основной движущей силой совершенствования экономики и социальной сферы.

Таким образом, проведение исследований, посвящённых российскому человеческому капиталу, представляется необходимым для экономического и социального роста страны. Начнём с оценки стоимости человеческого капитала России.

Основополагающей работой, в которой проводится анализ стоимости человеческого капитала в России по методу Джоргенсона—Фраумени на данных переписей населения 2002 и 2010 гг., можно назвать исследование Р. И. Капелюшникова «Сколько стоит человеческий капитал России?» [Капелюшников 2012]. В оценку были включены такие показатели, как вероятность дожития, уровни занятости, заработной платы, образования, коэффициенты зачисления в вузы, ряд ценовых аспектов, норма дисконтирования и ожидаемые темпы прироста реальной заработной платы.

По оценкам Р. И. Капелюшникова, «каждый россиянин владеет в среднем человеческими активами в размере примерно 6 млн рублей», а общая стоимость человеческого капитала нашей страны превосходит 600 трлн рублей [Капелюшников 2012: 60]. Причём по этому показателю «богаче» оказываются мужчины, представители более молодых возрастов (нежели пожилые) и люди с более высоким уровнем образования. В целом по степени оснащённости человеческим капиталом Россия отстает от развитых стран (например, от США), тем не менее значительно опережает постсоциалистические страны (такие как, например, Польша или Румыния). И за последнее время, в 2002–2010 гг., российский человеческий капитал увеличился более чем вдвое. Как пишет Капелюшников, «основным драйвером повышения ценности российского человеческого капитала выступал стремительный рост реальной заработной платы, наблюдавшийся на большем протяжении 2000-х годов» [Капелюшников 2012: 61].

О повышении ценности человеческого капитала в России свидетельствует и работа И. О. Мальцевой «Трудовая мобильность и стабильность: насколько высока отдача от специфического человеческого капитала в России?» [Мальцева 2009]. Автор анализирует ценность накопленного специфического человеческого капитала (знания и навыки, полученные на конкретном предприятии) на российском рынке труда, которая измеряется оценкой отдачи от специфического стажа. В данном исследовании показано, насколько работодатели в нашей стране ценят человеческие ресурсы, а также представлено изменение этих оценок в течение 2000–2010 гг. Основной вывод состоит в том, что до 2005 г. специфический человеческий капитал не имел никакой ценности, однако затем ситуация изменилась: уровень заработной платы начал расти пропорционально стажу на одном предприятии (чем больше стаж, тем выше зарплата). Так, можно увидеть тенденцию к возрастанию ценности человеческого капитала в качестве ресурса для развития.

Нетрудно заметить, что концепт человеческого капитала делает явный акцент на трудовой деятельности индивида, имея склонность игнорировать другие аспекты его жизни. Понимание этого недостатка привело к возникновению альтернативных методов измерения ценности человеческой жизни.

Показатель стоимости среднестатистической жизни человека

Сергей Гуриев в книге о мифах экономики доказывает, что утверждение о бесценности человеческой жизни является заблуждением, и делает попытку дать ей количественную оценку [Гуриев 2010]. Он критикует подход, согласно которому цена жизни равна величине человеческого капитала, поскольку в этом случае получается, что «жизнь одного миллиардера стоит столько же, сколько жизнь всех жителей небольшого города, вместе взятых» [Гуриев 2010: 34]. Кроме того, профессиональная деятельность, являющаяся сутью человеческого капитала, это лишь некоторая составляющая человеческого существования.

Автор предлагает методологию оценки «стоимости среднестатистической жизни», широко используемую в последнее время во многих странах. Она строится на анализе тех решений, при принятии которых людям приходится взвешивать стоимость собственной жизни. Так, «цену жизни можно вычислить, зная, например, насколько дороже более безопасные автомобили в сравнении с обычными или насколько выше заработка платят у тех, кто работает на опасном производстве» [Гуриев 2010: 34].

Сергей Гуриев с сожалением отмечает, что в России использование этой методологии пока невозможно ввиду отсутствия качественных микроэкономических данных, однако всё же пробует дать некоторую оценку, используя американские данные и сопоставляя полученные результаты с оценками менее развитых стран. В итоге на 2008 г. жизнь россиянина в среднем оценивается в диапазоне 2–4,5 млн долл. (60–135 млн руб.) [Гуриев 2010: 35].

Стоит отметить, что существует условный экономический показатель, с помощью которого оценивается стоимость среднестатистической жизни человека. Он необходим для назначения различных компенсационных выплат, для определения размера страховых сумм и т. п. А. А. Быков произвёл оценку этого показателя по разным методам, и в итоге усреднённое значение по нескольким подходам оказалось равным около 50 млн руб. [Быков 2007: 186].

В 2005 г. рядом организаций были разработаны «Методические рекомендации по экономической оценке показателей ущерба здоровью населения, обусловленного воздействием факторов среды обитания человека», согласно которым сокращение продолжительности жизни в результате смерти (1 человеко-год) в России приносит ущерб в размере 0,6 млн руб., а смерть в результате аварии или несчастного случая оценивается в 11 млн руб. [Быков 2007: 184].

Экономический ущерб от смертности трудоспособного населения

До недавнего времени в России не принято было задаваться вопросом об экономическом ущербе от смертности трудоспособного населения, который в первую очередь отрицательно оказывается на валовом внутреннем продукте страны (ВВП). Однако сегодня появляются публикации на эту тему. В частности, в ходе одного из исследований был произведен анализ экономического ущерба от инфаркта миокарда (показатель смертности по этой причине в России превышает 19%) [Филиппова 2011]. В итоге «суммарный экономический ущерб, обусловленный инфарктом миокарда, составил 57,8 млрд руб., что составляет 0,2% всего ВВП, произведенного в России в 2009 г., или финансовый результат труда 130 тыс. человек в течение года» [Филиппова 2011]. Смерть в трудоспособном возрасте может произойти по целому ряду причин, и, следовательно, экономический ущерб будет намного больше.

Как отмечается в работе «Оценка экономического ущерба в результате смертности населения от несчастных случаев, отравлений и травм» [Шмаков 2003], в случае смерти работника необходимо учитывать не только явные экономические потери (спад производительности, выплаты семье и т. п.), но и потерянную стоимость самой жизни, то есть «стоимость количества лет, которые человек не дожил до возраста средней продолжительности жизни» [Шмаков 2003: 379]. Например, если человек умер в возрасте 45 лет, то он не дожил до возраста своей «естественной смерти» 20 лет (исходя из средней продолжительности жизни в России). Если оценивать один год жизни в среднем в 20 517 руб., то стоимость потерянных лет составит 410,3 тыс. руб. [Прохоров 2007].

Оценка стоимости жизни в российском законодательстве

В России на законодательном уровне закреплена процедура выплаты компенсации (так называемое вменённое законом социальное страхование) из государственного бюджета в случае смерти представи-

телей ряда профессий, в частности, военнослужащих, работников органов внутренних дел и др. Семьям последних, например, выплачивается сумма, эквивалентная зарплате за 15 лет работы (около 4 млн руб.). Кроме того, законодательно установлена компенсация, выплачиваемая семье погибшего на производстве (в 2007 г. она составляла 46,9 тыс. руб.) [Быков 2007: 189].

Журналисты «Российской газеты» попытались выяснить, кто принимает решение о выплате компенсации в случае смерти человека в чрезвычайной ситуации [Баршев 2005]. Оказалось, что средства на компенсации берутся из местных бюджетов, а их размер определяется эмпирически, то есть исходя из имеющихся в бюджете средств и выплат по предыдущим аналогичным происшествиям. Таким образом, никакой единой методики оценки в нашей стране не существует; получается, что ценность человеческой жизни зависит от размера располагаемого бюджета. Далее сумма утверждается в ряде вышестоящих организаций. Если размер компенсации не закреплён законодательно (в случае, например, гибели военнослужащего или шахтёра), государство старается минимизировать свои расходы, поэтому большую компенсацию получить крайне сложно. Чаще всего в таких случаях требуются выплаты за моральный ущерб с причинителя вреда. Стоит отметить, что чем масштабнее катастрофа и чем больше её огласка и обсуждения в прессе, тем, как правило, выше размер государственных выплат пострадавшим.

В работе И. А. Кручининой и соавторов был выполнен обзор сумм компенсационных выплат пострадавшим в различных катастрофах, авариях и терактах в 1999–2001 гг. В среднем размер выплат составил около 10,7 тыс. долл. (примерно 321 тыс. руб.) на человека [Кручинина et al. 2003]. В статье «Цена человека» приводятся более актуальные данные. В частности, родственникам потерпевших в результате теракта на Дубровке в октябре 2002 г. было выплачено по 327 тыс. руб. За каждого погибшего при теракте в бесланской школе в сентябре 2005 г. получена компенсация в размере 1 млн руб. — столько же, сколько при двойном теракте в московском метро в 2010 г. После теракта в аэропорту «Домодедово» семьи погибших получили от государства сумму в 3 млн руб. [Руденко 2011].

Оценка стоимости жизни страховыми компаниями

Что касается добровольного страхования жизни, то в нашей стране его суммы значительно колеблются (от 30 тыс. до 150 млн руб. [Быков 2007: 190]) и зависят от множества различных факторов, а именно от длительности страхования (5 лет, 20 лет или больше); от степени ущерба, нанесённого здоровью; от возраста, пола, образа жизни, профессии, состояния здоровья. В частности, поскольку женщины, по статистике, живут дольше, они платят меньше, чем мужчины. Мужчины после 40 лет попадают в «группу риска», и для них стоимость страховых взносов возрастает примерно на 10%.

Как полагает автор статьи «Цена человека», напечатанной в журнале «КоммерсантЪ. Деньги», «оценка справедливой стоимости человеческой жизни в России заметно превосходит размер возмещений, которые предполагаются для пострадавших и их семей при несчастных случаях на производстве и на транспорте» [Руденко 2011]. Например, Фонд социального страхования выплачивает в случае смерти работника на производстве 64,4 тыс. руб., в то время как по страховому полису ОСАГО в случае смерти водителя его родственникам полагается сумма, не превышающая 160 тыс. руб. В случае же авиакатастрофы родственникам погибших компания-перевозчик выплачивает компенсацию в размере 2 млн руб. Автор статьи отмечает также, что если размер выплат не обозначен специальным постановлением государства, то родственники погибшего могут обратиться в суд, и в этом случае размер компенсации чаще всего значительно увеличивается.

Согласно последнему исследованию, проведённому Центром стратегических исследований страховой компании «Росгосстрах» в феврале — марте 2013 г., стоимость человеческой жизни в России составляет 3,6 млн руб., в то время как полная потеря трудоспособности оценивается в 3,4 млн руб. Кроме

того, стоимость жизни выросла на 100 тыс. руб. по сравнению с 2012 г. Оценка была произведена с помощью опроса почти 4000 респондентов о том, какую цену они считают справедливой в качестве компенсации родственникам за смерть человека; аналогичным образом оценивался и размер выплаты в случае потери трудоспособности [Стоймость человеческой жизни 2013].

Косвенные оценки

Когда идёт речь о стоимости жизни, чаще всего подразумевается та цена, которую выплатит страховая компания в случае смерти. Однако цену назначают не только при страховании жизни человека. Ещё одной сферой «покупки-продажи» человеческих ресурсов является профессиональный командный спорт, в частности, футбол. Например, самый дорогой игрок — Лионель Месси (футбольный клуб (ФК) «Барселона», Испания) — оценивается в 120 млн евро, а самый дорогостоящий российский футболист — Алан Дзагоев (ФК «ЦСКА») — в 25 млн евро². От чего же зависит эта сумма? К. Л. Поляков и Л. В. Жукова проанализировали способы формирования цен трансферов игроков в профессиональном футболе [Поляков, Жукова 2013] и выявили наиболее значимое влияние на цену трансфера следующих факторов:

- возраст игрока (с возрастом цена снижается, наиболее высокая цена наблюдается в так называемый пик карьеры);
- спортивные достижения (с возрастом их влияние на цену убывает);
- «уровень публичности» футболиста (чем больше о нем упоминаний в Интернете, тем более он публичен и тем выше его цена).

Ещё одной областью, где человеку назначают «цену», являются заказные убийства: «Судя по сообщениям соответствующих органов, цена жизни (или умерщвления) на рынке заказных убийств колеблется от нескольких сотен до нескольких тысяч долларов в зависимости от статуса жертвы и финансовых запросов убийцы» [Лексин 2010: 154]. Конечно, в этом случае вряд ли уместно вести речь о значимой доле экономических соображений выгоды и полезности — на этом рынке свои законы. Однако налицо ещё один метод оценки человеческой жизни, отличный от указанных выше: чем выше статус жертвы и сложнее выполнить «заказ», тем выше цена.

Помимо оценки стоимости смерти, фигурируют попытки оценки стоимости человеческой жизни. Как полагает В. Н. Лексин, её можно измерить стоимостью вынашивания ребёнка суррогатной матерью: по данным, почерпнутым из Интернета, в 2007–2008 гг. в Москве и Санкт-Петербурге она колебалась от нескольких тысяч до сотен тысяч долларов [Лексин 2010: 154].

До сих пор мы анализировали ценность человеческой жизни в России, теперь перейдём к рассмотрению этого концепта в международном контексте.

Международные сравнения

Мы рассмотрели подходы к оцениванию стоимости человеческой жизни в России. А что происходит в других странах? Как там оценивается человеческая жизнь, и сколько она стоит? Есть ли различия в методах оценки самой стоимости жизни в России и странах Запада? Проанализируем ситуацию в других странах с помощью подходов к измерению стоимости жизни, выделенных в начале работы: с помощью теории человеческого капитала и оценки стоимости среднестатистической жизни.

² По данным сайта Transfermarkt; см.: URL: www.transfermarkt.de/en/default/marktwerte/basics.html

Оценки с точки зрения теории человеческого капитала

В докладах о человеческом развитии ООН даются оценки уровня развития страны, включающие ожидаемую продолжительность жизни при рождении, среднюю продолжительность обучения, ожидаемую продолжительность обучения и валовой национальный доход на душу населения. Согласно рейтингу стран по индексу человеческого развития за 2012 г., Россия занимает 55-е место (индекс равняется 0,788), и хотя она относится к странам с достаточно высоким уровнем человеческого развития, всё же намного отстает от лидеров: соседями России в рейтинге являются Кувейт (0,790) и Румыния (0,786). Первое место занимает Норвегия (0,955), последние (186-е и 187-е) — Демократическая Республика Конго и Нигер (0,304) [United Nations Development Programme 2013: 144–147].

Однако с помощью индекса человеческого развития измеряется, скорее, не индивидуальная стоимость человеческой жизни, а стоимость жизни в стране в целом.

Попытка сравнительного анализа измерения индивидуального человеческого капитала делается в докладе Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) 2011 г. Для оценки человеческого капитала за основу берётся подход расчёта дохода в течение жизни (*lifetime income approach*) [Boarini, d'Ercole, Liu 2012]. Анализ проводился в 15 странах (Австралия, Великобритания, Дания, Израиль, Испания, Италия, Канада, Корея, Нидерланды, Новая Зеландия, Норвегия, Польша, Румыния, США, Франция). К сожалению, Россия осталась без внимания из-за недоступности необходимых данных для выполнения расчётов.

В докладе ОЭСР оценивается только работа на рынке труда (работа в домохозяйстве не учитывается). Верхняя граница возраста на рынке труда составляет 65 лет. Таким образом, расчёты строились для лиц в возрасте 15–64 года, при этом выделялись два возрастных интервала жизни человека: 15–40 лет, когда люди могут и работать, и учиться; 40–64 года, когда они могут только работать. При расчёте дисконтированной величины пожизненных заработков (для лиц определённого возраста с определённым образованием) использовались следующие показатели:

- вероятность быть занятым;
- текущие заработки;
- дисконтированная величина пожизненных заработков у лиц с этим образованием на один год старше;
- годовой темп прироста реальных заработков;
- норма дисконтирования.

Для лиц 15–40 лет дополнительно учитывались следующие показатели:

- доля лиц в данном возрасте с данным образованием, получающих образование следующего уровня;
- число лет в учебных заведениях, дающих более высокий уровень образования;
- число лет в учебных заведениях, дающих образование этого уровня.

Ко всем группам по уровню образования применялись одинаковые коэффициенты дожития. Значение нормы дисконтирования составляло 4,58%.

Сильнее всего уровень человеческого капитала различается по образовательным группам (первичное, вторичное и третичное образование). Наибольший разрыв характерен для Польши (коэффициент Джинни, рассчитанный на основе групповых данных, равен 0,35), наименьший — для Нидерландов и

Израиля (0,20). Самая большая разница между тремя возрастными группами (15–34 года, 35–54 года, 55–64 года) имеет место в Италии (0,20), самая маленькая — в Новой Зеландии и Дании (0,05–0,006).

Что касается общей динамики человеческого капитала, то в 1997–2007 гг. запасы увеличивались. Самый большой прирост был отмечен в Новой Зеландии (14%), самый маленький — во Франции, Италии, Южной Корее (2%).

Оценка стоимости среднестатистической жизни

В западной литературе большое внимание уделено показателю оценки стоимости средней статистической жизни (*value of statistical life*) (см.: [Viscusi, Aldy 2003; Ashenfelter 2006] и др.). В США оценки стоимости среднестатистической жизни рассчитывают целый ряд организаций: Агентство по защите окружающей среды (US Environmental Protection Agency), Служба экономических исследований Департамента сельского хозяйства США (Economic Research Service of the US Department of Agriculture, USDA) и Администрация питания и лекарств США (the US Food and Drug Administration). В 2011 г. Агентство по защите окружающей среды оценило жизнь одного американца в 9,1 млн долл. США, Администрация питания и лекарств — в 7,9 млн долл. США, Департамент транспорта (Department of Transport) — в 6 млн долл.³

Как отмечают Х. Ванг и Дж. Хе, оценки стоимости среднестатистической жизни значительно различаются как в отдельно взятой стране, так и между странами. Ссылаясь на данные Австралийского совета по безопасности и компенсации (2008 г.), Ванг и Хе дают подробный анализ разброса оценок, среднего и медианного значений в каждой отдельно взятой стране (оценки приводятся в млн долл. США) [Wang, He 2010: 35]:

- Великобритания (разброс оценок: 0,8–86,8; среднее значение: 13,0; медиана: 6,5);
- Япония (разброс оценок: 6,1–15,0; среднее значение: 11,9; медиана: 13,2);
- Франция (разброс оценок: 1,1–26,6; среднее значение: 8,8; медиана: 8,8);
- Австрия (разброс оценок: 1,9–9,8; среднее значение: 6,7; медиана: 6,1);
- США (разброс оценок: 0,1–37,7; среднее значение: 6,7; медиана: 5,3);
- Швеция (разброс оценок: 1,6–32,7; среднее значение: 5,9; медиана: 4,2);
- Канада (разброс оценок: 0,5–30,5; среднее значение: 5,4; медиана: 3,7);
- Новая Зеландия (разброс оценок: 0,8–15,9; среднее значение: 5,2; медиана: 3,9);
- Швейцария (разброс оценок: 1,0–10,1; среднее значение: 5,0; медиана: 5,7);
- Австралия (разброс оценок: 0,7–21,1; среднее значение: 4,2; медиана: 2,2);
- Дания (разброс оценок: 1,0–6,5; среднее значение: 3,2; медиана: 3,2);
- Гонконг (разброс оценок: 2; среднее значение: 2; медиана: 2);
- Тайвань (разброс оценок: 0,2–2,2; среднее значение: 1,3; медиана: 1,3);
- Южная Корея (разброс оценок: 0,5–1,9; среднее значение: 1,2; медиана: 1,1).

Как уже говорилось, в России средний показатель стоимости среднестатистической жизни составляет около 50 млн руб., то есть примерно 1,6 млн долл. США. **Таким образом, в России стоимость человеческой жизни крайне мала и сравнима с развивающимися странами Азии.**

Страхование жизни

Согласно данным ОЭСР, по общим премиальным выплатам в страховании жизни лидируют США (864 830 млн долл. США). Суммарная сумма выплат для США больше суммы в целом по Европей-

³ По данным сайта «TheGlobalist» (URL: <http://www.theglobalist.com/storyid.aspx?storyid=9692>) и газеты «New York Times» (URL: http://www.nytimes.com/2011/02/17/business/economy/17regulation.html?_r=0).

скому союзу (834 928 млн долл. в США). Второе место занимает Япония (458 210 млн долл. США). Из европейских стран по суммарным выплатам лидируют Великобритания (240 365 млн долл. США), Франция (184 368 млн долл. США), Германия (116 693 млн долл. США) и Италия (105 231 млн долл. США). В трёх странах ОЭСР сумма по премиальным выплатам меньше 1000 долл. США: Словения (669 млн долл. США), Эстония (223 млн долл. США), Исландия (30 млн долл. США) [Liu 2011].

В докладе ОЭСР также есть информация по трём странам, не входящим в эту организацию, где в целом сумма премиальных выплат намного ниже и составляет: 24 866 млн долл. США в Гонконге, 15 200 млн долл. США в Сингапуре и 8 646 млн долл. США в Малайзии [Liu 2011].

Российские выплаты вполне сравнимы с этими странами. Суммарные выплаты за 2011 г. по страхованию жизни составляют 7,66 млрд руб.⁴ (25,533 млн долл. США) [Liu 2011].

Если же посмотреть выплаты на душу населения, то выше всего сумма по премиальным выплатам на страхование жизни в Ирландии (7799 млн долл. США), Дании (4151 млн долл. США), Японии (3515 млн долл.), Великобритании (3489 млн долл. США), во Франции (2749 млн долл. США) и Норвегии (2581 млн долл. США). В Словении (329 млн долл. США), Польше (282 млн долл. США), Венгрии (222 млн долл. США), Эстонии (166 млн долл. США), Исландии (95 млн долл. США) и Турции (25 млн долл. США) сумма по премиальным выплатам ниже всего [Liu 2011].

Жизнь можно застраховать как на фиксированный срок (10, 20 или 30 лет), так и на всю жизнь. Здоровоый 40-летний мужчина будет выплачивать 300–400 долл. США в год ради получения 500 тыс. долл. в качестве посмертной выплаты, 50-летний мужчина будет выплачивать 1000 долл. в год, 60-летний — 2500–3000 долл. в год. Курящие, имеющие лишний вес, больные раком, диабетом и другими заболеваниями в роду и лица старше 60 лет будут выплачивать более высокие ставки страхования. Для некурящих, непьющих, регулярно занимающихся спортом и лиц моложе 30 лет, не имеющих в роду серьёзных заболеваний, напротив, страхование жизни будет дешевле⁵. Абсолютно идентичные оценки страхования жизни человека в США даются в статье «CNNMoney»⁶. При этом, согласно оценкам экономистов из Стэнфорда, год качественной человеческой жизни по стоимости равняется примерно 129 тыс. долл. США⁷.

Ущерб от смертности в результате ДТП и хронических заболеваний

Стоимость человеческой жизни во многом зависит от частоты дорожно-транспортных происшествий, что, в свою очередь, зависит от ограничений скорости и правил дорожного движения⁸. Смертность в результате ДТП является одним из основных типов «неестественной смертности». Следовательно, оценки потерь от смерти в дорожных авариях отражают стоимость жизни в конкретной стране. Согласно данным Европейского доклада о состоянии безопасности дорожного движения, потери от одного случая смерти в ДТП оцениваются следующим образом [World Health Organization 2009]:

⁴ По данным сайта «Служба Банка России по финансовым рынкам»; см.: URL: http://www.fcsrn.ru/tu/contributors/insurance_industry/statistics/index.php?id_4=221

⁵ По данным сайта «CostOwl.com»; см.: URL: <http://www.costowl.com/insurance/insurance-life-cost.html>

⁶ По данным сайта CNN; см.: URL: http://money.cnn.com/retirement/guide/insurance_life.moneymag/index9.htm

⁷ По данным сайта «Time. Health and Family»; см.: URL: <http://www.time.com/time/health/article/0,8599,1808049,00.html>

⁸ По данным сайта «TheGlobalist»; см.: URL: <http://www.theglobalist.com/storyid.aspx?storyid=9692>

- Австрия: 2676 тыс. долл. США (1399 тыс. долл. без учёта моральных страданий, 2006 г.);
- Нидерланды: 2427 тыс. евро (2003 г.);
- Великобритания: 2137 тыс. евро (2005 г.);
- Финляндия: 1752 тыс. евро (2007 г.);
- Франция: 1194 тыс. евро (2006 г.);
- Германия: 1162 тыс. евро (2004 г.);
- Венгрия: 769 тыс. евро (2002 г.);
- Эстония: 767 тыс. евро (2007 г.);
- Кипр: 480 тыс. евро (2008 г.);
- Латвия: 398 тыс. евро (2006 г.);
- Словакия: 287 тыс. евро (2007 г.).

В России ущерб в результате аварии или несчастного случая оценивается в 11 млн руб., что эквивалентно 274 тыс. евро.

Согласно региональному докладу о состоянии дорожной безопасности в Юго-Восточной Азии, ущерб от ранений и смертей на дорогах оценивается следующим образом [World Health Organization 2009: 52]:

- Бангладеш: 654 млн долл. США в год (2003 г.);
- Индия: 11 550 млн долл. США в год (2000 г.);
- Индонезия: 4190 млн долл. США в год (2002 г.);
- Мьянма: 1443 млн долл. США в год (2003 г.);
- Непал: 10 млн долл. США в год (1996 г.);
- Таиланд: 8301 млн долл. США в год (2007 г.);
- Шри-Ланка: 81 млн долл. США в год (2007 г.).

Согласно оценке «CNNMoney», в США ущерб от смертей на дорогах составляет 164 млн долл. в год (или более 1000 долл. на одного человека)⁹.

Как показывают оценки Всемирной организации здравоохранения, смерть в результате хронических заболеваний оказывает существенное влияние на национальный доход в ряде стран. Так, в 2005 г. ущерб в Китае оценивался в 18 млн долл. США, в России — в 11 млн долл. США, в Индии — в 9 млн долл. США, в Бразилии — в 2,7 млн долл. США, в Великобритании — 11,6 млн долл. США, в Пакистане — в 1,2 млн долл. США, в Канаде — в 0,5 млн долл. США, в Нигерии — 0,4 млн долл. США, в Танзании — в 0,1 млн долл. США [Abegunde, Stanciole 2006]. Если же говорить о доли потерь в валовом национальном продукте, то в России она выше, чем в названных выше странах и составляет 1,13%. В Индии она составляет 0,35%, в Пакистане — 0,30%, в Танзании — 0,29%, в Нигерии — 0,23%, в Бразилии — 0,19%, в Великобритании — 0,10%, в Канаде — 0,07% [World Health Organization 2009: 14]. При этом на 2013 г. эти оценки, скорее всего, ещё выше.

Заключение

В данной работе мы сравнили два основных подхода к оценке стоимости человеческой жизни. Подход с использованием концепции человеческого капитала является очень популярным как в России, так и за рубежом, поскольку его сравнительно легко операционализировать и измерить на практике. Однако основной недостаток данного подхода заключается в том, что он делает акцент исключительно на трудовом аспекте жизнедеятельности индивидов, тогда как все остальные сферы жизни упускаются из

⁹ По данным сайта компании CNN; см. URL: http://money.cnn.com/2008/03/05/news/economy/AAA_study/

виду. Акцентируя полезность человека для нужд государства через его труд, такой подход игнорирует самоценность человеческой жизни, которая не зависит от способности трудиться. В целях ликвидации столь очевидного недостатка был разработан более «тонкий» метод, который основывается на самостоятельной оценке индивидами стоимости своей жизни при принятии разного рода решений, связанных с безопасностью. Данный метод является достаточно трудоёмким и требует значительного объёма макроданных, поэтому в России пока неприменим. Тем не менее именно к нему, на наш взгляд, стоит двигаться для выработки единого метода измерения стоимости человеческой жизни. Он является гораздо более широким и всеохватывающим по сравнению с методом человеческого капитала и даёт более полную картину ценности жизни людей в конкретной стране, что показывает его успешное использование в США и ряде развитых государств Европы.

Кроме того, в статье были представлены количественные оценки стоимости человеческой жизни в России и других странах. Основной вывод работы заключается в том, что ценность жизни россиян существенно недооценивается. Это проявляется и в недостаточной отдаче от человеческого капитала, и в низких оценках ущерба для экономики от смертей в результате несчастных случаев и болезни. Социальные и экономические последствия подобной недооценки вполне серьёзны. Низкая ценность человеческой жизни в государстве показывает, насколько оно дорожит своими гражданами, и означает, что оно не будет вкладывать большие средства в увеличение продолжительности и безопасности их жизни. Высокая цена человеческой жизни в развитых странах свидетельствует о том, что государство готово вкладывать значительные суммы в сокращение смертности, повышение дорожной и производственной безопасности, более эффективное здравоохранение и т. д. Адекватные оценки стоимости жизни россиян и закрепление их на законодательном уровне должны поэтому стать приоритетом социально-экономической политики государства.

Литература

- Баршев В. 2005. Сколько стоит жизнь в России. *Российская газета*. 4. URL: <http://www.rg.ru/2005/04/15/zhiznj-cena.html>
- Быков А. 2007. О методологии оценки стоимости среднестатистической жизни человека. *Страховое дело*. 3: 10–25.
- Волчкова Н., Суслова Е. 2008. Человеческий капитал, промышленный рост и ресурсное проклятие. *Экономический журнал ВШЭ*. 2: 217–238.
- Гуриев С. 2010. *Мифы экономики: заблуждения и стереотипы, которые распространяют СМИ и политики*. 3-е изд., переработ. М.: ООО «Юнайтед Пресс».
- Зарецкий А., Иванова Т. 2009. Формирование института взаимодействия власти и бизнеса по развитию человеческого капитала в современной России. *Вопросы государственного и муниципального управления*. 4: 172–182.
- Капелюшников Р. 2012. *Сколько стоит человеческий капитал России?* Препринт WP3/2012/06. М.: Изд. дом ВШЭ.
- Корчагин Ю. 2011. *Человеческий капитал как интенсивный социально-экономический фактор развития личности, экономики, общества и государственности*. М.: Изд. дом ВШЭ.
- Кручинина И. et al. 2003. К вопросу об оценке стоимости человеческой жизни. *Проблемы безопасности и чрезвычайных ситуаций*. 4: 72–75.

Куклин А., Шипицына С., Нифантова Р. 2012. Экономическая оценка жизни человека. Екатеринбург: Институт экономики УрО РАН.

Лексин В. 2010. Умереть в России. *Mир России*. 19 (4): 124–161.

Мальцева И. 2009. Трудовая мобильность и стабильность: насколько высока отдача от специфического человеческого капитала в России? *Экономический журнал Высшей школы экономики*. 13 (2): 243–278.

Поляков К., Жукова Л. 2013. Оценка человеческого капитала в профессиональном футболе. *Прикладная эконометрика*. 29 (1): 29–44.

Прохоров Б. 2007. *Общественное здоровье и экономика*. М.: МАКС-Пресс. URL: <http://www.ecfor.ru/index.php?pid=books/proh04>

Руденко П. 2011. Цена человека. *КоммерсантЪ. Деньги*. URL: <http://www.demoscope.ru/weekly/2011/0469/gazeta026.php>

Стоимость человеческой жизни. 2013. *Центр стратегических исследований*. URL: <http://www.rgs.ru/pr/csr/lifecost/index.wbp>

Трунов И., Айвар Л., Харисов Г. 2006. Эквивалент стоимости человеческой жизни. *Представительная власть: законодательство, комментарии, проблемы*. 3 (69): 24–29.

Филиппова Л. 2011. Сколько стоит инфаркт миокарда? *Журнал о здоровье MedPlus.ru*. URL: <http://www.medpulse.ru/health/prophylaxis/prof/11354.html>

Шмаков Д. 2003. Оценка экономического ущерба в результате смертности населения от несчастных случаев, отравлений и травм. *Сборник научных трудов Института народнохозяйственного прогнозирования РАН*. М.: МАКС-Пресс; 377–385.

Abegunde D., Stanciole A. 2006. *An Estimation of the Economic Impact of Chronic Noncommunicable Diseases in Selected Countries*. World Health Organization. Department of Chronic Diseases and Health Promotion (CHP). URL: <http://www.who.int/chp>

Ashenfelter O. 2006. Measuring the Value of a Statistical Life: Problems and Prospects. *NBER Working Paper*. 11916.

Becker G. 1975. *Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis, with Special Reference to Education*. 2d ed. New York: Columbia University Press for NBER.

Boarini R., d'Ercole M., Liu G. 2012. Approaches to Measuring the Stock of Human Capital for International and Inter-Temporal Comparisons. *OECD Statistics Working Papers*. 12/04. URL: <http://www.oecd-library.org/docserver/download/5k8zlm5bc3ns.pdf?Expires=1389548976&id=id&accname=guest&checksum=14D36E0385FDFE1D28ACEEE6D97DC2C9>

Bravo-Ortega C., Gregorio J. de. 2005. The Relative Richness of the Poor? Natural Resources, Human Capital, and Economic Growth. *World Bank Policy Research Working Paper*. 3484.

- Leamer E. et al. 1999. Does Natural Resource Abundance Increase Latin American Income Inequality? *Journal of Development Economics.* 59: 3–42.
- Liu G. 2011. Measuring the Stock of Human Capital for Comparative Analysis: An Application of the Lifetime Income Approach to Selected Countries. *OECD Statistics Working Papers.* 2011/06. Paris: OECD.
- OECD. 2001. *The Well-Being of Nations: The Role of Human and Social Capital.* URL: <http://www.oecd.org/site/worldforum/33703702.pdf>
- Shultz T. 1968. Human Capital. In: Sills D. L. (ed.) *International Encyclopedia of the Social Sciences.* Vol. 2. New York: Macmillan Free Press; 278–286.
- The World Bank Development Research Group Environment and Energy Team.* URL: <http://elibrary.worldbank.org/content/workingpaper/10.1596/1813-9450-5421>
- United Nations Development Programme. 2013. The Rise of the South: Human Progress in a Diverse World. New York. URL: http://www.undp.org/content/dam/ukraine/docs/HDR2013_EN_Summary.pdf
- Viscusi W., Aldy J. 2003. The Value of a Statistical Life: A Critical Review of Market Estimates throughout the World. *NBER Working Paper.* 9487.
- Wang H., He J. 2010. The Value of Statistical Life. A Contingent Investigation in China. *Policy Research Working Paper 5421.*
- World Health Organization. 2009. *Regional Report on Status of Road Safety: The South-East Asia Region.*

PROFESSIONAL REVIEWS

T. Karabchuk, M. Nikitina, V. Remezkova, N. Soboleva

How to Evaluate the Value of Human Life?

KARABCHUK,

Tatyana Sergeevna —

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

Email: tkarabchuk@hse.ru

NIKITINA, Marina

Vladimirovna — MA in Sociology, Main Specialist, Department of Human Resources, Gazpromneft Moscow Lubricants Plant (a subsidiary of Gazpromneft Lubricants). Address: 6a Ozernaya str., Fryazino, Moscow Oblast', 141191, Russian Federation.

Email: m.marinanikitina@gmail.com

REMEZKOVA,

Victoriya Pavlovna — Junior Research Fellow, Laboratory for Comparative Social Research, National Research University Higher School of Economics. Address: 20 Myasnitskaya str., Moscow, 101000, Russian Federation.

Email: victoria.remezkova@mail.ru

Abstract

The article is focused on estimation of human life value. This calculation of human life is crucial not only for practical reasons (defining amount of compensatory payments, activity of insurance companies, etc.), but also for rising the perception of social security and stability, as far as insurance is associated with minimization of risks in future. The paper describes two main approaches of how to estimate the value of human life. According to the conception of human capital, the value of life is implicitly assessed through the educational level and labour market activity. The alternative approach, "statistical value of average life", estimates human life through the analysis of decisions when people have to evaluate their lives themselves. Furthermore, human life could be estimated indirectly, namely through economic losses of the health damage or death of employable people, amount of state compensatory payments, value of human lives given by insurance companies and so on. At the next step, the authors compare the value of human life in Russia and other countries. Human development index in Russia is relatively the same as in Romania and Kuwait. According to value of statistical life, the value of human life in Russia is very small and ranks with developing Asian countries in importance. The same low value of human life in Russia is proved by statistics on life insurance and estimation of casualties. Social and economic consequences of underestimation of human life in Russia are severe. Low value of human life in society reflects the importance of every citizen for the government and means that the state is not ready to invest much into increasing of life expectancy and quality of life.

Keywords: human life; value of human life; human capital; insurance; mortality; public social policy; Russia.

References

Abegunde D., Stanciole A. (2006) *An Estimation of the Economic Impact of Chronic Noncommunicable Diseases in Selected Countries*. World Health Organization. Department of Chronic Diseases and Health Promotion (CHP). Available at: <http://www.who.int/chp> (accessed on 2 January 2014).

Ashenfelter O. (2006) Measuring the Value of a Statistical Life: Problems and Prospects. *NBER Working Paper*, no 11916.

SOBOLEVA,**Natalya Eduardovna —**

Candidate of Sciences in Sociology, Research Fellow, Laboratory for Comparative Social Research, National Research University Higher School of Economics. Address: 20 Myasnitskaya str., Moscow, 101000, Russian Federation.

Email: natsobol@gmail.com

976&id=id&accname=guest&checksum=14D36E0385FDFE1D28ACEEE6D97DC2C9 (accessed on 2 January 2014).

Bravo-Ortega C., Gregorio J. de (2005) The Relative Richness of the Poor? Natural Resources, Human Capital, and Economic Growth. *World Bank Policy Research Working Paper*, no 3484.

Bykov A. (2007) O metodologii otsenki stoimosti srednestatisticheskoy zhizni cheloveka [On Methodology of Value of Statistical Life]. *Strakhovoe delo*, vol. 3, pp. 10–25 (in Russian).

Filippova L. (2011) Skol'ko stoit infarkt miokarda? [How Much is Myocardial Infarction Worth?] *Zhurnal o zdorov'e MedPlus.ru*. Available at: <http://www.medpulse.ru/health/prophylaxis/prof/11354.html> (accessed on 2 January 2014) (in Russian).

Guriev S. (2010) *Mify ekonomiki: zabluzhdeniya i stereotipy, kotorye rasprostranyayut SMI i politiki* [Economic Myths: Wrong Beliefs and Stereotypes Diffused by News Makers and Politicians]. 3-e izd., pererabot., Moscow: OOO «Yunayted Press» (in Russian).

Kapelyushnikov R. (2012) Skol'ko stoit chelovecheskiy kapital Rossii? [How does Human Capital of Russia Cost?] *Preprint WP3/2012/06*, Moscow: HSE Publishing House (in Russian).

Korchagin Yu. (2011) *Chelovecheskiy kapital kak intensivnyy sotsial'no-ekonomicheskiy faktor razvitiya lichnosti, ekonomiki, obshchestva i gosudarstvennosti* [Human Capital as an Intensive Social and Economic Factor of Development of Personality, Economy, Society and Statehood], Moscow: HSE Publishing House (in Russian).

Kruchinina I., Lisanov M., Pecherkin A., Sidorov V. (2003) K voprosu ob otsenke stoimosti chelovecheskoy zhizni [Toward an Issue of the Value of Human Life]. *Problemy bezopasnosti i chrezvychaynykh situatsiy*, no 4, pp. 72–75 (in Russian).

Kuklin A., Shipitsyna S., Nifantova R. (2012) *Ekonomicheskaya otsenka zhizni cheloveka* [Economic Evaluation of Human Life], Ekaterinburg: Institut ekonomiki UrO RAN (in Russian).

Leamer E., Maul H., Rodriguez S., Schott P. (1999) Does Natural Resource Abundance Increase Latin American Income Inequality? *Journal of Development Economics*, no 59, pp. 3–42.

Leksin V. (2010) Umeret' v Rossii [To Die in Russia]. *Mir Rossii*, vol. 19, no 4, pp. 124–161 (in Russian).

Barshev V. (2005) Skol'ko stoit zhizn' v Rossii [What is the Price for Human Life in Russia?]. *Rossiyskaya gazeta*, no 4. Available at: <http://www.rg.ru/2005/04/15/zhiznj-cena.html> (accessed on 2 January 2014) (in Russian).

Becker G. (1975) *Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis, with Special Reference to Education*. 2d ed., New York: Columbia University Press for NBER.

Boarini R., d'Ercole M., Liu G. (2012) Approaches to Measuring the Stock of Human Capital for International and Inter-Temporal Comparisons. *OECD Statistics Working Papers*. 12/04. Available at: <http://www.oecd-library.org/docserver/download/5k8zlm5bc3ns.pdf?expires=1389548>

976&id=id&accname=guest&checksum=14D36E0385FDFE1D28ACEEE6D97DC2C9 (accessed on 2 January 2014).

Bravo-Ortega C., Gregorio J. de (2005) The Relative Richness of the Poor? Natural Resources, Human Capital, and Economic Growth. *World Bank Policy Research Working Paper*, no 3484.

Bykov A. (2007) O metodologii otsenki stoimosti srednestatisticheskoy zhizni cheloveka [On Methodology of Value of Statistical Life]. *Strakhovoe delo*, vol. 3, pp. 10–25 (in Russian).

Filippova L. (2011) Skol'ko stoit infarkt miokarda? [How Much is Myocardial Infarction Worth?] *Zhurnal o zdorov'e MedPlus.ru*. Available at: <http://www.medpulse.ru/health/prophylaxis/prof/11354.html> (accessed on 2 January 2014) (in Russian).

Guriev S. (2010) *Mify ekonomiki: zabluzhdeniya i stereotipy, kotorye rasprostranyayut SMI i politiki* [Economic Myths: Wrong Beliefs and Stereotypes Diffused by News Makers and Politicians]. 3-e izd., pererabot., Moscow: OOO «Yunayted Press» (in Russian).

Kapelyushnikov R. (2012) Skol'ko stoit chelovecheskiy kapital Rossii? [How does Human Capital of Russia Cost?] *Preprint WP3/2012/06*, Moscow: HSE Publishing House (in Russian).

Korchagin Yu. (2011) *Chelovecheskiy kapital kak intensivnyy sotsial'no-ekonomicheskiy faktor razvitiya lichnosti, ekonomiki, obshchestva i gosudarstvennosti* [Human Capital as an Intensive Social and Economic Factor of Development of Personality, Economy, Society and Statehood], Moscow: HSE Publishing House (in Russian).

Kruchinina I., Lisanov M., Pecherkin A., Sidorov V. (2003) K voprosu ob otsenke stoimosti chelovecheskoy zhizni [Toward an Issue of the Value of Human Life]. *Problemy bezopasnosti i chrezvychaynykh situatsiy*, no 4, pp. 72–75 (in Russian).

Kuklin A., Shipitsyna S., Nifantova R. (2012) *Ekonomicheskaya otsenka zhizni cheloveka* [Economic Evaluation of Human Life], Ekaterinburg: Institut ekonomiki UrO RAN (in Russian).

Leamer E., Maul H., Rodriguez S., Schott P. (1999) Does Natural Resource Abundance Increase Latin American Income Inequality? *Journal of Development Economics*, no 59, pp. 3–42.

Leksin V. (2010) Umeret' v Rossii [To Die in Russia]. *Mir Rossii*, vol. 19, no 4, pp. 124–161 (in Russian).

Mal'tseva I. (2009) Trudovaya mobil'nost' i stabil'nost': naskol'ko vysoka otdacha ot spetsificheskogo chelovecheskogo kapitala v Rossii? [Labour Mobility and Stability: How High are Returns from Specific Human Capital in Russia?] *Ekonomicheskiy zhurnal Vysshey shkoly ekonomiki*, vol. 13, no 2, pp. 243–278 (in Russian).

OECD. (2001) *The Well-Being of Nations: The Role of Human and Social Capital*. Available at: <http://www.oecd.org/site/worldforum/33703702.pdf> (accessed on 2 January 2014).

Polyakov K., Zhukova L. (2013) Otsenka chelovecheskogo kapitala v professional'nom futbole [Evaluation of Human Capital in Professional Football]. *Prikladnaya ekonometrika*, vol. 29, no 1, pp. 29–44 (in Russian).

Prokhorov B. (2007) *Obshchestvennoe zdorov'e i ekonomika* [Social Health and Economy], Moscow: MAKS-Press. Available at: <http://www.ecfor.ru/index.php?pid=books/proh04> (accessed on 2 January 2014) (in Russian).

Rudenko P. (2011) Tsena cheloveka [Price for Human Being]. *Kommersant'*. Den'gi. Available at: <http://www.demoscope.ru/weekly/2011/0469/gazeta026.php> (accessed on 2 January 2014) (in Russian).

Shmakov D. (2003) Otsenka ekonomiceskogo ushcherba v rezul'tate smertnosti naseleniya ot neschastnykh sluchaev, otravleniy i travm [Evaluation of Economic Damage Resulted from Mortality of Population Caused by Accidents, Poisoning and Injuries]. *Sbornik nauchnykh trudov Instituta narodno-khozyaystvennogo prognozirovaniya RAN*, Moscow: MAKS-Press, pp. 377–385 (in Russian).

Shultz T. (1968) Human Capital. *International Encyclopedia of the Social Sciences*, vol. 6, New York: Macmillan Co.

Stoimost' chelovecheskoy zhizni [The Value of Human Life] (2013) *Tsentral'nye issledovaniya*. Available at: <http://www.rgs.ru/pr/csr/lifecost/index.wbp> (accessed on 2 January 2014) (in Russian).

The World Bank Development Research Group Environment and Energy Team. Available at: <http://elibrary.worldbank.org/content/workingpaper/10.1596/1813-9450-5421> (accessed on 2 January 2014).

Trunov I., Ayvar L., Kharisov G. (2006) Ekvivalent stoimosti chelovecheskoy zhizni [An Equivalent of Value of Human Life]. *Predstavitel'naya vlast': zakonodatel'stvo, kommentarii, problem*, vol. 3, no 69, pp. 24–29 (in Russian).

United Nations Development Programme. (2013) The Rise of the South: Human Progress in a Diverse World. New York. Available at: http://www.undp.org/content/dam/ukraine/docs/HDR2013_EN_Summary.pdf (accessed on 2 January 2014).

Viscusi W., Aldy J. (2003) The Value of a Statistical Life: A Critical Review of Market Estimates throughout the World. *NBER Working Paper*, no 9487.

Volchkova N., Suslova E. (2008) Chelovecheskiy kapital, promyshlennyy rost i resursnoe proklyatie [Human Capital, Industrial Growth and Resource Curse]. *Ekonicheskiy zhurnal Vysshey shkoly ekonomiki*, no 2, pp. 217–238 (in Russian).

Wang H., He J. (2010) The Value of Statistical Life. A Contingent Investigation in China. *Policy Research Working Paper*, no 5421.

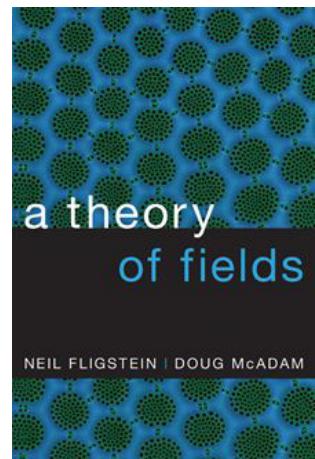
World Health Organization (2009) *Regional Report on Status of Road Safety: The South-East Asia Region.*

Zaretskiy A., Ivanova T. (2009) Formirovanie institute vzaimodeystviya vlasti i biznesa po razvitiyu chelovecheskogo kapitala v sovremennoy Rossii [Formation of Institution of Power-Business Interactions for Human Capital Development in Contemporary Russia]. *Voprosy gosudarstvennogo i munitsipal'nogo upravleniya*, no 4, pp. 172–182 (in Russian).

НОВЫЕ КНИГИ

А. В. Черныш

Объединяй, направляй и властвуй: о роли социальных навыков в конструировании локальных социальных порядков



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



ЧЕРНЫШ Анна
Всеволодовна —
магистр
социологических
наук, соискатель
кандидатской
степени, Европейский
университет в Санкт-
Петербурге. Адрес:
191187, Россия,
г. Санкт-Петербург,
ул. Гагаринская, д. 3.

Email: achernysh@eu.spb.ru

В рецензии рассматривается теория полей стратегического действия, предложенная Н. Флигстином и Д. Макадамом в книге «*A Theory of Fields*» («Теория полей»). Обсуждаются основные элементы теории — новые и привнесённые из других парадигм, а также значение для развития таких областей знания, как организационная и институциональная теории, экономическая социология и теория социальных движений. Последняя часть рецензии содержит критические замечания, касающиеся тезисов, показавшихся её автору спорными. Теория полей стратегического действия затрагивает вопрос конструирования локальных социальных порядков — их возникновения, стабилизации, институционализации и трансформации. Авторы книги представляют любой социальный порядок как поле, в структуре которого обязательно наличие следующих акторов: господствующие группы; акторы, заинтересованные в изменениях, и внутренние управляющие объединения. Все поля укоренены в окружающую среду, которая даёт самые значительные стимулы для изменения организационных моделей, доминирующих в рассматриваемом поле. Возможности преобразуются в перемены, если акторам, заинтересованным в изменениях, удаётся мобилизовать окружение и подтолкнуть его к коллективному действию. В этом процессе решающим является наличие специальных социальных навыков. Этим термином авторы обозначают индивидуальную способность понимать других акторов и управлять ими с помощью создания общих смыслов и идентичностей. При этом акцент смещается с ресурсной илиластной составляющей контроля на умение акторов кооперироваться на добровольных началах. Социальный навык, с одной стороны, и восприимчивость к кооперации, с другой, являются прямым следствием экзистенциальной функции социального — ещё одного важного нововведения этой теории.

Ключевые слова: организационная теория; теория социальных движений; коллективное действие; теория полей; стратегическое действие; социальный навык.

По признанию авторов, книга «Теория полей» стала плодом их многолетней работы: её первоначальный вариант возник в 1990 г., а вышла книга только в 2012 г. Она носит обобщающий характер и посвящена новому взгляду на

природу социальной стабильности и изменений, конструирование локального социального порядка. Теория складывалась постепенно. Многие из её основных тезисов были проработаны авторами в более ранних статьях, связанных с исследованиями рынков и социальных основ экономической жизни у Флигстина или общественных движений у Макадама (см., например: [Fligstein, McAdam 2001; Fligstein, McAdam 2011]). В публикациях журнала «Экономическая социология» также отражено развитие этой теории, например, в статье Н. Флигстина «Поля, власть и социальные навыки: критический анализ новых институциональных течений» [Флигстин 2001] и в переводах из книги «Архитектура рынков: экономическая социология капиталистических обществ XXI века» [Флигстин 2013а; Флигстин 2013б].

По мнению авторов рецензируемой книги, новая теория полей стратегического действия (*strategic action fields, SAF*) вбирает в себя наиболее ценные результаты работ в таких областях, как организационная теория, теория социальных движений, экономическая социология, институциональная теория. С помощью предлагаемой теории авторы пытаются вывести более полный и живой подход к проблеме возникновения, стабилизации, институционализации и трансформации социально сконструированных арен, внутри которых акторы соревнуются за материальные и статусные выгоды. Для этого Флигстин и Макадам используют уже знакомые метафоры: поля; коллективное действие; господствующие группы (*incumbents*); акторы, заинтересованные в изменениях (*challengers*). Этим они подчёркивают преемственность своей теории, её интеграционный характер. Для авторов принципиально важно примирить разрозненные подходы, сформировать общую теорию социальных изменений, которую можно применять безотносительно к рассматриваемым феноменам. Таким образом, они стремятся решить основные социологические проблемы, то есть (1) проблему структуры и агента, (2) проблему происхождения социальных изменений, (3) проблему возникновения новых организационных полей. При этом сама метафора «стратегическое действие» предполагает, что авторов более всего интересуют основания для возникновения коллективного стратегического действия внутри определённого социального пространства.

Задокументованное и новое в теории полей стратегического действия

В описываемой теории поля стратегического действия представляют собой социальные порядки мезоуровня, основные структурирующие блоки современной жизни, распространённые везде — в экономике, политике, гражданском обществе и государстве. Одни поля стратегического действия всегда окружены другими, и при этом они сами делятся на поля стратегического действия низших порядков. Вместе эта структура составляет запутанную сеть, где каждое ядро сети имеет структуру матрёшки. Внутри каждого поля есть три вида игроков: акторы, стремящиеся сохранить существующее положение и по сути узурпировавшие в своих руках власть (*incumbents*); акторы, заинтересованные в изменениях (*challengers*); так называемые внутренние управляющие объединения (*Internal Governance Unit, IGU*). Флигстин и Макадам используют разделение «*incumbents — challengers*», пришедшее из теории социальных движений, и мало модифицируют его. Господствующие группы легитимны; действующие правила адаптированы под них и способствуют сохранению их привилегированного положения. Акторы, заинтересованные в изменениях, стремятся преобразовать существующий консенсус в поле в свою пользу. Они могут мириться со своей ролью, но всегда будут искать шанс, чтобы вступить в борьбу. Кроме привычных типов игроков, вводится новый — *IGU*. Под эту категорию попадают внутренние, отличные от государства, управляющие и регулирующие структуры (например, профессиональные ассоциации). Исходя из *своей* миссии, *IGU* должны сохранять нейтралитет, что, впрочем, удаётся далеко не всегда. На практике они формализуют, легитимируют и наблюдают за исполнением правил, которые были созданы господствующими группами в собственную пользу. В конфликтных ситуациях *IGU* — как консервативная сила — всегда стремятся сохранять статус-кво и выступают на стороне господствующих групп.

На первый взгляд кажется, что формула SAF остаётся такой же, как и в классических работах П. Бурдёё, посвящённых полям [Bourdieu 1984]. Чтобы определить границы поля, необходимо понять, в каких ролях выступают все группы акторов, какие представления они имеют друг о друге, а также вокруг чего сформирован консенсус в поле. Однако Флигстин и Макадам в большей степени, чем другие теоретики, детализируют архитектуру поля, причём не только на уровне типов акторов, но и на уровне принципов его работы. Так, в теории SAF почти невозможна одна всеобщая реальность, принятая всеми на веру, поэтому консенсус в поле допустимо назвать лишь относительным. Кроме того, авторы акцентируют внимание на двух аспектах: связь SAF с окружающей средой и различные модели изменений в стабильных и формирующихся полях. Если прежде поля рассматривались теоретиками как автономные единицы, где все критические взаимодействия находятся внутри, то SAF представляется как пространство, укоренённое в окружающие его поля. Для теории SAF важно, что самый сильный стимул к изменениям приходит извне, из соседних полей. Более того, изменения в одном SAF вызывают отклик — дестабилизацию — в ближайших полях, подобно тому, как камень, брошенный в воду, вызывает рябь. Авторы книги конечно же отмечают, что большинство откликов утихнет, но это не меняет сути, и рассматривать борьбу внутри SAF нужно с привлечением более широкого контекста. Кроме того, стабильность зависит от количества и природы связей между полями. Чем больше партнёров и чем меньше ресурсная зависимость рассматриваемого поля от внешних, тем больше шансов избежать кризиса в процессе дестабилизации. Таким образом, чтобы объяснить стабильность или конфликт, исследователь должен найти ответы на три вопроса:

- в каких отношениях рассматриваемое SAF находится со значимыми для него внешними полями (не связано, иерархически связано или взаимосвязано)?
- какие группы акторов управляют этими взаимодействиями?
- на какой основе построены взаимоотношения господствующей группы и остальных игроков в поле: на основе конкуренции, кооперации или насилия?

Помимо укоренённости, авторы книги обращают внимание на природу изменений, происходящих в SAF. Они считают, что все существующие объяснительные концепции неполны. Одна из них настаивает на том, что изменения в полях перманентны. Перемены — результат постоянного взаимодействия между господствующими группами и акторами, заинтересованными в изменениях, круговорот ответных действий. Вторая — на том, что изменения — это следствие крупномасштабных редких кризисов. Флигстин и Макадам придерживаются золотой середины, отмечая, что отдавать приоритет той или иной модели нужно в зависимости от условий конкретного SAF и от того, в какой степени поле сформировано. При этом авторы всё же больше тяготеют к первому объяснению, так как отмечают, что поля, даже сформированные и стабильные, всегда находятся под давлением изменений той или иной степени. Дестабилизация вытекает из укоренённости полей¹, но не всегда приводит к изменению статус-кво. Критически важным оказывается умение акторов, заинтересованных в изменениях, мобилизовать окружающую среду, найти союзников и подтолкнуть их к коллективному действию.

Концептуализация процесса мобилизации не претерпевает у Флигстина и Макадама каких-либо значительных изменений. Они полностью заимствуют данную концепцию из теории социальных движений²

¹ Авторы рецензируемой книги рассматривают три причины возникновения дестабилизации: вторжение внешних по отношению к полю групп; изменения в полях, от которых зависит рассматриваемое поле; глобальные мегасобытия, касающиеся большинства полей, такие как войны или экономические кризисы. Все причины исходят из окружающей среды и создают наибольший потенциал для организационных изменений.

² При этом авторы книги подчёркивают, что процесс мобилизации свойствен всем полям в период кризиса и не должен рассматриваться только в контексте социальных движений.

и разделяют на три стадии: (1) осознание (*attribution*) угрозы и (или) возможности, то есть то, как господствующие группы и акторы, заинтересованные в изменениях, интерпретируют дестабилизацию; (2) оценка возможностей (*social appropriation*), или понимание того, есть ли организационные ресурсы для мобилизации и поддержки коллективного действия; (3) инновационное коллективное действие, или использование инновационных, до этого запрещённых, форм коллективного действия. Переход от первой к третьей стадии в итоге приводит к так называемому периоду соперничества (*episode of contention*), открытому противостоянию, когда господствующие группы, наконец, полностью осознают, что их положению угрожает опасность.

И для того, чтобы мобилизовать окружающих акторов на коллективное действие, и для того чтобы создать новый или поддержать старый консенсус в поле, необходимы социальные навыки. Это главное нововведение теории SAF. Социальный навык — это индивидуальная способность понимать других акторов и управлять ими с помощью создания общих смыслов и идентичностей. Он является основой для стратегического действия, то есть для попыток акторов с помощью кооперации формировать и поддерживать социальные миры, всесторонне контролировать ситуацию в заданном контексте. Акторы, обладающие такими навыками, имеют более широкий репертуар действий, чем те, кто опирается только на явные команды, прямо пропорциональные уровню легитимности. Именно поэтому акторы, заинтересованные в изменениях, имеют шанс изменить существующий порядок в свою пользу и взять верх над господствующими группами даже, казалось бы, в неблагоприятных условиях. Социальный навык помогает объединить акторов с разными интересами, убедить действовать одновременно и так выстроить ситуацию, чтобы позиция актора, наделённого социальными навыками, выглядела нейтральной, а его идеи воспринимались остальными как обретённые ими в результате собственного осознания обстоятельств происходящего.

Вводя именно такую трактовку понятия «социальный навык», авторы если не низвергают, то уравнивают ресурсную властную и интерактивную экзистенциальную составляющие. С их точки зрения, не так важно, сколько ресурсов агрегируют господствующие группы, которые могут легко потерять власть, если акторы, заинтересованные в изменениях, смогут предложить более востребованную и понятную мотивацию для коллективного действия. Флигстин и Макадам находят объяснение этому феномену в экзистенциальной функции социального (*existential function of the social*), к ней мы ещё вернёмся далее.

Таким образом, теория SAF вводит единую для всех областей детализированную структуру полей. Кроме этого, она связывает поля с окружающей средой, которая теперь воспринимается как основной источник дестабилизации и кризисов. Наконец, Флигстин и Макадам по-новому воспринимают темпоральность изменений. В их трактовке изменения с разной интенсивностью, но при этом постоянно давят на поле. Также отметим, что авторы чуть ли не единственные, кто даёт столь расширенный ответ на вопросы, откуда в поле приходят изменения, как они трансформируются в новую социальную структуру, а если не трансформируются, то почему.

Экзистенциальные стимулы для коллективного стратегического действия

Социальный навык и являющееся его прямым следствием стратегическое действие в теории SAF описываются на экзистенциальную функцию социального. Этот феномен, по мнению Флигстина и Макадама, наиболее полно раскрывает природу социального навыка и показывает его связь с символическим интеракционизмом. Флигстин и Макадам исходят из того, что актор понимает самого себя во взаимодействиях с другими. Обладать большим социальным навыком — это значит поставить себя в больший резонанс с остальными, более успешно создавать смыслы (*meaning making*) и идентичности для других, управлять ими. Этим тезисом авторы прямо противопоставляют свою теорию традиции

К. Маркса и ещё раз подчёркивают, что властная составляющая для них напрямую не связана с материальными ресурсами или легитимирующим эффектом самой власти. Для того чтобы доказать это, они делают экскурс в эволюцию человека.

Потребность в общих смыслах и идентичностях транслирует желание людей объединяться. Откуда оно возникает? Когда у человека как вида появляется способность говорить, у него в руках оказывается инструмент, который запускает процесс формирования самости. По Дж. Г. Миду, это умение человека представлять себя как объект собственной мысли. Человек становится способным принимать роль другого, внешний социальный контроль смещается внутрь [Mead 1967]. Способность смотреть на себя как бы глазами других даёт и ещё один эффект: человек неожиданно начинает задаваться вопросами о своём предназначении и о смысле жизни, формируется устойчивый экзистенциальный страх — страх одиночества и потери смысла. Наилучший способ вытеснить этот страх на второй план — единение с людьми, встраивание в социальные процессы. Таким образом, эффективность любого объединяющего проекта лежит в его способности снижать скорость самосознания через встраивание индивида в систему социально обусловленных значений. Эти последние позволяют перефокусировать внимание и отдалить перспективу возникновения экзистенциальных вопросов.

Итак, единение желанно для людей само по себе, потому что позволяет придать происходящему смыслы. Это глубинная, можно сказать, одна из базовых потребностей. Мы рутинно используем социальные навыки в повседневной жизни, чтобы повсеместно создавать смыслы и стимулировать коллективное действие. И если актор хочет трансформировать социальное пространство, он должен сильно отличаться от идеального типа актора из теории рационального выбора. Ему нужно в меньшей степени фокусироваться на своих личных целях или на своём я, а вместо этого необходимо выявить и выставить на всеобщее обозрение желаемые итоги коллективного действия, создать историю об объединяющих смыслах, которая апеллирует к интересам, групповым идентичностям, надеждам и выгодам желаемых соратников и противостоит оппонентам.

Обращаясь к процессу создания смыслов через социальные навыки, теория SAF смещает акценты с мотивации акторов на их действия и вклад в создание, сохранение и трансформацию социального пространства. В теории Флигстина и Макадама актор никогда не бывает заинтересован в изменении или сохранении социального порядка сам по себе, он своими действиями выражает поддержку той группе, в которой уже состоит. При этом не всегда эта идентификация связана с получением прямой материальной выгоды, чаще всего — с выражением своей идентичности и сохранением ощущения причастности к объединяющему смыслу, важному для группы.

Надежды и критика

Попытка объединить разрозненные социологические подходы в поисках лучшего ответа на вопрос о создании и изменении социального порядка, как и любая попытка красиво решить сложную задачу, без сомнения вызывает уважение. Тем более что Флигстин и Макадам не просто ставят амбициозную задачу, но и решают её. Они не боятся взять из разных подходов самые яркие элементы и собрать их в одну непротиворечивую убедительную теорию, которой хочется воспользоваться, потому что она находит *подтверждение* в эмпирике. Действительно, у нас ещё не было настолько комплексной теории, которая отвечала бы на вопрос, откуда вырастают социальные изменения и за счёт чего они укореняются в том или ином социальном пространстве.

Тем не менее важно отметить, что самые сильные аргументы этой теории одновременно являются и самыми противоречивыми. Во-первых, обобщения такого уровня неминуемо приводят к высокой степени контекстуализации. Часто вместо чёткой позиции, касающейся источника изменений или процес-

са их закрепления, Флигстин и Макадам отсылают исследователя к его собственному эмпирическому материалу³. На уровне общих теоретических выводов это, безусловно, добавляет тонкости анализа, помогает синтезировать разные подходы, однако на практике может вызвать затруднения. Кто-то даже поспешит утверждать, что решения, формулируемые как «может быть и так, и так; нужно смотреть на ваше поле», фактически сводят все теоретические выводы к нулю, однако на самом деле это не так. У Флигстина и Макадама есть сильный козырь: для своей теории они формируют правила, по которым нужно оценить ту самую эмпирику и выбрать подходящий теоретический аргумент. От этого теория SAF приобретает характер метода. Авторы как социологи-практики и сами чувствуют это. Они завершают книгу объёмной главой методологических замечаний. В целом контекстуализация даёт потенциал для развития теории, и эта последняя будет уточняться по ходу работы с эмпирическим материалом, в конце концов породит волну ответных работ, которые, правда, вновь будут отталкиваться от рассматриваемых феноменов, но уже на новом уровне понимания.

Во-вторых, действительно ли теорию SAF можно применять к любому рассматриваемому социологами объекту? Неужели действительно всё вокруг — поля стратегического действия, и все поля имеют одинаковую структуру? На наш взгляд, эта позиция вполне легитимна, ведь большие социологические вопросы так или иначе пытаются раскрыть феномен управления и доминирования в определённых социальных пространствах, пусть даже и основанного на кооперации и убеждении, а не на принуждении. В связи с этим такой взгляд на окружающую социальную реальность, скорее, требует эмпирического опровержения, а не подтверждения. Кроме того, тезис о повсеместном распространении SAF и их единой структуре укрепляет мысль об укоренённости полей во внешней среде. Теперь не обязательно расширять границы поля для отдельных значимых, но внешних акторов (а ведь именно это ранее делало структуру каждого отдельного поля своеобразной и неповторимой) и можно оставить в рамках «господствующие группы — акторы, заинтересованные в изменениях — IGU», а окружающую среду проанализировать по типу связей с рассматриваемым полем. Это разделение позволит расставить акценты более логично, не расширять поле чрезмерно, и также позволит снять вопрос о том, куда включать важные, но не совсем связанные с полем структуры.

Третье противоречие порождается всё той же погруженностью полей стратегического действия в окружающую среду. Преимущества данного положения мы уже отметили, но есть и сложности. Так, если каждое поле погружено в другие поля, все поля взаимосвязаны и могут подталкивать к дестабилизации, локус внимания исследователя размывается. Объём данных оказывается слишком большим, и от этого их ценность снижается. Исследователю всё труднее и труднее становится провести границу между важными и неважными полями, определить, где же находится источник значимой дестабилизации. Конечно, эмпирика сама подсказывает это, но всегда есть шанс либо слишком сузить, либо слишком расширить аналитический горизонт.

Несмотря на критические замечания, теория полей стратегического действия — это, на наш взгляд, ещё один шаг к единой социальной теории, объединяющей различные социологические школы и снимающей проблему разрыва между макро- и микроуровнями. Однако сможет ли теория SAF убедить социологическое сообщество и привести его к консенсусу, покажет только время.

³ Здесь уместно сравнение, например, с экономистами. Они формируют предельно общую модель, которую используют для описания какого-то явления. Такие модели кажутся полезными именно из-за того, что дают ёмкий простой ответ, хотя в действительности далеко не всегда объясняют реальность. Очевидно, что Флигстин и Макадам пытаются избежать такого подхода, чтобы следующие за ними исследователи-практики не упустили что-то специфичное для своего кейса.

Литература

- Флигстин Н. 2001. Поля, власть и социальные навыки: критический анализ новых институциональных течений. *Экономическая социология*. 2 (4): 28–55. URL: <http://ecsoc.hse.ru/2001-2-4.html>
- Флигстин Н. 2013а. Архитектура рынков: экономическая социология капиталистических обществ XXI века. *Экономическая социология*. 14 (1): 28–53. URL: <http://ecsoc.hse.ru/2013-14-1.html>
- Флигстин Н. 2013b. Архитектура рынков: экономическая социология капиталистических обществ XXI века. *Экономическая социология*. 14 (3): 64–95. URL: <http://ecsoc.hse.ru/2013-14-3.html>
- Bourdieu P. 1984. Quelques propriétés des champs. *Questions de sociologie*. Paris: Editions de Minuit; 113–120. См. также рус. пер.: Бурдье П. 1984. Некоторые свойства полей. *Социологическое пространство* Пьера Бурдье. URL: <http://bourdieu.name/content/nekotorye-svojstva-polej>
- Fligstein N. 2001. Social Skill and the Theory of Fields. *Sociological Theory*. 19 (2): 105–125.
- Fligstein N., McAdam D. 2011. Towards a General Theory of Strategic Action Fields. *Sociological Theory*. 29: 1–26.
- Mead G. H. 1967 (1936). *Mind, Self and Society from the Standpoint of a Social Behaviorist*. Chicago: University of Chicago Press.

NEW BOOKS

A. Chernysh

Uniting, Leading, and Ruling: Social Skill and the Construction of Local Social Orders

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

CHERNYSH, Anna

Vsevolodovna — MA in Sociology, PhD Student, The European University at St. Petersburg.

Address: 3 Gagarinskaia str., St. Petersburg, Russian Federation, 191187.

Email: achernysh@eu.spb.ru

Abstract

The review considers a new theory of strategic action fields provided in the book "A Theory of Fields". The author analyzes its basic elements — new as well as borrowed from other theories, and its significance for the development of organizational theory, the theory of social movements, institutional theory and economic sociology. The last part of the text criticizes some debatable theses of this theory. Theory of strategic action fields discusses the issue of the local social orders formation. The authors represent all social orders as fields, which consist of the following actors: incumbents; challengers and internal governance units. All fields are embedded in a broader field environment. It gives the most significant incentives to changes of the organizational models dominant in the fields in question. Incentives to changes are converted into changes in the case of mobilization for the collective action. It is crucial to have special social skill

for the start of mobilization process. Authors define social skill as an ability to understand other actors and manage them by creating shared meanings and identities for themselves and others. Thus the authors shift their attention from the control based on the resources or power to the ability to voluntary cooperation. Social skill and the ability to voluntary cooperation are the consequence of "existential functions of the social", the important innovation of this theory.

Keywords: organizational theory; social movement theory; collective action; theory of fields; strategic action fields; social skill.

References

- Bourdieu P. (1984) Quelques propriétés des champs. *Questions de sociologie*, Paris: Editions de Minuit, pp. 113–120. Russian translation: Bourdieu P. (1984) Nekotorye svoystva poley [On Some Features of the Fields]. *Sotsiologicheskoe prostranstvo Pierre Bourdieu*. Available at: <http://bourdieu.name/content/nekotorye-svoystva-polej> (accessed 14 December 2013) (in French).
- Fligstein N. (2001a) Polya, vlast' i sotsial'nye navyki: kriticheskiy analiz novykh institutsional'nykh tcheniy [Fields, Power, and Social Skill: A Critical Analysis of the New Institutionalisms]. *Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 2, no 4, pp. 28–55. Available at: <http://ecsoc.hse.ru/2001-2-4.html> (accessed 14 December 2013) (in Russian).
- Fligstein N. (2001b) Social Skill and the Theory of Fields. *Sociological Theory*, vol. 19, no 2, pp. 105–125.
- Fligstein N. (2013a) Arkhitektura rynkov: ekonomiceskaya sotsiologiya kapitalisticheskikh obshchestv XXI veka [The Architecture of Markets: An Economic Sociology of Twenty-First-Century Capitalist Societies]. *Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 14, no 1, pp. 28–53. Available at: <http://ecsoc.hse.ru/2013-14-1.html> (accessed 14 December 2013) (in Russian).

Fligstein N. (2013b) Arkhitektura rynkov: ekonomiceskaya sotsiologiya kapitalisticheskikh obshchestv XXI veka [The Architecture of Markets: An Economic Sociology of Twenty-First-Century Capitalist Societies]. *Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 14, no 3, pp. 64–95. Available at: <http://ecsoc.hse.ru/2013-14-3.html> (accessed 14 December 2013) (in Russian).

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

Mead G. H. (1967 [1936]) *Mind, Self and Society from the Standpoint of a Social Behaviorist*, Chicago: University of Chicago Press.

ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЕ ПРОЕКТЫ

М. А. Маяцкий

Труд, знание и досуг в постиндустриальном обществе



МАЯЦКИЙ Михаил Александрович —
доктор философии,
профессор кафедры
проектов в сфере
культуры отделения
культурологии
Национальный
исследовательский
университет «Высшая
школа экономики».
Адрес: 101000,
Россия, г. Москва,
ул. Мясницкая, д. 20.

Email: mmaiatsky@gmail.com

Кризис промышленного капитализма и фордизма-тейлоризма не означал «конца труда» [Rifkin 1995], но возвестил его глубокие преобразования. Производство вырвалось за пределы фабричных стен (глобализация, делокализация, аутсорсинг и проч.). Граница между рабочим временем и свободным временем стала расплывчатой и проницаемой. До недавних пор иудео-христианская цивилизация видела залог искупления и избавления именно в труде. Теперь же работы становятся мало, да «и та совсем не та». Типичной стала ситуация не пролетария, а прекария. Какой сценарий «экономии спасения» может предложить общество? Сможет ли цивилизация строиться на фундаменте уже не труда, но досуга? Особую амбивалентность обретает свободное время — время преодоления отчуждения и вместе с тем время потребления, а также сфера инвестиций мощных «индустрий досуга». Не становится ли оно по-своему продуктивным, а заодно и новым источником отчуждения? Как это влияет на конструирование субъективности? Как истолковывать новые феномены — сетевую солидарность, постоянное виртуальное взаимодействие, требования «пособия на существование», альтернативные экономические и экологические микропроекты? Расценивать их как маргинальные забавы или же как основу завтрашнего полиса и ойкоса? Политики на Западе регулярно обещают «реиндустриализацию», а в России — поворот от сырьевой к высокотехнологичной экономике. А какое будущее — в России и в мире — показывает барометр культурных практик? Таким был круг вопросов, которым занималась в течение 2013 г. научно-учебная группа «Труд, знание и досуг в постиндустриальном обществе» в рамках проекта, финансируемого Национальным фондом НИУ ВШЭ «“Когнитивный капитализм” через призму культурных практик и дискурсов (сравнительный подход)» (№ 13-05-0013).

Ключевые слова: труд; досуг; знание; потребление; отчуждение; прекария; деиндустриализация.

Название проекта: «Когнитивный капитализм» через призму культурных практик и дискурсов (сравнительный подход).

Финансирование проекта: Научный фонд НИУ ВШЭ (грант № 13-05-0013).

Сроки осуществления проекта: январь — декабрь 2013 г. (подана заявка на продление).

Руководитель проекта: Маяцкий Михаил Александрович.

Состав научно-учебной группы: Ева Рапопорт (преподаватель кафедры наук о культуре НИУ ВШЭ), Арсений Хитров (к. филос. н., доцент кафедры наук о культуре НИУ ВШЭ), Татьяна Бакина (студентка магистратуры отделения культурологии НИУ ВШЭ), Елизавета Березина (студентка магистратуры отделения культурологии НИУ ВШЭ), Мария Рикитянская (Вагина) (студентка магистратуры отделения культурологии НИУ ВШЭ), Алина Волынская (студентка магистратуры отделения культурологии НИУ ВШЭ), Анна Григорьева (студентка магистратуры отделения культурологии НИУ ВШЭ), Мария Мирская (студентка магистратуры отделения культурологии НИУ ВШЭ), Александр Михайлов (студент магистратуры отделения культурологии НИУ ВШЭ), Вера Ройтер (студентка магистратуры факультета философии НИУ ВШЭ), Александр Сувалко (студент магистратуры отделения культурологии НИУ ВШЭ), Александра Талавер (студентка магистратуры отделения культурологии НИУ ВШЭ), Анастасия Фильчева (студентка магистратуры отделения культурологии НИУ ВШЭ).

Наша научно-учебная группа (НУГ) «Труд, знание и досуг в постиндустриальном обществе» выросла, как это, вероятно, обычно и бывает, из лекционно-семинарского курса, близкого по теме. Я предложил студентам продолжить размышления, начатые на занятиях, в каких-либо иных рамках, и они не только сами подсказали мне, в каких предусмотренных в ВШЭ формах это лучше сделать, но и взяли на себя инициативу по организации и оформлению группы. Что привлекло их в этой проблематике? Мне кажется, что у многих гуманитариев (студентов, и не только), в том числе у культурологов, складывается представление о культуре как даже не о «надстройке», а о некотором эфирном облаке практик и идей, свободно парящем над прозаическим миром «заботы». Студенту-культурологу обычно не приходит в голову, что и «трудовая культура» тоже имеет какое-то отношение к его сфере. Наша группа предлагала как раз обратить внимание именно на эту область.

Сам проект восходит к конференции «“Когнитивный капитализм”: экономика знания, её возможности, её опасности», проведённой в январе 2007 г. ВШЭ совместно с Франко-российским центром гуманитарных и общественных наук в Москве. Тогда, на конференции и в предварившем её номере «Логоса» (№ 61, 2007), проблематика и сам термин «когнитивный капитализм» были введены в отечественный научный оборот. Ту конференцию мы подготовили совместно с Лабораторией MATISSE (Modélisations Appliquées, Trajectoires Institutionnelles, Stratégies Socio-Économiques — Прикладные моделизации, институциональные траектории, социоэкономические стратегии), подчинённой CNRS (Centre National de la Recherche Scientifique — Национальный центр научных исследований (НЦНИ) Франции) и Университету Paris I (Париж 1 Пантеон-Сорбонна), а выступили на ней сотрудники лаборатории Бернар Польэр (Bernard Paulré) и Антонелла Корсани (Antonella Corsani). Среди выступавших были тогда Б. Кагарлицкий, Карин Клеман, В. Куренной, В. Новиков, А. Пензин. Конференция уделила внимание и биополитическим аспектам (установление контроля над человеческими способностями, которые до этого времени были «независимыми», их фактическое вовлечение в трудовые процессы вне правовой базы), и новым явлениям в области занятости (сверхэксплуатация «когнитивных рабочих»), и последствиям «дематериализации» производства, и противоречивым изменениям в характере интеллектуальной собственности (ужесточение законодательства в области авторского права и патентования, но вместе с тем тенденции к свободному и незаинтересованному обмену услуг).

На 2013 г. наша группа выиграла внутренний конкурс ВШЭ и получила грант под проект «“Когнитивный капитализм” через призму культурных практик и дискурсов (сравнительный подход)» (№ 13-05-0013). Мы поставили целью через исследование культурных практик и дискурсов рассмотреть, в какой степени и в каких отношениях актуальную эволюцию России можно описывать в терминах когнитивного капитализма. Распределив между участниками научные задачи и административные поручения, мы начали наши семинары (за год их провели 16) с разбора недавно вышедшей книги Гая Стендинга «Прекариат» [Standing 2011] (мы её затем рекомендовали одному издательству к переводу). В этих обсуждениях мы пытались выработать категориальный аппарат, адекватный для понимания постин-

дустриального контекста. Рассмотрение различных аспектов проблематики, различных кейсов показало необходимость адаптации и корректировки западных теорий (кроме упоминавшихся, разбирались поиски Б. Стиглера и его группы *Ars Industrialis*¹) применительно к российскому опыту, а также надобность в выработке языка, позволяющего описать происходящие в России трансформации трудовых и досуговых практик. Была выявлена лишь относительная пертинентность западного концептуального аппарата к анализу российской ситуации.

Если западные политики ещё отказываются эксплицитно принимать идею деиндустриализации, то для социальных исследователей она уже исследуемая реальность, в которой обнаруживаются элементы будущей структуры: в зависимости от национального и локального контекста это может быть поворот к высокой технологии, к взыскательным услугам, к высокой или же массовой культуре или к сфере заботы о личности (*care*), в том числе и к курортно-туристской индустрии. В России такой поворот пока невозможен в силу неоднозначности политических и экономических инвестиций в высокую технологию, неразвитости системы услуг (поскольку в её основе должен лежать определённый индивидуализм, по-прежнему осуждаемый в России) и т. д. Однако рост потребительской культуры (по ту сторону осуждения «консьюмеризма») может оказаться той школой, через которую может пройти будущий человек постиндустриальной эпохи. Фигура просьюмера (*prosumer*), или производителя-потребителя, является такой парадоксально гибридной формой априориации неиндустриального или не только индустриального производства, ориентированного прежде всего на услуги.

Параллельно выявлялось состояние исследования (поскольку область исследований НУГ очень динамична и междисциплинарна), предпринималась теоретическая рефлексия (гипотеза когнитивного капитализма сама подвергается критике и самокритике, что осложняет изучение её применимости к российской ситуации) и разрабатывались несколько кейсов (*case-studies*).

Тематика кейсов такова:

- положение моногородов в современной России;
- особенности современных туристических практик (трансформации «внутреннего туризма», феномен индустриального (фактически постиндустриального) туризма, образ русского туриста за рубежом);
- механизмы престижного потребления (феномен демонстративного потребления роскоши — *bling-bling*), особенности навигации в досуговой сфере;
- проблемы профессиональной идентичности в условиях перехода к обществу когнитивного капитализма: идентичность художников (профессионалы *vs* любители, свобода творчества *vs* успешность, статус и оплата труда научных работников и преподавателей);
- переосмысление отношений между трудом и досугом в случае дачных практик, в свою очередь, эволюционировавших вместе с обществом;
- феномен дауншифтинга;
- взаимодействие досуговых практик с автомобильной культурой;
- современные практики организации труда у домохозяек;
- социальные сети и новые досуговые практики.

Результаты работы

Члены группы опубликовали несколько статей и выступили с докладами по теме проекта на внешних площадках: М. Рикитянская и М. Маяцкий писали о проблемах университета в становящемся «обще-

¹ См. URL: <http://arsindustrialis.org>

стве знания» [Маяцкий 2013; Рикитянская 2013], А. Волынская — о цирке и его месте в культурной политике [Волынская 2013], М. Мирская — об автомобиле и его значении в советской досуговой культуре [Мирская 2013], А. Сувалко — о вовлечении эмоций в экономический процесс [Сувалко 2013]. М. Маяцкий выступил с докладом о старых и новых типах социальной уязвимости в России на ежегодной конференции CRESC (Centre for Research on Socio-Cultural Change — Центр по исследованию социокультурной динамики при Совете по экономическим и социальным исследованиям в Манчестерском университете) в Лондоне, а Е. Березина рассказала о профессиональной Я-концепции личности в обществе «экономики знаний» на конференции «Образ будущего и его роль в общественном развитии» в Самаре.

Интеллектуальным и эмоциональным апогеем нашей работы стала международная конференция «Между трудом и досугом: к новой “экономии спасения”?», которая была организована силами НУГ в НИУ ВШЭ 26–27 ноября 2013 г.². В конференции приняли участие 25 исследователей из Великобритании, Нидерландов, Италии, России, Словении, Франции и с Украины. Столь масштабная конференция проводилась на отделении культурологии впервые и прошла, по общему мнению, очень успешно. В ходе заседаний и нескольких неофициальных встреч сложилась по-настоящему тёплая творческая атмосфера, побуждающая к дальнейшему сотрудничеству. Два дня конференции были богаты интересными докладами.

В своём выступлении Жан Виар³ обсудил вопросы, касающиеся одновременно демографии, досуга и коммуникации (коллаборативные практики, индивидуалистические или клановые типы идентификации, заменившие прежние — национально-классовые).

Антонелла Корсани⁴ анализировала дезориентацию во времени, связанную с утратой темпорального горизонта человеческого существования, и «колонизацию» нерабочего времени.

Два доклада — англичанки Джил Эбри⁵ и словенки Матеи Хабинц⁶ — тематически пересеклись друг с другом на проблеме выходных дней: уик-энд был порождён индустриальной темпоральностью и претерпевает в современной ситуации изменения, связанные с кризисом фордистской модели.

² См. подробнее URL: <http://www.hse.ru/rlms/announcements/102797713.html>

³ Jean Viard (доктор социологии, старший научный сотрудник Национального центра научных исследований и Центра политических исследований при Институте политических исследований — Docteur en sociologie, Directeur de recherche au CNRS et au Sciences Po). *Долгая жизнь, короткий труд, великкая метаморфоза* (Vie longue et travail court, la grande métamorphose — Long Life and Short Work, a Huge Transformation).

⁴ Antonella Corsani (преподаватель-исследователь по экономике, Центр экономики Сорбонны, факультет экономических наук — enseignant-chercheur en économie, Centre d’Économie de la Sorbonne, Maison des Sciences Économiques). *Хрон(олог)ическая дезориентация и колонизация нерабочего времени* (Désorientations temporelles et colonisation du temps hors travail — Temporal desorientations and colonization of out-of-work time).

⁵ Jill Ebrey (доктор социологии, Голдсмитский колледж, почетный научный сотрудник Центра исследований социокультурных изменений Манчестерского университета — PhD in Sociology, Goldsmith’s College, Honorary Research Fellow, Centre for Research on Socio-Cultural Change, Manchester University). *Выходные — досуг или... труд?* (The Weekend — Leisure or... Labour?).

⁶ Mateja Habinc (доктор этнологии, доцент отделения этнологии и культурной антропологии факультета искусств Университета Любляны — PhD in Ethnology, Assistant Professor at the Department of Ethnology and Cultural Anthropology, Faculty of Arts, University of Ljubljana). *Праздники в эпоху досуга: случай Словении* (Holidays In the Era of Leisure: A Slovenian Case-Study).

Надежда Галиева и Анна Ипатова⁷ в своём выступлении изложили результаты опроса пожилых людей об их отношении к образованию (как оказалось, оно более позитивно, чем это представляется молодёжи).

Паяль Арора⁸ в прекрасном докладе проанализировала каналы, по которым в цифровую эпоху элементы досуга, игры, культурного потребления сознательно и стратегически вводятся в производство.

Драматически складывается при переходе к экономике знания и услуг судьба низкоквалифицированных рабочих (мужчин), как это убедительно показал в своём докладе Даррен Никсон⁹.

Анна Зудина¹⁰ изложила результаты исследования самооценки работников в зависимости от формальной или же неформальной занятости, в частности в ситуации перехода из одного статуса в другой.

Неочевидные отношения профессии и хобби были рассмотрены в докладе Зинаиды Васильевой¹¹ на материале научно-технической поздне- и постсоветской интеллигенции.

Галина Евстифеева¹² затронула некоторые аспекты домашней экономики и неоплачиваемого труда в целом.

⁷ Nadezhda Galieva (м. н. с. Центра методологии федеративных исследований РАНХиГС — Junior Research Fellow, Centre for Federative Research Methodology, Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration), Anna Ipatova (кандидат культурологии, магистр социологии, магистр языкоznания. Старший научный сотрудник Центра методологии федеративных исследований РАНХиГС. Студентка магистратуры по социологии, Манчестерский университет Манчестера); Dmitry Rogozin (кандидат социологических наук, с. н. с. Института социологии РАН. Руководитель Центра методологии федеративных исследований Института социального анализа и прогнозирования РАНХиГС при Президенте РФ). *Либеральные установки на труд и знания в зрелом возрасте* (Liberal Attitudes on Labour and Knowledge in Mature Age).

⁸ Payal Arora (доктор наук по специальности «Язык, образование и технология», Колумбийский университет, доцент Отделения медиа и коммуникаций, факультет истории, культуры и коммуникаций в Университете Эразма Роттердамского, Голландия — Doctor in Language, Literacy and Technology, Columbia University, Assistant Professor in the Department of Media and Communication, Faculty of History, Culture and Communication, Erasmus University Rotterdam). *Фабрика досуга: производство в цифровую эру* (The Leisure Factory: Production in the Digital Age).

⁹ Darren Nixon (доктор социологии, старший преподаватель социологии, отделение теории коммуникации, социальных и психологических наук факультета здравоохранения и социальных наук, Университет Лидса — PhD in Sociology, Senior Lecturer in Sociology, School of Social, Psychological and Communication Sciences, Faculty of Health and Social Sciences, Leeds Metropolitan University). *Жаждать работы: низкоквалифицированные кадры и «неолиберальная субъективность» в «культурной экономике»* — Yearning to Labour: Low-Skilled Men and «Neo-Liberal Selfhood» in the «Cultural Economy»).

¹⁰ Anna Zudina (магистр социологии, аспирантка НИУ ВШЭ, м. н. с. Центра трудовых исследований НИУ ВШЭ). *Формальные и неформальные работники на российском рынке труда: сравнительный анализ самооценок социального статуса* (Formal and Informal Workers on the Russian Labour Market: Comparative Analysis of Subjective Social Status).

¹¹ Zinaida Vasilyeva (магистр истории и культурной антропологии, аспирантка Института этнологии Нёвшательского университета, Швейцария, исполнительный директор проекта «Russian Computer Scientists at Home and Abroad» («Российские программисты дома и за границей») Центра исследований науки и технологий Европейского университета в Санкт-Петербурге — MA in History and in Cultural Anthropology, PhD candidate at Institute for Social Anthropology, University of Neuchâtel, Switzerland, executive director of the European University at St. Petersburg project «Russian computer scientists at home and abroad»). *«У меня каждый раз хобби перерастает в профессию...»: самодеятельность в научно-технической среде в позднесоветском и постсоветском обществе* («My hobby transforms itself always in a profession...»: «self-activity» in the science and technology community in the late Soviet and post-Soviet society).

¹² Galina Evstifeeva (кандидат социологических наук, старший преподаватель кафедры политологии Владимирского филиала РАНХиГС — Candidate of Sociological Sciences, Senior teacher of the chair of political science of the Vladimir branch of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration). *Неоплачиваемый труд и судьба «массового общества» в эпоху позднего модерна* (Unpaid work and the destiny of «mass society» in late Modernity).

В нескольких докладах была прослежена связь досуга с потреблением. Алексей Попов¹³ посвятил выступление созданию специфической мобильной вещной среды, связанной с современным «номадизмом».

Вячеслав Комбаров¹⁴ проверил теории отчуждения, спектакля, узурпации времени Дебора и Бодрийяра эмпирическим социологическим исследованием ИТР российских промышленных предприятий.

Ещё один тип пересечения субъективности и потребления исследовал Нелло Бариле¹⁵: как через фигуру просьюмера и эволюцию исповедальных практик в современном «эмоциональном капитализме» происходит брэндингование «Я».

Манола Антониоли¹⁶, вслед за Бодрийяром, исследовала современную мифологию свободного времени с её сверхзадачей вернуть времени его потребительную стоимость.

В докладе Стефано Пеладжи¹⁷, посвящённом высококвалифицированной миграции из России, была прослежена связь между удовольствием, досугом и выбором на материале интервью с русскими студентами в Риме.

На конференции выступили, конечно, и члены нашей группы. М. Маяцкий¹⁸ очертил проблематику грани между трудом и досугом, опять, как и в докапиталистический период, ставшей взаимопроникающей.

¹³ Oleksiy Popov (кандидат исторических наук, доцент кафедры общественных наук Крымского экономического института ГВУЗ «Киевский национальный экономический университет им. В. Гетьмана» — PhD in History, Associate Professor, Chair of Social Sciences, Crimean Economic Institute «V. Hetman Kiev National Economic University», Simferopol, Ukraine). *Номадические предметы как орудия труда — быта ——досуга: трансформации мобильной «вещности»* (Nomadic Objects as Tools of Work — Life — Leisure: Transformations of the Mobile «Thingness»).

¹⁴ Vyacheslav Kombarov (кандидат социологических наук, научный сотрудник Института экономики и организации промышленного производства Сибирского отделения РАН, отдел социальных проблем, новосибирский Академгородок — PhD in Sociology, Research fellow, Institute of Economics and Industrial Ingeneering of Russian Academy of Science, Siberian Branch, Novosibirsk). *От отчуждённого труда к отчуждённому потреблению: гибридизация типов социального спектакля и гипосубъектность человека труда* (From Alienated Labour to Alienated Consumption: Hybridization of Types of the Social Spectacle and Hypo-Subjectivity of Working Man).

¹⁵ Nello Barile (доктор коммуникационных наук, менеджмента ресурсов и образовательных процессов, Университет Ла Сapiенца, Рим, профессор по теории медиа и социологии культурных процессов в Университете языков и коммуникаций в Милане — PhD in Communication sciences, resources management, and formative processes at University of Rome «La Sapienza», Professor of Media studies and Sociology of cultural processes at IULM University of Milan). *Брэндингование Я в эпоху эмоционального капитализма. Эксплуатация «просьюмеров» от риторики double-bind к гегемонии исповеди* (Branding the Self in the Age of Emotional Capitalism. The Exploitation of Prosumers from the Rhetoric of «Double Bind» to the Hegemony of Confession).

¹⁶ Manola Antonioli (доктор философии, профессор теории дизайна и архитектуры в Высшей национальной школе искусств в Дижоне, старший преподаватель в Высшей национальной школе архитектуры в Версале — Professor of Theory of Design and Architecture at National Higher School of Art in Dijon, Senior Associate Lecturer at National Higher School of Architecture in Versailles). *Эстетическая стадия производства и (или) потребления* (Le stade esthétique de la production/consommation — Aesthetic Stage of Production/Consumption).

¹⁷ Stefano Pelaggi (МА по социологии, аспирант по истории римского Университета Ла Сapiенца — PhD candidate in History at University of Rome «La Sapienza»). *Взгляд на удовольствие: досуг как ключевой фактор молодёжной мобильности и утечка мозгов. Кейс русских студентов в Риме* (Gaze on pleasure: leisure as a key factor on youth mobility and brain drain. A case history on Russians students in Roma).

¹⁸ Michail Maiatsky (доктор философии, Университет г. Фрибург, Швейцария, профессор НИУ ВШЭ, руководитель научно-учебной группы «Грунт, знание и досуг в постиндустриальном обществе» — PhD in Philosophy, University of Fribourg, Switzerland, Professor of the HSE. Supervisor of the research group «Labour, knowledge and leisure in postindustrial societies»). *К понятию отчуждённого досуга* (On the Concept of Alienated Leisure).

Доклад Елизаветы Березиной¹⁹ был посвящён практике так называемой вернисажной живописи, которую обслуживает легитимирующий её эстетико-экономический дискурс.

Алина Волынская²⁰ показала, как промышленные руины становятся сегодня предметом эстетизации, а затем и туристской конвертации.

В докладе Анны Григорьевой²¹ политический протест был рассмотрен в качестве социального времени, не совпадающего с досугом, но обретающего ряд его черт.

Мария Рикитянская²² исследовала работу и (или) досуг на даче, как он практикуется и осмысливается постсоветской молодёжью.

Александр Сувалко²³ на примере г. Сатка Челябинской области рассмотрел возможную роль культуры в преодолении социальных проблем моногородов.

В данный момент мы готовим к публикации сборник, в который войдут некоторые материалы конференции, дополненные другими статьями, в частности членов НУГ. В случае продления гранта мы намерены перенести центр тяжести с отношений «труд — досуг» на изучение изменения характера знания в постиндустриальном контексте.

Литература

Волынская А. Г. 2013. Цирк и политика в СССР (На примере «Уголка Дедушки Дурова»). В сб.: Глущенко А. Г., Куренной В. А. (отв. ред.) *Время, вперёд! Культурная политика в СССР*. М.: Изд. дом ВШЭ; 235–242.

Маяцкий М. А. 2013. Университет называется. *Логос*. 91 (1): 4–17.

Мирская М. Л. 2013. *Автомобиль в советской культуре*. Препринты Высшей школы экономики. Серия «Философия и исследования культуры». WP20/2013/03. М.: Изд. дом ВШЭ.

¹⁹ Elizaveta Berezina (студентка магистратуры отделения культурологии НИУ ВШЭ — MA student of School of Cultural Studies, HSE). *Междур профессионализмом и любительством: случай вернисажной живописи* (Between Professionalism and Amateurism: The Case of Amateur Painters).

²⁰ Alina Volynskaya (магистр культурологии, преподаватель отделения культурологии НИУ ВШЭ, аспирант МГУ, научный сотрудник Московского института социально-культурных программ — MA in Cultural Studies, PhD candidate at Moscow State University, lecturer at the Department of Cultural Studies, HSE, Research fellow at Moscow Institute for Social and Cultural Programs). *Пейзажи разрухи: эстетизация промышленного упадка* (Landscape of Ruin: Towards Aestheticization of Industrial Decay).

²¹ Anna Grigoryeva (магистр культурологии НИУ ВШЭ, магистрант социологии факультета политических наук и социологии ЕУСПб — MA in Cultural Studies, HSE, MA student in Sociology at the department of Political and Social Sciences at the European University in St. Petersburg). *Протест как досуг? Дискурсы сопротивления (нео)либерального городского протеста* (Protest as Leisure? On Resistance Discourses of the (Neo)Liberally Urban Protest).

²² Maria Rikityanskaya (магистр культурологии, преподаватель отделения культурологии НИУ ВШЭ — MA in Cultural Projects, lecturer at the Department of Cultural Studies, HSE). *Отдыхать в поте лица? Молодёжный дискурс о дачах в постсоветской России* (To Take Rest by the Sweat of One's Brow? Youth's Narratives about Dacha in post-Soviet Russia).

²³ Alexander Suvalko (преподаватель факультета дизайна, НИУ ВШЭ — Lecturer, Faculty of Design, HSE). *Может ли культура сделать из моногорода? Случай г. Сатка Челябинской области* (Can a Single-Industry Town be Transformed through Culture into a Double-Industry Town? A Case of Satka, Chelyabinsk Oblast).

Рикитянская М. Ю. 2013. Университет будущего: идеи и возможности. *Отечественные записки*. 4 (55). URL: <http://www.strana-oz.ru/2013/4/universitet-budushchego-idei-i-vozmozhnosti>

Сувалко А. С. 2013. Эмоциональный капитализм: коммерциализация чувств. Препринты Высшей школы экономики. Серия «Философия и исследования культуры». WP20/2013/05. М.: Изд. дом ВШЭ.

Rifkin J. 1995. *The End of Work. The Decline of the Global Labour Force and the Dawn of the Post-Market Era*. New York: G.P. Putnam's Sons.

Standing G. 2011. *The Precariat: The New Dangerous Class*. London: Bloomsbury Academic.

RESEARCH PROJECTS

M. Maiatsky

Labor, Knowledge and Leisure in Postindustrial Society

MAIATSKY, Michail

Alexandrovich — Doctor of Science in Philosophy, Professor, Department of Cultural Projects, School of Cultural Studies, National Research University Higher School of Economics.
Address: 20 Myasnitskaya str., Moscow 101000, Russian Federation.

Email: mmaiatsky@gmail.com

Abstract

Though the crisis of industrial capitalism and Fordism-Taylorism did not necessarily signify "the end of labour" [Rifkin 1995], it still marked its profound transformation. Above all, it affected the space-time characteristics of production, i.e. the space of labour went beyond the walls of factories (globalization, delocalisation, outsourcing, etc). The boundary between working time and leisure time became blurred. In modernity, labour was considered a guarantee of redemption. This raises the relevant question what scenario of "Economy of Salvation" can offer the society to the proletariat, now replaced by the precariat, in a context of fewer jobs or when the job itself has changed. The ambivalence of leisure time now means that it is beneficial both for the worker and for leisure industries. During leisure time, the worker not only rests and recuperates, but also perfects existing skills and gains new ones, develops his/her social networks, indulges in his/her hobbies and passions. In other words, one should be completely emancipated from work, yet while being emancipated the person can continue to form his/her own subjectivity, becoming potentially more valuable for the labour market. Thus we can see that leisure time itself can turn out to be productive. Global changes in the nature of labour and leisure have caused deep social metamorphosis in Russia by way of political regime change. In this "new world", former civil, economic and professional identities yield to stratification by habitus — everyday, consumer and cultural practices. However, will humanity be able to continue its development on the basis of leisure, not labour? Could network solidarity potentially be nourished by some kind of "livelihood allowance" or by alternative economic and ecological micro-projects, and thus be considered just as a marginal pastime or the basis of tomorrow's polis and oikos? Western politicians promise re-industrialization regularly, while their Russian colleagues argue for the turn from raw-material to high-tech economics. What future does the barometer of cultural practices show? This was the problematic of the research group "Labour, knowledge and leisure in postindustrial societies" in the framework of the project "Cognitive capitalism" through the Prism of Cultural Practices and Discourses (comparative approach)", sponsored by the Scientific Fund of the HSE (project number 13-05-0013).

Keywords: labour/work; leisure; knowledge; consumption; alienation; precariat; desindustrialisation.

References

- Volynskaya A. G. (2013) Tsirk i politika v SSSR (Na primere «Ugolka Dedushki Durova») [Circus and Politics in USSR]. *Vremya, vpered! Kul'turnaya politika v SSSR* [Time, Forward! Cultural Politics in USSR] (eds. A. G. Glushchenko, V. A. Kurennoj), Moscow: HSE Publishing House; pp. 235–242 (in Russian).
- Maiatsky M. A. (2013) Universitet nazyvaetsya [Known as University]. *Logos*, vol. 91, no 1, pp. 4–17 (in Russian).

- Mirskaya M. L. (2013) *Avtomobil' v sovetskoj kulture* [Automobile in Soviet Culture]. HSE Working papers. Series «Philosophy and Cultural Studies», WP20/2013/03, Moscow: HSE Publishing House (in Russian).
- Rifkin J. (1995) *The End of Work. The Decline of the Global Labour Force and the Dawn of the Post-Market Era*, New York: G.P. Putnam's Sons.
- Rikityanskaya M. Yu. (2013) Universitet budushchego: idei i vozmozhnosti [University of the Future: Ideas and Opportunities]. *Otechestvennye zapiski*, vol. 4, no 55. Available at: <http://www.strana-oz.ru/2013/4/universitet-budushchego-idei-i-vozmozhnosti> (accessed on 16 January 2014) (in Russian).
- Suvalko A. S. (2013) *Emotsional'nyj kapitalizm: kommertsializatsiya chuvstv* [Emotional Capitalism: Commercialization of Feelings]. HSE Working papers. Series "Philosophy and Cultural Studies", WP20/2013/05, Moscow: HSE Publishing House (in Russian).
- Standing G. (2011) *The Precariat: The New Dangerous Class*, London: Bloomsbury Academic.

КОНФЕРЕНЦИИ

Institutions that Change the World

Inaugural World Interdisciplinary Network for Institutional Research (WINIR) Conference

11–14 September 2014, Old Royal Naval College, Greenwich, London, UK

It is now widely accepted that institutions, broadly defined as systems of established social rules, are key factors of social life. Institutions affect economic performance and human well-being. Although the nature and role of institutions are matters of active research in several academic disciplines, including (but not limited to) economics, history, law, philosophy, politics and sociology, there is a need for the development of shared understandings that can help promote creative conversations across disciplinary boundaries.

WINIR has been established to advance this agenda. Unconfined to any single discipline, WINIR welcomes contributions from any approach that can help us understand the nature and role of institutions.

The inaugural WINIR conference will be held on the grounds of the stunning Old Royal Naval College in Greenwich, London, UK. The conference will start in the afternoon of 11 September and finish on the morning of 14 September with a guided tour of this UNESCO World Heritage Site that includes the Royal Observatory, home of the Greenwich prime meridian.

Keynotes lectures, representing five academic disciplines, will be given by:

Geoffrey Ingham (University of Cambridge, sociology);
Timur Kuran (Duke University, economics);
Katharina Pistor (Columbia University, law);
Barry Smith (SUNY Buffalo, philosophy);
Kathleen Thelen (MIT, politics).

Abstract submissions (400 words max.) from any discipline are welcome. All submissions must be explicitly about institutions (or organisations), and/or address institutional thought.

Submissions will be evaluated by the WINIR Scientific Quality Committee, currently composed of:

Peter Boettke (George Mason University, economics);
Simon Deakin (University of Cambridge, law);
Geoff Hodgson (University of Hertfordshire, economics); Timur Kuran (Duke University, economics);
Uskali Mäki (University of Helsinki, philosophy);
Katharina Pistor (Columbia University, law);
Sven Steinmo (European University Institute, politics);
Wolfgang Streeck (Max Planck Institute Cologne, sociology).

All conference participants must be members of WINIR.

The conference registration fee is £320, excluding the official conference dinner. To benefit from the early-bird registration fee of £270 registration must be completed by 31 May 2014.

Please note the following important dates:

28 February 2014	Abstract submission deadline	31 July 2014	Registration deadline for accepted authors
1 April 2014	Notification of acceptance	1 August 2014	Non-registered authors removed from programme
1 April 2014	Registration opens	31 August 2014	Registration deadline for non-presenters
31 May 2014	Early registration deadline	1 September 2014	Full paper submission deadline

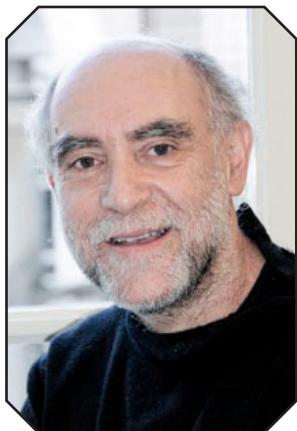
For information about the conference theme please write to Geoff Hodgson (g.m.hodgson@herts.ac.uk). For information about the conference venue please write to David Gindis (d.gindis@herts.ac.uk). Queries regarding membership and conference fees should be addressed to Francesca Gagliardi (f.gagliardi@herts.ac.uk).

Generous support for the First WINIR Conference is provided by Cambridge University Press.

The conference website: URL: http://winir.org/?page=events&side=conferences&sub=winir_2014

INTERVIEWS

“Organic” Gift-Giving and Organ Transplantation, the Development of Economic Sociology and Morality in a Super-Monetized World: An Interview with Philippe Steiner



STEINER, Philippe —
Professor of Sociology,
Paris-Sorbonne
University. Address: 28
Rue Serpente, Paris,
75006, France.

Email: philippe.steiner@paris-sorbonne.fr

Philippe Steiner, Professor of Sociology at Paris-Sorbonne University, was interviewed by Chris Swader, Associate Professor of Sociology at the Higher School of Economics. This interview was conducted during the international conference “Embeddedness and Beyond: Do Sociological Theories Meet Economic Realities?” (Moscow, 25–28 October 2012), at which Prof. Steiner co-chaired the mini-conference “Market Society and Moral Order”.

In the interview, Prof. Steiner described his background and the professional trajectory that led him to economic sociology. He explained how his research interests in organ donation and transplantation developed. Prof. Steiner devoted several comments to plans for future research. He was primarily interested in two topics: (a) organizational gift-giving and (b) how gift-giving and markets co-exist in the same spaces.

Additionally, Prof. Steiner depicted the process of institutionalization of economic sociology as an academic discipline in France and noted several peculiarities of French economic sociology compared with the US and Brazilian versions.

Finally, Prof. Steiner discussed the Polanyian perspective and Zelizer’s research and clarified his own view of the super-monetization of the modern world. According to Steiner, Zelizer’s fascinating depiction of a world dominated by commodification and money may have evaded political issues that were central to Polanyi and decisive for understanding contemporary markets.

Keywords: gift-giving; market exchange; organ transplantation; morality; benchmarking; money; commodification; Karl Polanyi; Viviana Zelizer; economic sociology.

— Thank you very much for sacrificing the time to talk about your research, and welcome to Moscow. You are here for the second time, I understand. My first question is about your background. I’ve seen that you have a Ph.D. in economics and two habilitations: one in economics and one in sociology. Some social scientists have difficulty applying particular labels or subfield labels to themselves. I was wondering which labels you are most comfortable with in describing yourself and your research?

— Thank you for this opportunity to have this conversation about my trajectory. Basically, my training was in economics. At the same time, I was trained with a minor in sociology when I was at the Ecole Normale Supérieure in Cachan at the end of the 70s. I graduated in econometrics and mathematical economics, and then I decided to pursue a Ph.D. in the history of economic thought. This was the first big change. At that time, it was very difficult to enter a university in France. Therefore, I was appointed as a lecturer in sociology at the Université Paris-Dauphine. I began to read again the classics in sociology, and I noticed that there was a good deal about economic matters. I began to collect all of this information regarding the economic aspects of classical sociology. And then, finally, I began to teach economic sociology at my university. I think it was one of the first lecture courses on economic sociology in France at that time.

— *And when was that?*

— I think it was at the end of the 1980s. The head of the department was smart enough to say, “OK, do it. Do it”. It was something completely new. I was fortunate in that respect to have such a liberal colleague. It began that way, and it’s true that because of my background, it (the course) was primarily on the history of ideas. I began with the study of the classics, and then, after some work on those classics, including my book on the sociology of economic knowledge based on Max Weber, I was interested in the functioning of markets — the large number of new markets created at that time. I began thinking about why in some instances there are no markets. In my mind, this is a very specific moment, which I can describe in the following way. On route to Cambridge, I stopped by the London School of Economics library, and I picked from the shelves the new edition of the book by Richard Titmuss *The Gift Relationship* [Titmuss 1997]. It came as a surprise to me, because as you know there are a lot of people in France who discuss the gift economy, gift versus market exchange, the so-called Maussian movement, with Alain Caillé, who was and who still is the leading thinker in that field. And I said: “Wow, they never talked about this kind of modern gift, modern biological gifts.” I read that book immediately, and it was something very important for me. Then, I decided to study the issue of gift-giving in the bio-medical field. I decided to focus on the issue of organ donation because the connection between blood and organs, which was my primary idea, seemed too complex. Kieran Healy did something in that direction first, and reading Healy and reading my own documents and data, I thought that it was better to focus on one specific element basically because blood is produced by the body all the time. But when you donate a kidney, a kidney is not reproduced by the body — that makes a substantial difference.

— *And that’s the project that you are working on now? You are still writing on this issue of organ transplantation in the market of human body parts?*

— Yes. I’m still working on that point. I hope to enlarge the inquiry in certain respects, and this is the topic of my next book. The reason is the following: when I studied the issue of organ transplantation, in full agreement with Healy’s approach, the organizational setting appeared to be very, very important. Accordingly, organ donation is a gift that individual actors provide to organizational actors. And then, with this gift, the organization conducts an extensive and very important process to ensure that the kidney does not convey illness, AIDS, cancer. In addition, the degree of compatibility between the organ and the body is checked. And they do this very rapidly. Then, they allocate the gift to a new individual actor. However, the important thing, in my opinion, is that between the first individual actor and the second one there is a large organization. More precisely, a plurality of organizations. This is something that I refer to in my present book as “organizational gift-giving”. To parallel the Durkheimian distinction between mechanical and organic solidarity, I would call this “organic” gift-giving and thus draw a distinction between the usual story about people in Melanesia who give gifts according to Malinowski and Mauss.

— *In which way do you think this organizational aspect changes the function of the gift in terms of reciprocity? Does it break the chain of reciprocity? Or do these gifts represent something like a pure gift?*

— I'm not so sure that this is a pure gift because many people are expecting something. When people donate the organs of a dead relative, the primary situation is this: when family members donate the organs of a dead relative, they are managing to give death some meaning because usually these dead individuals were healthy. They were young. The average age of the donor is 50 in France. They were healthy. Because if they were not, the gift cannot be given. For example, if you have cancer, you may not donate a kidney tainted with cancerous cells. That is, they are young, healthy, and suddenly they die. Therefore, this situation is very difficult to handle for the family members, and at least one element they expect from this situation is to receive a feeling that something positive came out of this death. This is one type of reciprocity, and we can experience this feeling, which is completely different from the usual reciprocity documented by Mauss or Malinowski. The fact that people say, "We give this to humanity." Similarly, we encounter individuals who are definitely going to die from cancer. And these people say, "I cannot expect anything from the drug that you are putting in my body. However, I allow it thinking that maybe it could help you medical professionals find a drug that will save people in the near future". Therefore, this is a type of societal giving, or "organic gift". This is not the usual, direct, reciprocity but a type of — I would say — expectation that something good will follow from my gift, reciprocating the help that I have received from the medical organization.

— *You spoke just now a little about the internal narratives used by organ donors, for example, making sense of death and the idea of working toward a better society. What about the social meaning of, for example, individuals who indicate that they are organ donors? Recently, in the US, most likely for technical reasons, these organs are quickly harvested. Thus, "Organ donor" is even written on the driver's license. Do people tend to publicize this willingness to donate an organ in order to try to gain some type of social capital or clout?*

— No, I don't think so. We have to go into the details. I discussed that point with the people in charge of the supervision of the transplantation domain in France. And they say that it is impossible to gain social capital in this manner for the simple reason that according to the law any French citizen is presumed to be a donor. This has been so since the end of the 70s. Therefore, you cannot earn some type of symbolic capital only by obeying the law.

Certainly, in the US, people are pushing in this direction, with the aim of providing a symbolic reward to the families who have donated to medical organizations because in the US, medical organizations must obtain explicit consent. In this case, you can earn some type of symbolic capital. However, as far as I know, it also doesn't work so much in this way in the US. Recently, there was a paper by Alvin Roth (an economist at Harvard, Nobel prize winner in 2012), who is a specialist in matching donors and recipients. He has done wonderful work on this point. He published a paper based on experimental economics in the *American Economic Review* [Kessler, Roth 2012]. According to his research, individuals are more eager to participate in the field of donation if the organization provides them priority if they should need a kidney in the future. Thus, there is a type of "exchange": "I'm ready to give you something if I die under the relevant conditions, and reciprocally, if I need a kidney, I would receive priority because I was ready to donate body parts." This is a further example of a situation in which individuals are interfacing with organizations and not exactly with human beings in terms of individual actors. Therefore, this is a point that I would like to study.

— *On this subject, it must also be interesting how individuals imagine the intentions of the organizations, that is, if the organization's intentions or values match those of the individuals.*

— Yes, you are right. When you return the organization within the field of gift-giving, you can understand that someone donates something to the organization and then a different organization will eventually provide the donation to the recipient. However, between the organizations, you may have market exchanges. So, the issue also concerns the mingling between market exchange and gift-giving. One of my topics would be to follow

according to this view individual and organizational gift-giving and — I would say — market exchange or organizational exchange. To proceed further, perhaps in direction established by Viviana Zelizer when she spoke about circuits of commerce. I think that Zelizer noted an important aspect of transactions. However, I would like to focus not only on the point when people must converge and agree on whether what they are doing is, for example, a gift, a payment, or a bribe. Certainly, they must agree on that. If not, the transaction is difficult to implement. This is one point. However, another point is the following: there are examples (let us say in charity organizations) in which on one side individuals arrive to donate furniture, clothes, or old toys from their children. They donate to the charity organization, and they know that in the other part of the building the charity organization will sell these gifts to other individuals. And in certain instances, individuals are going to donate something, and then they go to the other part (of the building) and buy something that was donated by others. Thus, gift-giving and some type of market are not truly separate fields. In certain examples, like this one, they occur in the same building. This type of thing is also of interest to me. In other example, I may buy something on eBay that I know someone received as a gift. This is also a subject that I would like to study because I think that the modern ideas set forth by Zelizer could be expanded on. This is the second aspect of my next work, which I am working on now.

— *Thank you very much for this response. Now, I would like to question you a little about economic sociology more broadly. Specifically, I read one article you wrote, which was published in 1995 [Steiner 1995], which states that economic sociology was “in fashion,” of course like any subfield may be. It was 1995, and no doubt that characterization remains true today. And I was wondering if you could describe how these fashions within economic sociology have changed since then.*

— I will base my answer on the French case so I can answer your question more precisely about this fashion that was characteristic in France with respect to economic sociology. Out of this trend, a type of success developed for economic sociology in France. There are approximately 80 French universities across France. With one of my students, we collected information from these 80 universities. We discovered that in approximately 60% of these universities, lectures on economic sociology were offered in the economics or sociology departments, occasionally in both. Furthermore, these lecture courses in economic sociology were offered as basic-level or for advanced, graduate courses, for instance for master's degrees. Thus, there was and there is today significant amount of economic sociology, which is now considered to be — I would say — a normal element of the education of economists and sociologists. So, from this fashion, I think there is now in France a genuine movement in which economic sociology is now part of the curriculum. Thus, a success. I think that this is one point. The second point is that the community in France also succeeded in a second sense: we have constructed a network and meeting points at which economists and sociologists conduct discussions, debates, and communal research together. We succeeded in making everyone attend this type of event. When I say “One,” I mean that we are diverse in France because there are some interesting directions: Weberian approaches, network analysis, or research grounded on Durkheim's, Bourdieu's, or Latour's viewpoints. There is a large diversity. However, we are still able to discuss together to proceed further. And I think this is a pretty good way to achieve something in that field. In this respect, paying due respect to the differences in size, visibility and prestige, I think we are more or less in the same trend as in the US. Because in the US as well, economic sociology is being well represented by the American Sociological Association.

— *May I also ask if within economic sociology there would be — I'm not asking you to outline particular “more fashionable areas” — but I'm wondering if there are areas that are perhaps overlooked as a result of particular trends within the sub-discipline, if there are dark corners on which you think need more light should be shed.*

— If we look at given society in France, for example, we could note certain dark corners, as you say. However, if we take a broader view, it is different, and what I have in mind is what is occurring now in Brazil. The issue

of NGOs and the cultivation of soybeans or the issue of ethanol made from sugar cane are neglected in France. However, such issues are of the utmost importance to Brazilian economic sociologists. On the other side of the coin, in France, economic sociologists are interested in art markets. The art market and the labor market, for example, in the case of groups performing 17th-century baroque music. When I mention that to my friends and colleagues in Brazil, they say, "Wow, you are really doing that in France?" Because for them, this is perhaps, I'll not say useless, but strange (or "baroque") because for them, poverty, corruption, sustainable development and the issue of de-forestation in the Amazon are highly important. Both things are interesting. So, I say to them, how do highly skilled workers perform their jobs? How do they find new positions? Is this something similar to the creative work of artists? Aren't they both creative workers? Therefore, I'm not sure that there are truly dark corners at present. Finally, I would like to stress that one success and one important thing that is emerging from economic sociology and the development of economic sociology is that at present economic sociology is much more than a sub-discipline of sociology. It is a constitutive part of general sociology. I think that good sociologists, even if they specialize in cultural sociology, political sociology, gender analysis, or whatever, should have some knowledge of economic sociology because economic activity is central in our society. This is the important point.

— *I have only two more questions, I think. They are related to Polanyi. I found your comments in relation to Polanyi and Zelizer and Granovetter intriguing. I was reading how you discussed the collapse of Polanyian thinking and how in France Polanyi is underappreciated. There is one particular quotation that I want to read to you. You were referring to a truly fascinating feature of Zelizer's work regarding a "super-monetized world in which no social interaction is without monetary benchmarking; a world in which social distinctions and social considerations are nothing but an amount of cash. In this sense, Zelizer's works explore a fascinating side of the world that Polanyi did not consider, since he believed that such a world could never exist, for it would be a world dominated by a catalytic order able to monetize and sacralize by the same token [Steiner 2009: 106]."* Aside from Zelizer's critique of Polanyi, I was wondering whether this particular world that is described, a "super-monetized world" let's say, is that something that you would believe in? How would you address this?

— This is a big issue, and I have no direct answer. It was a type of question that I raised to obtain if possible an answer from Zelizer. In my view, she is doing something that Polanyi did not do. In a very important paper published in 1947, Polanyi was toying with the idea that when labor is sold and bought on the market, the human being becomes a fictitious commodity ruled by the "law of supply and demand [Polanyi 1947]." To earn their livelihoods — I use the Polanyian concept intentionally — they enter the world of formal economics, in the sense that they are expected to act according to the optimization behavior that is at the root of economics. Polanyi never tried to understand how such a world would function and what the consequence would be of the domination of "human livelihood" by commodification and money. Zelizer is precisely doing that, and she discovered an intriguing situation: money becomes a way to sacralize human beings (those receiving stratospheric remunerations) and things (high-priced commodities), a situation that was noted by Georg Simmel. This is intriguing because it means that in such a super-monetized world, money is endowed with a symbolic power that is usually located in morals or religion. However, for the moment, I am not directly seeking to proceed further in this direction. In contrast, I am trying to map gift-giving, inheritance, and the exchange of symbolic goods, which are at the frontiers of usual market exchanges, to provide a broad view of what exchange at large means in our present society. Considering market exchange as a limited element of all the transactions in the world is my way to escape this super-monetized world.

— *Thank you. When I read this citation, the implication that there is a moral or political neutrality embedded in this type of research that you are contrasting with Polanyian thinking it very striking. I was also wondering how you would view this issue, that is, political or moral neutrality in relation to Granovetter's embeddedness, because I have not read this type of comparison from you yet. However, I was wondering how you would*

compare Granovetter's embeddedness and Polanyi's in terms of, for example, the questions of politics and morality.

— Yes, this is definitely important of course, and I think this constitutes a substantial difference between Granovetter's research and Polanyi, that is, the issue of politics. Let us continue with the issue of gift-giving. There are three different conclusions to Mauss's essay on the gift. One concerns political economy and economic sociology. The second concerns morals. The last concerns the political and anthropological view of the world. Thus, the political dimension is important for French sociologists who read Mauss. The gift economy contrasts with and opposes market exchange. Because of this background, I was a bit uneasy when I read Zelizer's books. I am very impressed by what she achieved. However, it seems to me that she evades the political issues. Perhaps she is correct in the sense that we are moving in the direction of a new world characterized by this super-monetized situation. However, for the time being, I still believe that this is a political issue open to what Polanyi termed "the double movement thesis". Social forces are pushing in the direction of a full-blown market society, whereas others are resisting and devoting their energy to maintaining a frontier between market exchanges and other forms of exchange. In that sense, political issues remain central, as in Polanyi's time. To return to my research on organ transplantation, I would like to stress that the last chapter of the book concerns what is usually referred to as transplant tourism — is it good to have transplant tourism? Should it be fully legalized? Is the creation of a biomarket in India for Americans suffering from final-stage kidney failure a good thing? You must say yes or no. You cannot escape a political decision. And my answer was "Definitely, no biomarkets". However, of course, this is not an easy position because as you know there are individuals who are dying because of the lack of kidneys. Therefore, this (response) is uncertain, difficult. However, in the end, not giving an answer is a boon to those pushing for the commodification of body parts. So, finally, I decided to stay on the Maussian–Polanyian side — "limit the market."

— OK. Thank you very much for this talk. I think the readers of the journal "Economic Sociology" will very much enjoy reading it. I hope you return to Moscow again.

— Definitely, with great pleasure.

Interviewed by Chris Swader

October 2012, Moscow

References

- Kessler J. B., Roth A. E. (2012) Organ Allocation Policy and the Decision to Donate. *American Economic Review*, vol. 102, no 5, pp. 2018–2047.
- Polanyi K. (1947) Our Obsolete Market Mentality. Civilization Must Find a New Thought Pattern. *Commentary*, vol. 3, pp. 109–117.
- Steiner Ph. (1995) Economic Sociology: A Historical Perspective. *The European Journal of the History of Economic Thought*, vol. 2, no 1, pp. 175–195.
- Steiner Ph. (2009) Who is Right about the Modern Economy: Polanyi, Zelizer, or Both? *Theory and Society*, vol. 38, no 1, pp. 97–110.
- Titmuss R. (1997) *The Gift Relationship: From Human Blood to Social Policy*, New York: The New Press.

NEW TEXTS

P. Martynenko, Y. Roshchina

Patterns of Alcohol Consumption as a Social Group Indicator in Modern Russian Cities¹



**MARTYNNENKO,
Petr Alexandrovich —**
Student of Master's
Program "Applied
Methods of Social
Analysis of Markets" of
Faculty of Sociology,
National Research
University Higher School
of Economics. Address:
20 Myasnitskaya str.,
Moscow, 101000,
Russian Federation.

Email: petr.martynenko@gmail.com

This article analyzes the correlation between alcohol consumption patterns in Russian cities and the characteristics of consumers, including their social status. The empirical dataset used in this study was generated from the Russian Target Group Index for 2000–2010 and produced by Synovate Comcon. The methods used in the study include correlation analyses, cluster analyses and correspondence analyses. The results of the study confirm that differences in alcohol consumption patterns are important characteristics of social groups — stratified by gender, age, education and income — in Russia. Beer, vodka and other spirits are typically consumed by men, whereas wine, champagne and liquors are typically consumed by women. The different social classes also have different chosen beverages: the highest social classes prefer wine, champagne, cognac, whisky and exotic beverages such as rum and tequila. The volume of consumed alcohol is not an indicator of social class. Beer and vodka — beverages consumed by all social groups — are mostly consumed by the poorer and less educated. This study also identified the following consumer clusters: "light drink lovers" (beer-oriented consumption), the "masculine consumer" (consumption of beer and vodka), the "feminine consumer" (wine- and champagne-oriented consumption), and the "eclectic type" (multi-oriented consumption). These clusters have different social and demographic characteristics. In modern Russia, patterns of alcohol consumption and the social class of the consumer tend to be highly correlated. Variegated consumption patterns associated with the postmodern lifestyle were detected in fewer than 5% consumers of alcohol; these consumers tended to be educated, well-off, young and employed in executive positions.

Keywords: consumption structure; alcohol consumption; social class; social status indicators; lifestyle; postmodern society.

The deterioration of health, the increasing mortality rate and the social consequences (e.g., violence and loss of income) associated with excessive alcohol consumption have prompted researchers and state authorities to place increasing emphasis on the task of reducing alcohol consumption [WHO 2012]. In recent years, Russia has adopted disincentives for alcohol consumption, including increasing minimum retail prices, limiting the sale of alcohol at night, instituting a ban on the sale of alcohol in kiosks, requiring licenses from the manufacturers, etc. [Neufeld, Rehm 2013]. In addition to its numerous negative impacts, alcohol is addictive — in other words, the current consumption level depends on the previous consumption level. However, alcohol is a consumer

¹ The results of the project "Sociological Research of Contemporary Russian Markets", carried out within the framework of the Basic Research Program at the National Research University Higher School of Economics (HSE) in 2014, are presented in this paper.



**ROSHCHINA,
Yana Mikhailovna —**
Candidate of Science in
Economics, Associate
Professor of Department
of Economic Sociology,
Senior Research Fellow,
Laboratory for Studies
in Economic Sociology,
National Research
University Higher School
of Economics. Address:
20 Myasnitskaya str.,
Moscow, 101000,
Russian Federation.

Email: yroshchina@hse.ru

good and its consumption depends on the economic and social patterns of consumption of other products (such as foodstuffs): many studies have shown that alcohol consumption increases with income and decreases with increasing prices (ref.: [Grossman et al. 1993; Clements, Yang, Zheng 1997; Andrienko, Nemtsov 2005] et al.). Empirical research has also shown that factors such as gender, age, education and place of residence influence the demand for alcohol. (ref.: [Farrell, Fuchs 1982; Hughes et al. 1997] et al.).

In addition to studying quantitative aspects of the demand for alcohol (which, as a rule, are associated with levels of ethanol consumption), it is necessary to analyze patterns of consumption (i. e., the percentage of consumers consuming certain drinks and the volumes consumed by these groups). In the 1990s, Russia shifted from a predominantly so-called northern pattern of consumption (primarily vodka-oriented) to an average European pattern of consumption (beer- and vodka-oriented) [Roshchina 2012: 245]. By the early 2000s, a radical change in the patterns of consumption had occurred: the amount of vodka and homebrew consumed decreased and the percentage of people consuming beer and wine increased. In the last 10 years, the percentages of consumers consuming different alcoholic beverages have remained relatively stable. This change has often been regarded as positive; however, because beer has a lower-proof potency than vodka and therefore tends to be less fatal, “beer alcoholism” has become a topic of concern [Shatikhin 2012].

The changing consumption patterns are important contributors to the reduction in the general volume of alcohol consumed and, consequently, to the improvement in public health. The choice of alcoholic beverages and other consumer goods (including foodstuffs) reflects the lifestyle and social status of the consumer. For this reason, our study focused on patterns of alcohol consumption and the social characteristics attributed to different beverages. Many studies have stressed the need to differentiate foodstuffs from beverages when evaluating social status indicators [Bourdieu 1984; Douglas 1987; Thornton 1987]. However, in the last quarter of the 20th century, sociologists described the emergence of the “post-class” society where individual practices are less and less defined by the usual social units (class, stratum, gender, age and group) [Beck 1992: 2–3]. Russia is often described as a “post-class” society [Ionin 1998: 252]. This phenomenon is corroborated by the theory of postmodern society where lifestyle becomes ever more fragmented and disconnected from social statuses [Harvey 1989; Herpen, Verger 2008].

In this study, we evaluate whether the consumption of specific alcoholic beverages is a marker of differentiating social groups in modern Russia. First, we will present an overview of the economic and sociological concepts of alcohol consumption that explain which factors influence the volume and patterns of consumption. Second, we will consider the methodology used in this study. Finally, we will present the empirical results.

Theories of Alcohol Consumption in Economics and Sociology

The reasons for, features of and factors associated with the consumption of alcoholic beverages have been the subject of economic and sociological studies

for quite a long time. We will consider the concepts that describe which social groups (in terms of gender, age, occupation, and hierarchy) tend to consume a larger or smaller volume of alcohol and specific beverages and brands.

In economics, empirical research into this field began with the publication of G. Becker and K. Murphy; the authors developed the theory of rational addiction to explain the commitment of an economic agent to a specific good over a long period of time [Becker, Murphy 1988]. Drawing on the notion of consumer capital, the researchers show that a habit is the result of maximizing the benefit of consuming a good. This result is related to the accumulation of consumer capital [Becker, Murphy 1988: 677]. An important conclusion of this model is that people focused on the short term are more likely to consume “harmful” goods than people focused on the long term [Becker, Murphy 1988: 682]. It is therefore likely that individuals with a higher level of education are less likely to consume alcohol because they are better at forecasting their future.

Another aspect of the study of alcohol consumption is the connection between the level of consumption, the income of the consumers and the pricing of the goods. The consumption (i.e., the physical volume) of alcohol increases with income. However, certain researchers have reported a non-linear correlation between income and consumption. A U-shaped correlation between income and consumption has been identified in Russia: the poor and the rich drink more than individuals with an average income [Andrienko, Nemtsov 2005]. Another attribute of alcohol consumption is that the amount spent on alcohol (but not the level consumed) increases with the income of the consumer. This means that more well-off individuals prefer to improve the quality of the consumed spirits and purchase better more expensive beverages instead of increased quantities of alcohol.

In the social bond theory, alcohol consumption is perceived as a form of deviant behavior [Hirschi 1998]; another sociological approach perceives it as a reaction to the unhealthy psychological and emotional condition of an individual [Peirce et al. 1994]. These ideas suggest that the poor, the social dropouts and people suffering from stress at their workplace (for instance, top managers of enterprises) may be more active consumers of alcohol.

In this article we are more interested in the so-called structural approach, which focuses on the type (and not just the volume) of the consumed goods. This approach was developed to analyze the correlation between the social structure and culture of a society and the variety of its gastronomic preferences (including beverages) [Douglas, Isherwood 1979; Levi-Strauss 1981]. Here, the consumption of different kinds of alcohol is tightly connected with the gastronomic preferences of the region, time and social class [Braudel 1979]. N. Elias [Elias 1969, 1982] and S. Mennell [Mennell 1987] have also shown that changes in nutrition (and in the consumption of beverages) are subject to the so-called *civilizing effect*; according to this effect, consumers exert increasing control over their affects, and eating and drinking becomes more and more restricted and socialized. At the same time, this theory introduces limits to certain kinds of food and beverages, including limits related to the markers of gender and social status [Mennell 1985; 1987]. In this way, the consumption of meat and certain kinds of alcoholic beverages becomes a privilege of the rich or of men. Strong drinks are also a symbol of masculinity. A possible explanation for why women and young people are not allowed to consume strong drinks in many societies is that limiting their consumption protects their health and that of their offspring [Douglas 1987: 7]. In this context, the consumption of alcohol (strong drinks especially) might symbolize maturity for young people or gender equality for women.

In cultural studies and in anthropology, eating and drinking represent a ritual. Alcohol may be consumed when an employee has transitioned from a work setting to a leisure setting; alcohol can also be a marker of social exclusion, of social roles or of friendship [Douglas 1987: 10]. In addition, the consumption of alcohol is a ritual that is often associated with important events. Certain beverages are associated with certain holidays (champagne and the New Year, for example). Thornton examined the consumption of two alcoholic beverages

in Austria — sekt and schnapps — in the context of their social meaning [Thornton 1987]. Sekt (sparkling wine) is a formal drink consumed during the holidays and important celebrations. In contrast, schnapps (fruit vodka) is not associated with formal events and is typically consumed among family and friends. The consumption of specific drinks associated with a certain social relationship can say a great deal about the consumer. For example, sekt is typically consumed by professionals who prefer formal relations and are more individualized, whereas schnapps is more often consumed by workers and farmers who tend to establish stronger more friendly social relationships [Thornton 1987]. In this context, alcohol consumption is no longer a means of satisfying an individual need: it becomes a means of reproducing the structure of social positions and acquires a symbolic meaning [Baudrillard 1968].

Approaching the consumption of goods (and of alcohol in particular) as a mechanism of reproducing the social structure is one of the basic ideas put forth by the French sociologist Bourdieu [Bourdieu 1984]. Bourdieu described the effect of lifestyle (practices and tastes) on the volume and balance of the economic and cultural capitals of different social groups. Bourdieu notes that different conditions of life generate different practices. Professors and teachers, who possess a larger volume of cultural capital than industrialists and businessmen, consume different types of food and beverages and pay different relative amounts for these goods. The consumption of wine and beer is more characteristic of workers in France, whereas the more affluent classes typically drink cognac and champagne. At the same time, the theory of postmodern society states that the modern world erases many of these class differences [Harvey 1989]; in a postmodern society, the city dwellers acquire a more fragmented and variegated lifestyle, with practices adopted from different social segments of society.

Empirical research on alcohol consumption is another source of data contributing to the structural approach. The typologies of alcohol consumption used by the authors can draw from both the quantitative and the qualitative approach. The quantitative approach traditionally identifies at least three groups: the abstainers, the moderate drinkers and the harmful drinkers [Brennan et al. 2009]. The qualitative approach distinguishes the northern consumption pattern (choosing beverages like vodka and occasional binge drinking) from the southern consumption pattern (with predominant and regular (but not abusive) consumption of wine) and the central European consumption pattern (focused on the consumption of beer and, occasionally, spirits) [Popova et al. 2007]. Statistical data show that the central European pattern is being embraced in more and more countries, including countries previously attached to the northern or southern patterns of consumption [Popova et al. 2007]. Russia is not an exception to this trend: in the 1990s, the number of vodka consumers dropped considerably, with a resultant increase in beer consumers [Tapilina 2006; Roshchina 2012].

Consequently, the findings of alcohol-related research have generated two competing hypotheses.

Hypothesis 1: the volume and patterns of consumption of alcohol in Russia remain strongly associated with social group (i.e., gender, age, social class, and other characteristics).

Hypothesis 2: the boundaries defining the consumption patterns of social groups are becoming increasingly blurred (especially in the cities), and more citizens are adopting a postmodern lifestyle characterized by combinations of fragments of different types of consumption. In our case, this hypothesis suggests that there is a weak connection between how alcohol is consumed and the social characteristics of consumers, and those consumers drink combinations of different beverages.

Methodology of the Research

For a number of reasons, we will only focus on alcohol consumption in big cities. First of all, differences in alcohol consumption patterns have been shown to vary with the level of urbanization: in big cities, the

percentage of consumers who drink wine and cognac is 1.5–2 times greater than in rural areas, whereas the percentage of homebrew consumers is 2 times smaller [Klimova 2007: 35; Roshchina 2012]. Secondly, social alcohol consumption patterns are more homogenous in rural areas; therefore, testing the correlation between consumption patterns and social characteristics in these areas is of less interest. Thirdly, conspicuous consumption and postmodern lifestyles are more typical for city dwellers than for rural populations [Herpen, Verger 2008; Kozyreva, Dorofeeva 2008: 73].

This project uses a dataset generated by the RusIndex National Survey² provided to us by Synovate Comcon³. Synovate Comcon has been collecting these data every year since 1995. RusIndex is a wide-scale survey tracking the consumption of goods and services, media audiences and lifestyles, and social and economic parameters of households and their members. The annual sample of RusIndex includes 14,800 households (28,000 individuals aged 10+). The source population consists of 62.5 million people living in cities with a population of more than 100,000 people.

We will focus on the patterns of alcohol consumption using data from RusIndex from 2000–2010 and on factors influencing consumption of different types of alcohol using data from 2010. The source population of RusIndex (people aged 16+ living in cities with a population of more than 100,000 people) consisted of more than 57 million people in 2010; the sample consisted of almost 29,000 people, 70.5% of whom had consumed at least one alcoholic drink in the previous three months. This corresponds to a source population of alcohol consumers of 40.3 million people (sample: 18,560 people).

Another Russian database often used to analyze alcohol consumption is the Russia Longitudinal Monitoring Survey of HSE (RLMS-HSE)⁴. However, results obtained using data from the RLMS-HSE and RusIndex databases can differ for a number of reasons. Firstly, information on alcohol consumption in RLMS-HSE pertains to the month before the survey was conducted (in most cases, in October or November), whereas in RusIndex, it pertains to the previous three months. In addition, because the data in RusIndex are collected quarterly, the influence of seasonality is limited. This explains why the reported percentage of consumers of champagne and cognac is considerably higher in RusIndex, as these beverages are often consumed during celebrations. Furthermore, these beverages are more typically consumed by city dwellers; RusIndex specifically targets urban dwellers, whereas RLMS-HSE samples the entire country of Russia. We should also mention that RusIndex does not collect data on the consumption of homebrew and homemade wine. Because these beverages are consumed in rural areas on a much larger scale, RusIndex estimates of alcohol consumption in cities are not biased significantly.

We will begin our analysis with a study of the percentages of consumers of alcohol in general and of different alcoholic beverages in particular to subsequently evaluate changes in consumption patterns. The respondent who reported having consumed the relevant beverage during the three months prior to the survey is considered to be a consumer of this beverage. Correspondingly, the respondents who reported having consumed at least one alcoholic beverage over the three previous months are considered alcohol consumers.

Next, we will analyze the correlation between the consumption of different beverages and the respondent's gender, age, education, income and social class using correlation analysis and correspondence analysis (CA). In the CA, we will use two groups of variables: the consumption of different alcoholic beverages (the first group) and the socio-demographic characteristics (the second group). For different models of CA, the variables in the second group will differ (gender and age groups, professional and income groups, social classes). In our study,

² For more information on RusIndex see: URL: <http://eng.synovate.ru/default.asp?trID=57>

³ URL: <http://eng.synovate.ru/>

⁴ See, for example: [Roshchina 2012].

we will always follow the social grade classification⁵ described in the methodology of the European Society for Opinion and Market Research (ESOMAR) adopted in RusIndex, where *A* is the top class, *B*, *C1* and *C2* are middle classes (the highest-middle, middle-middle and lowest-middle, respectively), *D* is the lowest class and *E* is the lowest-lowest class.

We will then use the brand repertoire map of the alcohol market showing the correlation between the chosen drink and the average number of all beverages used by a given consumer.

In the next stage of our analysis, we will identify specific types of consumers depending on the patterns of consumption of their preferred beverages by creating a cluster analysis model based on the totality of respondents who consume alcohol. To classify consumers, we used cluster analysis with the method of *k*-averages for factors embedded in the DataFriendWeb package using the dichotomous variable “does a respondent drink this alcoholic beverage?”⁶. For each cluster, we will analyze the importance of correlations between socio-demographic characteristics of the consumers and the “number of cluster” variable.

Finally, we will review the correlations between the consumer characteristics (gender, age, income, education, social class) and the volume, frequency, types, brands and place of consumption of beer, vodka, wine and cognac using correlation analysis and correspondence analysis. In the correspondence analysis, we will use a set of dummy variables indicating whether a certain brand of each drink is consumed by a respondent for the first group.

Alcohol Consumers in General: Dynamics and Factors

In 2000–2010, the percentage of respondents aged 16+ who had consumed any type of alcohol in the urban population fell from 78% to 70.5%, representing a reduction of more than 2 million people (from 42.3 million to 40.3 million). This reduction was particularly reported among men: this percentage fell by almost 11 percentage points among men and by only 5 percentage points among women.

Most of the factors identified to influence probabilities of alcohol consumption remain the same for the populations of big cities throughout Russia [Roshchina 2013]. All of the factors described below have an important effect on alcohol consumption that was discovered by correlation analysis. Here, the probability of consuming alcoholic beverages increases linearly with increasing education level and income per capita (except in the least affluent group). The association between the probability of alcohol consumption and age is quadratic: the percentage of respondents who consume alcohol grows and then falls with age. Alcohol consumers aged 35–44 account for the largest age group of alcohol consumers. In respondents aged 16–19, women account for a larger percentage of drinkers (51%) than men (46%); however, in the next age interval (20–25), men account for a greater proportion of drinkers than women. In 2000–2010, the consumption of alcohol fell among men and women of all ages except those in the eldest age group. This percentage is very similar to that observed in men aged 65+ (75% in 2010); interestingly, the percentage of women of this age who drink has grown (from 40% to 55%).

As in other studies using RLMS-HSE data [Roshchina 2012]), the percentage of respondents who consume alcohol is largest among people living in cities with a population of more than one million, among married people or couples that are not officially married, among the employed (regardless of the type of work – i.e., intellectual or physical) and in households with no children or with children younger than five-years old. Families with children aged 10–18 appear to have fewer consumers of alcohol because parents do not want to

⁵ Description of classes and the methodology of their construction, see, for example: URL: http://www.frekans.com.tr/eng_socio_07.html

⁶ Unfortunately, data on consumption volumes were not available for all alcoholic beverages, which probably make it less informative for cluster analysis.

motivate their children to start drinking. In this case, the social bond theory of alcohol consumption is more credible.

The percentage of respondents who consumed alcohol was 80.2% among married men and 67.9% among single men (significant correlation coefficients were observed for married men (+ 0.132) and for single men (- 0.124) relative to the Russian average). For women, these differences are less pronounced: 68.5% and 63.3% of the respondents who reported being alcohol consumers were married and single women, respectively. However, the correlation coefficients show a weak (- 0.043 for single women and + 0.061 for married women) but significant correlation: single women are less likely to consume alcohol than married women.

Of the cities with a population of more than one million inhabitants, St. Petersburg had the smallest percentage of respondents who were abstainers (22%). Surprisingly, more alcohol consumers were found among the Ukrainians and Belarusians (75% and 80%, respectively) than among the Russians (70.6%); the percentage of alcohol consumers was similar among the Tatars and Russians (69.5%). This contradicts the assumption that Islam represents an obstacle to alcohol consumption. The percentage of respondents who were drinkers was highest among the members of the highest and middle-middle social classes (approximately 74%) and lowest among the lowest social class (60%).

Patterns of Consumption by Type of Alcohol

From 2000 to 2010, the popularity rating of different kinds of alcohol did not change; however, the percentage of respondents who consumed beer, vodka, wine and ready-made low alcohol cocktails decreased slightly, whereas the percentage of respondents who consumed other beverages increased (see Fig. 1). In 2010, as was the case a decade ago, the ranking of the percentages of respondents who consumed alcohol (from highest to lowest) were as follows: beer, vodka and spirits, wine and champagne, cognac, low alcohol cocktails and vermouth. The percentage of respondents who consume whisky and rum grew (two-fold in the case of whisky) in 2005–2010; however, the number of consumers of these beverages remained relatively low (the percentage of respondents who consumed whisky and rum was as low as 1.5% and 0.7%, respectively, in 2000).

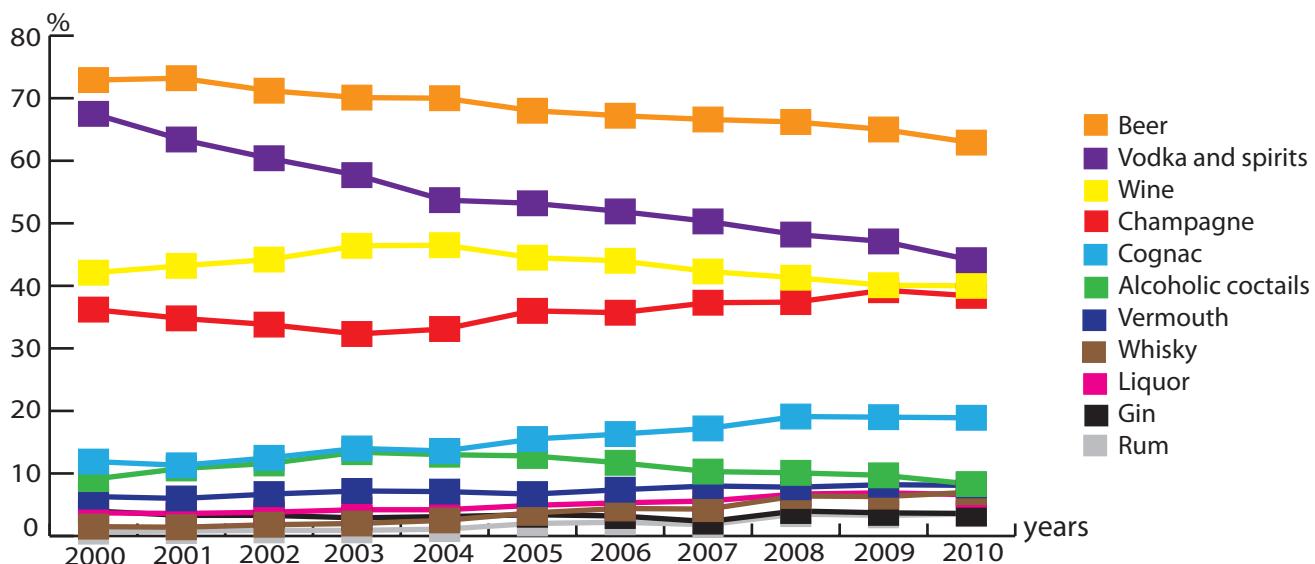


Fig. 1. Evolution of the percentage of respondents aged 16+ who consumed different types of alcoholic beverage. RusIndex, 2000–2010.

Alcohol consumption patterns are known to be very gender-specific: beer and vodka are considered the most popular beverages among men, whereas wine and champagne are considered the preferred beverages of women [Roshchina 2012]. However, the patterns of alcohol consumption of women have changed more than those

of men in the past 11 years. For male consumers, the biggest change consisted of a drop in the percentage of vodka consumers (from 81% to 60%) and a smaller drop in the percentage of beer consumers (from 86% to 78%); the percentage of men who consumed cognac and whisky increased (from 13% to 20% and from 5% to 8%, respectively, in 2005–2010).

Similarly, the percentage of women who consumed vodka and beer dropped dramatically (from 53% to 29% and from 60% to 48%, respectively); the percentage of champagne consumers grew from 45% to 51% and the percentage of wine consumers remained the same (52%). The percentage of female wine consumers peaked in 2004 (60% — more than the percentage of beer consumers). In addition, the percentage of women who consumed cognac, vermouth, liquors, and whisky grew from 10% to 18%, from 8% to 11%, from 5% to 9% and from 3% to 6%, respectively, in 2005–2010.

The changes in consumption patterns in the different age groups were also quite significant. The percentage of respondents who consumed vodka in the 20–35 age group fell the most (from 66% to 34%), whereas the percentage of respondents who consumed wine and beer fell less significantly (from 46% to 36% and from 83% to 76%, respectively). The consumption of other beverages did not change significantly among members of this age group. In contrast, the percentage of respondents who consumed vodka and beer in the 55+ age group did not fall as dramatically, whereas the percentage of respondents who consumed wine, champagne and (especially) cognac grew significantly. However, we should note that during the study period (2000–2010), the respondents aged by 10 years: the members of the 20–35 age group in 2010 were aged 10–25 in 2000. Therefore, the change in consumption patterns might be associated with the change of cohorts rather than by changes of preferences within one generation.

Changes in consumption patterns were similar in the lowest and highest (including the highest-middle) socioeconomic classes: a significant drop in the percentage of members of these classes who consumed vodka was observed (from 65% to 45% in the highest *A* and highest-middle *B* classes; from 70% to 47% in the lowest *D* and lowest-lowest *E* class); the percentage of respondents in these classes who consumed beer changed, but not as dramatically (from 74% to 59% in the *A* and *B* classes; from 76% to 67% in the *D* class; from 67% to 54% in the *E* class). The change in the percentage of respondents who consumed wine was not significant in any class, even though this percentage grew from 49% to 52% in the *A* class and fell from 49% to 44% in the *B* class; the proportion of respondents who consumed cognac grew in all classes (from 25% to 32% in the highest class and from 6% to 10% in the lowest class); the percentage of respondents who consumed champagne fell moderately in all classes except the two lowest classes where the percentage grew (from 25% to 29% in the *E* class). However, the percentage of consumers of each of these three beverages remains higher in the highest classes.

Factors Influencing the Predilection to Consume Specific Beverages

Correlation analyses using data from 2010 shows that women are more inclined to consume certain alcoholic beverages than men; 52%, 50%, 11% and 8.7% of women drank wine, champagne, vermouth and liquor, respectively; almost all of these percentages are almost twice as large as those associated with men. In contrast, 1.5 times more men drank vodka (59.8%) and beer (78.4%) than women.

The popularity of beer peaks in the 20–24 age group (76%) then gradually decreases to 38.5% in the 65+ age group. The popularity of vodka peaks in the 55–64 age group (54.4%) and falls to 50.3% in the oldest age group. A change in wine consumption patterns was observed in the different age groups. In 2000, the percentage of respondents who consumed wine was highest among young people aged 20–24 (45.5%) and decreased to 34.6% in people aged 65+. In 2010, the percentage of respondents who consumed wine consumers was lowest (29%) among the young people aged 16–19 and gradually increased to 50.7% among the seniors. The cohort effect was not observed here. Similar trends were observed for cognac and brandy.

Using correspondence analyses for the data on beverage consumption, age and gender, we indentified the horizontal axis as gender and the vertical axis as age in the plot (see Fig. 2). Significant positive correlations showed that wine, champagne, liquor and vermouth are the preferred beverages of women aged 25+, whereas rum is the preferred beverage of women aged 20–24. The preferred beverage of men aged 65+ was cognac, whereas that of men aged 25+, men under 54, and men and women aged 20-34 was vodka, beer and whisky, respectively. Tequila and low alcohol cocktails are the preferred beverages of men and women aged 16–24.

In summary, alcohol consumption patterns vary most by gender and age: lighter and sweeter beverages are typically consumed by women, whereas stronger or bitter beverages are typically consumed by men. In addition, certain beverages appear to be typically associated with certain age groups, such as cognac for senior consumers (primarily men), and low alcohol cocktails, tequila, whisky and rum for young people of both genders. The relative novelty of the latter group of beverages on the Russian market may explain their popularity among young people.

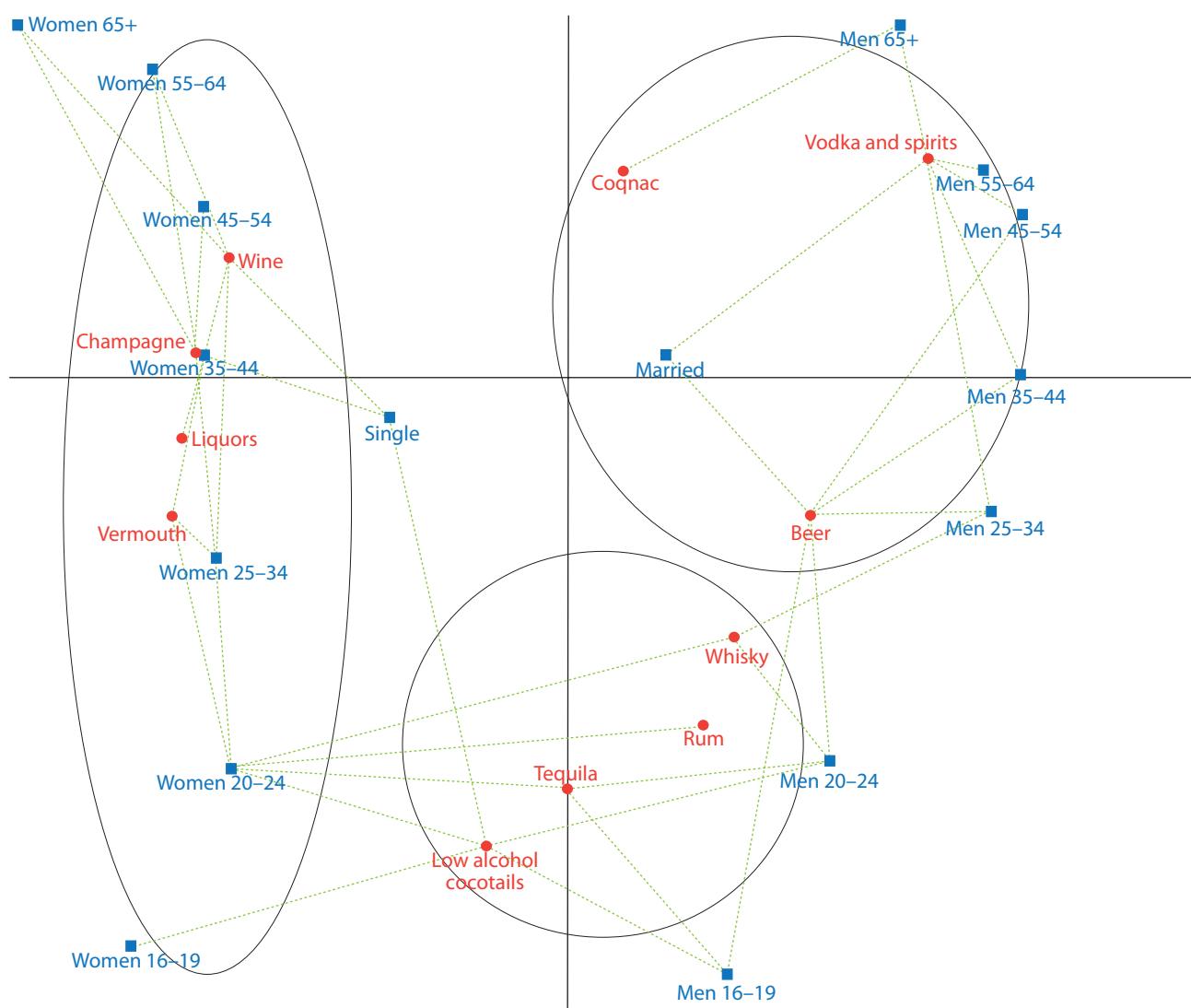


Fig. 2. Correspondence analysis of alcoholic beverages and gender/age groups. RusIndex, 2010⁷

We now discuss the correlation analysis conducted to evaluate the relationship between the consumption of different beverages and the social class of the consumer. As we noted in our literature review, many studies have identified a correlation between the consumption of different beverages and social classes. Bourdieu

⁷ Only positively correlated variables are shown. Green connector lines mark positive correlations between variables.

identifies two types of capital that are unequally distributed among the different social classes in terms of volume and structure: economic capital (corresponding to income) and cultural capital (corresponding to level of education) [Bourdieu 1984]. We use correlation analysis to determine whether correlations between a person's social class (and therefore his or her economic and cultural capital) and beverage preferences exist.

Alcohol consumers with an incomplete secondary education, a secondary education or a professional secondary education mostly preferred beer (over 65%) and vodka (over 45%). Students and high-school graduates also preferred beer (59.9%); however, the second most popular drink among these groups was wine (46.3%). Alcohol consumers with an academic degree preferred wine (63.3%) and vodka (57.3%). Consequently, the percentage of respondents who drink wine and champagne grows significantly with increasing education, whereas the percentage of respondents who drink beer decreases. People with the highest level of education level also appeared to like experimenting: this group had the most consumers of expensive beverages that are not common in Russia (i.e., rum, gin, liquor and whisky).

As we have already seen, beer is the preferred alcohol of consumers. However, beer consumption patterns vary with income level. Groups with an income per capita below RUB 2,000 or between RUB 5,000-7,000 have very different percentages of beer consumers (70.6% and 57.4%, respectively). Increasing incomes result in greater percentages of champagne, whisky, cognac, brandy, tequila and wine consumers. The correlation analysis also detected a correlation between beverage preferences and social class. In the lowest-lowest class (*E*), the percentage of champagne (29%) and wine consumers (37.2%) is minimal; these percentages gradually increase to 51.8% and 45.3%, respectively, in the highest class (*A*). In class *E* and class *A*, the percentage of whisky consumers and cognac consumers increases from 1.1% to 11.9% and from 10.3% to 31.6%, respectively. The percentage of respondents in these groups who consume gin, rum and tequila increases; however, this increase is not significant, as these beverages are not popular in Russia. The consumption of vodka changes little from class to class; however, a slight non-linear variation can be observed. The lowest (*E*) class typically has the largest percentage of consumers of vodka and bitters (47%); this percentage falls to 42% in the middle class and reaches 45% in the highest classes.

The second correspondence analysis was implemented to identify correlations between preferences for alcoholic beverages and income per capita and education level (see Fig. 3; significant positive correlations only are shown). In this model, the horizontal axis represents income and the vertical axis charts the education level of the consumer (top-bottom).

Because the education level, income, position and social class of a respondent are all interconnected, the combination of these variables in a single correspondence analysis is not recommended. For this reason, in the two other models, we used the variables "position" (and "occupation" for the unemployed) and "social class"⁸. These three models enabled us to identify three groups of beverages.

The first group is composed of vermouth, cognac and wine; respondents with high levels of education tended to consume these beverages. Moreover, cognac tended to be consumed by the members of the highest social structures (*A*, *B* and *C1*) and by high-placed professionals and middle managers. Wine is the beverage of choice of educated pensioners. Whisky, rum, gin and tequila are consumed by people with a high level of income per capita; here, whisky is consumed by members of the three highest classes, rum is consumed by the members of the highest-middle class (*B*) and tequila is consumed by the members of the middle-middle class (*C1*). Directors of companies prefer whisky and tequila. Vodka, beer and low alcohol cocktails form a group of beverages consumed by people with low income and education levels. Vodka and beer are typically consumed by the members of the lowest classes (*D*), by people with a secondary education or professional secondary education and by qualified workers and foremen. The lowest-lowest class (*E*) prefers vodka over

⁸ Structure of these CA models is not given here due to word limits in the article.

beer. Students and people with an incomplete secondary education (in most cases, students of technical schools and secondary schools) typically consume low alcohol cocktails.



Fig. 3. Correspondence analysis of alcoholic beverages and education, social class and income per capita. RusIndex, 2010⁹

The patterns of consumption of different alcoholic beverages confirm our first hypothesis: beverages often act as indicators of a social status and are associated with a certain level of cultural and economic capital and a professional status. We can therefore say that Russian alcohol consumers do not yet resemble members of a postmodern society with a variegated and fragmented lifestyle.

Our data also indicate that the type of work of a person significantly influences their choice of beverage: higher percentages of beer consumers and of vodka and bitters consumers are found among people engaged in physical work than among people engaged in intellectual work (74.4% vs. 60.8% and 52.5% vs. 39.8%, respectively). In contrast, the percentage of respondents who consume champagne, wine and cognac is higher among people engaged in intellectual work (44.5% vs. 29.4%, 47.9% vs. 28.8% and 25.2% against 14.9%, respectively). These results are very consistent with the results obtained by Bourdieu in France and by Thornton in Austria [Bourdieu 1984; Thornton 1987]: these authors found that certain types of alcoholic beverages are associated with status and are tagged with “formal” and “informal” meanings. For example, in Austria and Russia, champagne is perceived as a formal and “segregating” drink, whereas vodka and beer are perceived as informal drinks that are consumed among friends and reinforce social bonds.

⁹ Only positively correlated variables are shown. Green connector lines mark positive correlations between variables.

Combining the Consumption of Different Beverages

The beverages preferred by greater numbers of consumers tend to be combined less with other alcoholic beverages. For instance, half of the beer consumers (the most popular drink in Russia) also drink vodka, and approximately a third of beer drinkers also drink wine or champagne. Other beverages are less popular. Over 70% of vodka consumers also drink beer; one third of vodka consumers also drink champagne and wine, and one quarter of vodka consumers also drink cognac. Half of wine drinkers also drink beer and champagne, and 38% of wine drinkers also drink vodka. The trend is similar for champagne drinkers. More than half of cognac drinkers also drink wine and champagne; over 60% also drink beer and vodka. Over three quarters of the consumers of almost all other drinks (except liquors and vermouth, for which the percentages listed below are slightly lower) drink beer, and over one half drink vodka, wine, champagne and cognac. Consequently, whisky, gin, rum and tequila are not the beverages of choice of loyal consumers; these drinks are preferred by people with diverse preferences and high incomes who can afford them.

A repertoire map for the consumption of alcoholic beverages is shown in **Fig. 4**: the vertical axis shows the percentage of consumers and the horizontal axis shows the average number of consumed beverages. There is an evident inverse relationship between these indicators, a situation commonly encountered for a diversity of markets (as a rule, this map is constructed for different brands). It is notable that beer was associated with the highest percentage of consumers (62%) but that beer consumers also had the fewest preferred beverages: indeed, beer drinkers only drank 1.8 other beverages on average (2.8 beverages including beer). Similar trends were observed for vodka, champagne and wine: approximately 40% of respondents tended to drink these drinks and consumed an average of slightly more than 2 other beverages. In contrast, cognac drinkers (approximately 20% of respondents) on average drank three other alcoholic beverages. Other beverages were consumed by no more than 10% of respondents; vermouth and liquor drinkers drank approximately 4.5 other drinks, whisky and tequila drinkers drank approximately 4.5 other drinks and rum and gin drinkers drank approximately 5.5 other drinks.

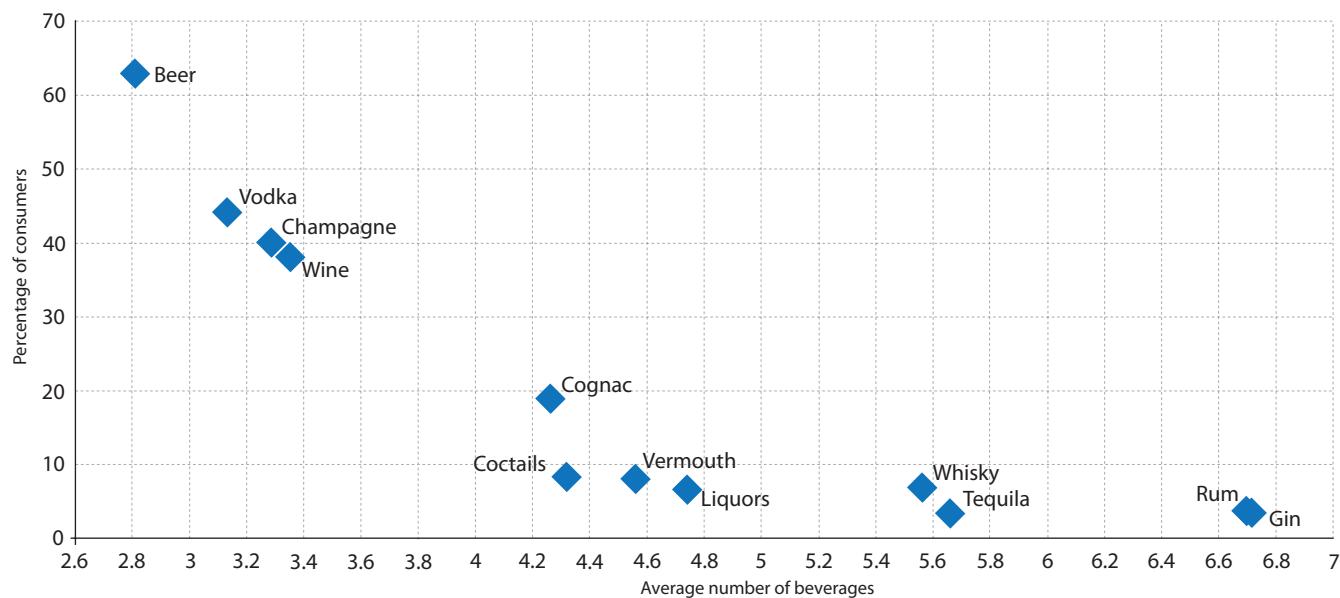


Fig. 4. Repertoire mapping of the market of alcoholic beverages. RusIndex, 2010

Types of Alcohol Consumers

As mentioned previously, we used cluster analysis to divide the consumers into different segments according to consumption type. Four clusters were identified.

Cluster 1: light drink lovers (37.2% of the total number of alcohol consumers). Most respondents from this cluster consume beer (62.5%), very few consume other spirits (for instance, only 5% drink cognac), and none drink vodka. At the same time, 21% drink champagne and 25.7% drink wine.

The percentage of women in this group was much higher than the percentage of women in the overall sample (58%); however, this group remains relatively gender neutral. The percentage of young people under 35 years of age is significantly higher here (47%) than in other groups. Differences in the education levels of members of this group are slight but significant: in general, fewer people with higher education levels are found in this group (44%). Thirty percent of the members of this group are unemployed; the rest of the members are engaged in either physical or intellectual work (in approximately equal proportions). Members of the lowest *E* class and of the *A* and *B* classes account for 7.5% and 12% of the members of this group.

Cluster 2: masculine consumption type (32.5%). Most of the respondents from this cluster are vodka (99.6%) and beer consumers (71.5%). This cluster was designated “masculine” because these drinks are typically associated with a masculine image. Cognac and champagne is consumed by 17.5% of this group, and wine is consumed by 14%.

As may be expected, men account for almost three quarters of this group; 60% of its representatives are aged 35–64, which is very high relative to the entire sample. More than half of the consumers of spirits are seniors, which is consistent with earlier results: as drinkers age, their consumption tends to shifts towards spirits. More than one half of the members of the cluster (56.9%) have a secondary or professional secondary education; 60% of the employed members (43% of the entire group) are engaged in physical work. Members of the lowest and lowest-lowest classes account for 37.5% of the members of this group; the average income per capita in this group is RUB 14,600 (approximately USD 500).

Cluster 3: feminine consumption type (26%). Wine (88.2%) and champagne consumers (85%) are most numerous in this cluster. The consumption of these beverages, as shown above, is typical for women, and these drinks tend to have a feminine image. Vermouth (21.1%) and cognac (34%) drinkers are also well represented in this group.

Women account for 72% of the members of this group, and a wide spectrum of age groups is represented in this cluster. The age distribution in this group is similar to that of the general Russian population; however, there are significantly fewer people aged 20–35 and significantly more seniors aged 55+. Fifty-eight percent of the members of this group have a higher or incomplete higher education; it is therefore not surprising that 69% of the employed members of this group are engaged in intellectual work (48% of the entire group). Almost half of all members of this group belong to *A*, *B* and *C1* classes (highest, highest-middle and middle-middle classes, respectively), which exceeds the average percentage of the representatives of these classes in Russia in general (36%). However, the average income per capita in this group is not very high (RUB 16,500).

Cluster 4: eclectic consumption type (4.3%). This is the smallest group, but a very interesting group nonetheless: the postmodern consumption style appears to be applicable to this group. The percentages of members of this group who consume all types of alcoholic beverages are high: 88% consume whisky, 78% consume beer, 76% consume rum and 28% consume vermouth and low alcohol cocktails. The percentage of members who consume vodka is lower than in the masculine type group (63%); however, significantly more members of this group than Russians in general drink all types of beverages

This group is not strongly gender specific; however, significantly more men (57%) are found in this group than women. Half of the representatives of this cluster are younger than 35 years old, which is more than in any

other group. This group also has the most members with higher levels of education (64% have an incomplete higher education, higher education or an academic degree), the most members engaged in intellectual work (52%) and the most members with the highest level of income (20% had an income per capita over USD 1,000). Twenty percent of this group belongs to the highest classes (*A* and *B*) and 62% belongs to the middle classes (*C1* and *C2*). This cluster also has the highest number of managers (top managers account for 5.2% of the group and middle managers account for 17%).

Consequently, the different clusters tend to be gender/age-specific and class-specific. The masculine consumption type is associated with men, seniors and people with lower income and education levels. The feminine consumption type is less age-specific and typical of the middle class, i. e., people with a high education level but not the highest income level. The other two clusters are associated with young consumers: these types are not very gender-specific, but significant differences in social statuses are observed among members of this group. Consumers of light drinks are more often unemployed or students and have lower income levels, whereas the members of the eclectic type cluster are typically well-off young people employed in executive positions. We can confirm our earlier hypothesis that alcohol consumption types in Russia are closely associated with social status, gender and age. Even the eclectic consumption type, which most resembles a postmodern lifestyle, is characteristic of the groups with the highest statuses.

Consumption: Volume, Frequency, Brands and Location

As we have observed, certain alcoholic beverages (cocktails, vermouth, whisky, liquors, gin, rum and tequila) are consumed by less than 10% of alcohol consumers. The consumption of these beverages is therefore a marker of social status. Beer and vodka are consumed by men, women, the young, the old, the rich and the poor, albeit in different proportions. Similar trends are observed for wine, champagne and cognac. It is likely that the volume (or frequency) of consumption and the brands and prices of the consumed alcohol vary with social group. Unfortunately, RusIndex does not provide information on the costs of alcoholic beverages; we will therefore evaluate differences in other characteristics (based on data from 2010).

Beer

It is not surprising that men are more frequent and more avid consumers of beer than women; indeed, on average men drink beer 7 times per month, whereas women drink beer 3.8 times per month; in addition, men drink 6.4 l of beer, whereas women drink 3.8 l per month. Moreover, men more frequently drink strong beers, whereas women more frequently consume light beers. The consumption volume and the percent of consumers who drink a certain type of beverage have a quadratic relationship with age: the maximum volume, 6.3 l per month, is consumed by people aged 25–34; the minimum volume, 3 l, is consumed by seniors aged 65+. Seniors more frequently choose strong beers. More than 20% of young people under 25 years of age consume beer in bars, clubs, etc; this percentage falls sharply with age, reaching 5% or less for people aged 45+. The largest volumes are consumed by the poor (with incomes per capita under RUB 5,000) and by people with middle income levels (RUB 15,000–30,000). As education levels increase, consumption volume drops. The lowest (*D*) class has the highest consumption volume (5.7 l per month); the highest (*A*) class has the lowest consumption volume (5.1 l). The middle classes more often than lower classes consume beer in restaurants, pubs and bars (12–13% vs. 4%), whereas the lowest classes more often than middle classes consume beer outdoors (8–9% vs. 5–6%). Drinking alone is most typical for the members of the highest class (18%) and the lowest-lowest class (24%).

Interestingly enough, *Baltika* is the most popular beer brand in all classes (11% of the highest class and 14% of the highest-middle class choose *Baltika 7*; 19.5% of the lowest-lowest class and 17.6% of the lowest class choose *Baltika 3*). However, the biggest differences among the classes (and among people with different income

and education levels) are found in the preferences for the least popular brands: for instance, *Velkopopovicky Kozel* is the preferred choice of 8.4% of the members of the highest class but only 2.7% of the members of the lowest-lowest class. No significant differences in the average number of consumed brands were observed among the social classes. Correspondence analysis has shown that the most popular brands of the members of the highest, highest-middle and middle-middle class are *Staropramen*, *Velkopopovicky Kozel* and *Holsten*, respectively; the members of the *B* and *C1* classes prefer *Heineken* and *Carlsberg*, respectively; members of the *A* class prefer *Zlatopramen* and *Sol*. In addition to *Baltika*, members of the *E* and *D* classes are also partial to *Zhilulevskoe*, *Klinskoe*, *Yarpivo*, *Okhota* and *Tri Medvedya*. These results show that there are two distinct types of brands: the members of the lowest classes prefer cheaper Russian brands, whereas the members of the highest and middle classes prefer more expensive foreign brands. For the members of the lowest classes, it is significantly more important for a brand to be easy to find on the shelves (18.6% of the members of the *E* class prioritize this feature vs. 8% in the *A* class); an affordable price is also important (39% of the members of the *E* class prioritize this feature vs. 23% in the *A* class); the highest classes care most about the country of origin of the beverage (18% vs. 15% of the *E* class).

Vodka

As is the case with beer, vodka is associated with a masculine image. It is therefore logical that men consume vodka more frequently than women (on average 3.7 times per month vs. 1.7 times) and consume twice as much as women (an average man consumes 0.6 l per month; an average woman consumes 0.3 l). The frequency of vodka consumption gradually increases with age, reaching 3.3 times per month for seniors aged 55–64, whereas the maximum quantity of vodka (over 0.5 l) is consumed by the people of the middle age group (25–54). The volume of vodka consumed has a non-linear correlation with income and falls with higher levels of education. The lowest classes consume more vodka than the highest classes. Significant differences in the tendency to consume vodka in bars or restaurants can be observed: more young people tend to consume vodka in these places, whereas few members of the lowest classes do. For the lowest classes, an affordable price is a significant priority (this factor is prioritized by 45% of the members of the *E* class and by 40% of the members of the *D* class but by only 30% of the members of the highest classes); the ease with which a brand can be found on the shelves is also important (prioritized by 27% of the members of the *E* class and by 11% of the members of the *A* class). Interestingly, the most popular brand of vodka in all social classes (except in the lowest-lowest class) is *Zelenaya Marka* (chosen by 17–18% of the members of the *A*, *B*, *C1* and *D* classes); in the *E* class, the preferred brand is *Pshenichnaya*. A significantly larger percentage of the members of the highest classes and of people with higher education levels choose *Parliament*.

Wine

Although the percentage of women who consume wine is higher than that of men, men consume 1.5 times more wine and consume wine more frequently than women (men consume 0.6 l per month and drink 2.7 times per month). Men tend to prefer dry wines, whereas women prefer sweet wines. The consumption volume has a quadratic relationship with age (people aged 35–45 consume the greatest volumes of wine, 0.5 l per month) and a near-linear relationship with income (direct dependence). People with an incomplete secondary education consume more wine (0.6 l) than people with a higher education (0.43 l); however, 16% of the former group and 35% of the latter group consume wine. The members of the highest class consume wine most frequently (2.5 times per month), followed by members of the *B* and *E* classes (2.2 times per month). However, the volume consumed in the different classes is not significantly different from that consumed by the average Russian.

Preferences for certain countries of origin differ significantly. The correspondence analysis showed that the members of the highest class prefer German, Chilean and Spanish wines; the members of the highest-middle

class prefer Spanish and French wines; the members of the middle-middle class prefer Chilean, Italian and Argentinean wines, i. e., foreign wines. The members of the lowest-lowest class prefer Russian and Hungarian wines; the members of the lowest class prefer Russian and Bulgarian wines. In general, people with a higher income and education level prefer more expensive foreign wines; Russian wines and cheap wines are preferred by people with a lower income and education level. The members of the highest classes prefer dry wine; the members of the lowest classes prefer fortified wine. As was the case for vodka and beer, the members of the lowest classes care more about the affordability and availability of the wine.

Cognac

Cognac is also considered a more masculine drink: men consume it more frequently (1.8 vs. 1.3 times per month) and consume larger volumes (0.3 l vs. 0.2 l) than women, but the difference is less pronounced than for vodka and beer. The percentage of respondents who consume cognac is highest in the 35–64 age group; however, the largest average volumes are consumed by people aged 20–44 (more than 0.25 l per month). The percentage of respondents who consume cognac grows linearly with the level of social hierarchy (from 6% in the *E* class to 24% in the *A* class); however, the individual consumption volume does not change significantly with class. The members of the highest classes prefer more mature cognacs and tend to choose brands for their good taste and quality. The members of the highest classes (*A*, *B* and *C1*) consume *Ararat* more frequently than other classes (12–13%); the members of the lowest-middle class tend to choose *Hennessy* (11%), the members of the lowest class prefer *Belii Aist* and the members of the lowest-lowest class prefer *Rossiysky* and *Belii Aist*. The correspondence analysis showed that *Rémy Martin* is also preferred by the members of the highest class.

Conclusions

The results of our study show that alcohol consumption patterns characterize the different social groups of Russia, with different patterns associated with different genders, ages and educational and income groups. This observation allows us to reject *Hypothesis 2* and accept *Hypothesis 1*. The choice of beverages varies by group: beer, vodka and other spirits are typically consumed by men, whereas wine, champagne and liquors are typically consumed by women. In general, women choose lighter and sweeter drinks (and prefer sweet wines to dry wines), whereas men prefer strong and bitter alcoholic beverages. These preferences can be attributed to cultural traditions in which these gender status symbols are rooted. Age differences also reflect the different stereotypes: the senior groups choose vodka and wine; the junior groups choose beer and low alcoholic cocktails. These preferences are most likely the result of aggressive advertising conducted in the late 1990s, affordable prices and convenient dosages: one beer or cocktail (a can or a bottle) is easy to buy and drink, whereas stronger drinks generally require portioning (drinking with other people or over a prolonged period of time).

Social differences related to unequal distributions of cultural and economic capital among the different classes also determine the choice of alcoholic beverage. Bourdieu obtained similar results in France in the 1970s [Bourdieu 1984]; however, the types of beverages differ somewhat in Russia. The members of the highest classes in Russia prefer wine, champagne, cognac, whisky and exotic beverages such as rum and tequila. In addition, the consumption volume is not an indicator of luxury, as was the case with meat consumption in the Middle Ages [Braudel 1979]. On the contrary, the greatest volumes of beer and vodka, which are consumed by all classes, are consumed by the poorer and less educated. For these drinks and for wine, the most significant differences among classes occur for the choice of brands and manufacturers. The members of the lowest classes are focused on affordability and availability and tend to choose cheap Russian brands, whereas the members of the highest classes are focused on quality and taste and tend to choose more expensive foreign brands.

To conclude, in modern Russia there is a strong correlation between the types of alcohol consumed and social classes; Bourdieu reported similar findings in 1984. Features of the postmodern lifestyle, with its variegated consumption patterns (eclectic tastes in our case) were found in fewer than 5% of the alcohol consumers, most of whom belong to the educated and well-off groups of young people employed in executive positions. However, there is currently no reason to believe that these alcohol consumption patterns will spread from the rich to the poor, even though the trickle-down theory suggests that goods that were once considered luxury become routine [Braudel 1979]. Here, the eclectic consumption pattern is more likely an indicator of a high social status.

References

- Andrienko Y., Nemtsov A. (2005) Estimation of Individual Demand for Alcohol. *Economics Education and Research Consortium Working Paper Series*, no 05/10.
- Baudrillard J. (1968) *Le système des objets* [The System of Objects], Paris: Gallimard (in French).
- Beck U. (1992) *Risk Society: Towards a New Modernity*, London: Sage.
- Becker G., Murphy K. (1988) A Theory of Rational Addiction. *Journal of Political Economy*, vol. 96, no 4, pp. 675–700.
- Bourdieu P. (1984 [1979]) *Distinction. A Social Critique of the Judgment of Taste* (transl. by Richard Nice), London: Routledge & Kegan Paul.
- Braudel F. (1979) Civilisation matérielle, économie et capitalisme, XVe – XVIII^e siècles [Civilization and Capitalism, 15th – 18th Century], 3 vols. *Tome 1. Les Structures Du Quotidien: Le Possible et l'Impossible* [Vol. 1: The Structures of Everyday Life: The Limits of the Possible], Paris: Armand Colin, Ch. 3 (in French).
- Brennan A., Latimer N., Meng Y., Rafia R., Purshouse R. (2009) *Modelling to Assess the Effectiveness and Cost-Effectiveness of Public Health Related Strategies and Interventions to Reduce Alcohol Attributable Harm in England Using the Sheffield Alcohol Policy Model Version 2.0*. Report to the NICE Public Health Programme Development Group, 9 November 2009.
- Clements K. W., Yang W., Zheng S. W. (1997) Is Utility Additive? The Case of Alcohol. *Applied Economics*, no 29, pp. 1163–1167.
- Douglas M. (1987) A Distinctive Anthropological Perspective. *Constructive Drinking: Perspectives on Drink from Anthropology* (ed. M. Douglas), Cambridge: Cambridge University Press, pp. 3–15.
- Douglas M., Isherwood B. (1979) *The World of Goods: Towards an Anthropology of Consumption*, New York: W. W. Norton.
- Elias N. (1969) The Civilizing Process, Vol. I. *The History of Manners*, Oxford: Blackwell.
- Elias N. (1982) The Civilizing Process. Vol. II. *State Formation and Civilization*, Oxford: Blackwell.
- Farrell P., Fuchs V. (1982) Schooling and Health: The Cigarette Connection. *Journal of Health Economics*, no 1, pp. 217–230.

- Grossman M., Sindelar J. L., Mullahy J., Anderson R. (1993) Policy Watch: Alcohol and Cigarette Taxes. *Journal of Economic Perspectives*, vol. 7, no 4, pp. 211–222.
- Harvey D. (1989) *The Condition of Postmodernity: An Enquiry into the Origins of Cultural Change*, Oxford, UK; Cambridge, MA: Basil Blackwell.
- Herpen N., Verger D. (2008) *Consommation et modes de vie en France*, Paris: La Découverte, coll. “Grands Repères” (in French).
- Hirschi T. (1998 [1969]) *Social Bond Theory. Criminological Theory: Past To Present*, Los Angeles: Roxbury.
- Hughes K., MacKintosh A. M., Hastings G., Wheeler C. (1997) Young People, Alcohol, and Designer Drinks: Quantitative and Qualitative Study. *British Medical Journal*, no 7078, pp. 414–418.
- Ionin L. (1998) *Sociologiya kul'tury* [Sociology of Culture], Moscow: Logos (in Russian).
- Klimova S. (2007) Alkogolizm: obydennye teorii [Alcoholism: Ordinary Theories]. *Social'naya real'nost'* (electronic journal), no 2, pp. 30–40. Available at: <http://corp.fom.ru/uploads/socreal/post-225.pdf> (accessed on 11 January 2014) (in Russian).
- Kozyreva P., Dorofeeva Z. (2008) Obshcheye i osobennoye v adaptacii gorozhan i sel'an k radikal'nym transformatsiyam [The Common and Particular Processes in Rural People's Adaption to Radical Changes]. In: *Modernizaciya social'noy struktury rossijskogo obshchestva* [Modernization of the Social Structure of the Russian Society] (ed. Z. T. Golenkova), Moscow: Institut sociologii RAN, pp. 69–96 (in Russian).
- Levi-Strauss C. (1981 [1947]) *Les stuctures élémentaires de la parenté* [The Elementary Structures of Kinship], Paris: Mouton (in French).
- Mennell S. (1985) *All Manners of Food. Eating and Taste in England and France from the Middle Ages to the Present*, Oxford: Basil Blackwell.
- Mennell S. (1987) On The Civilizing of Appetite. *Theory, Culture & Society*, vol. 4, no 2–3, pp. 373–403.
- Neufeld M., Rehm J. (2013) Alcohol Consumption and Mortality in Russia since 2000: Are There any Changes Following the Alcohol Policy Changes Starting in 2006? *Alcohol and Alcoholism*, vol. 48, no 2, pp. 222–230.
- Parker D., Brody J. (1982) Risk Factors for Alcoholism and Alcohol Problems among Employed Women and Men. In: *Occupational Alcoholism: A Review of Research Issues*. National Institute on Alcohol Abuse and Alcoholism, Research Monograph No. 8, Washington, DC: U.S. Government Printing Office, pp. 99–127.
- Peirce R. S., Frone M. R., Russel M., Cooper M. L. (1994) Relationship of Financial Strain and Psychosocial Resources to Alcohol Use and Abuse: The Mediating Role of Negative Affect and Drinking Motives. *Journal of Health and Social Behavior*, vol. 35, no 4, pp. 291–308.
- Popova S., Rehm J., Patra J., Zatonski W. (2007) Comparing Alcohol Consumption in Central and Eastern Europe to Other European Countries. *Alcohol & Alcoholism*, vol. 42, no 5, pp. 465–473.

Roshchina Y. (2012) Dinamika i struktura potrebleniya alkogolya v sovremennoj Rossii [Dynamics and Structure of Alcohol Consumption in Modern Russia]. In: *Vestnik Rossiyskogo monitoringa ekonomicheskogo polozheniya i zdorov'ya naseleniya (RLMS-HSE)* [The Bulletin of Russian Longitudinal Monitoring Survey of Economic State and Health of Russian Population] (ed. P. M. Kozyreva), Moscow: HSE Publishing House, pp. 238–257 (in Russian).

Roshchina Y. (2013) *To Drink or Not to Drink: The Microeconomic Analysis of Alcohol Consumption in Russia in 2006–2010*. WP BRP 20/SOC/2013, Moscow: National Research University Higher School of Economics.

Shatikhin A. I. (2012) Pivnoy alkogolizm: nadumannaya problema ili novaya real'nost'? [Beer Alcoholism: An Unreal Problem or The New Reality?]. *Russkiy Medicinskiy Zhurnal*, vol. 15. Available at: http://www.rmj.ru/articles_8289.htm (accessed on 11 January 2014) (in Russian).

Tapilina V. (2006) Skol'ko p'et Rossiya? Ob'em, dinamika i differentsiatsiya potrebleniya alkogolya [How Much Do Russian People Drink? Volumes, Dynamics and Differentiation of Alcohol Consumption]. *Sociologicheskie issledovaniya*, no 2, pp. 85–94 (in Russian).

Thornton M. (1987) Sekt versus Schnapps in an Austrian Village. *Constructive Drinking: Perspectives on Drink from Anthropology* (ed. M. Douglas), Cambridge: Cambridge University Press, pp. 102–112.

WHO. 2012. *European Action Plan to Reduce the Harmful Use of Alcohol 2012–2020*, Geneva: World Health Organization.

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>.



Economic Sociology
Vol. 15. No 1.
January 2014

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

ISSN 1726-3247

Contacts

20 Myasnitskaya street,
room 406
Moscow, RI Moscow
10100, Russian Federation
phone: (495) 628-48-86
email: ecsoc@hse.ru

Open access policy

- “Economic Sociology” provides permanent free access to all issues in PDF.
- You can sign up to receive an email notice of each new issue as it becomes available. Please fill out the following form: <https://www.hse.ru/expresspolls/poll/23725626.html>.