



ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СОЦИОЛОГИЯ

ISSN 1726-3247

Читайте в номере:

Интервью с Виктором Ни. Часть 1.
Для социологов особенно характерно стремление каждый раз изобретать концептуальную карту, которая по-новому расставляет акценты

Гурова О. Ю. Институционализация социологии потребления в России

Родрик Д. Парадокс глобализации: демократия и будущее мировой экономики

Бийе Ф. Современность в пространственном измерении: открытые рынки, герметичность и вертикальность в двух приграничных городах России и Китая

**Экономическая
социология**
Т. 15. № 2.
Март 2014

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

ISSN 1726-3247

Адрес редакции

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



Economic Sociology
Vol. 15. No 2.
March 2014

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

ISSN 1726-3247

Contacts

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Экономическая
социология
Т. 15. № 2.
Март 2014

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

ISSN 1726-3247

Журнал выходит
пять раз в год:

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

Учредители:

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

Издаётся с 2000 года



НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ

Редакция

Главный редактор:
Редакторы выпуска:

Вёрстка:

Корректор:

Ответственный
секретарь:

Сотрудники
редакции:

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

Международный редакционный совет

Ашвин Сара
(Ashwin, Sarah)

Гербер Тед
(Gerber, Ted)

Гусева Аля (Guseva, Alya)

Зависка Джейн (Zavisca, Jane)

Линднер Петер
(Lindner, Peter)

Сводер Кристофер
(Swader, Christopher)

Якубович Валерий
(Yakubovich, Valery)

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

Редакционный совет

Богомолова
Татьяна Юрьевна

Веселов
Юрий Васильевич

Волков
Вадим Викторович

Гимпельсон
Владимир Ефимович

Лапин
Николай Иванович

Малева
Татьяна Михайловна

Овчарова
Лилия Николаевна

Радаев
Вадим Валерьевич
(главный редактор)

Рывкина
Розалина Владимировна

Хахулина
Людмила Александровна

Чепуренко Александр Юльевич

Шанин Теодор

Шкаратан Овсей Ирмович

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

Economic Sociology

Vol. 15. No 2.

March 2014

Electronic journal

www.ecsoc.msses.ru

www.ecsoc.hse.ru

ISSN 1726-3247

"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)

Editors:

Tatyana Sokolova (HSE, Russia)

Sonya Miller (USA)

Maria Mishina (Russia)

Design and Making-up:

Proofreader:

Nadezda Andrianova (HSE, Russia)

Managing Editor:

Zoya Kotelnikova (HSE, Russia)

Editorial Staff:

Elena Nazarbaeva (HSE, Russia)

Elena Berdysheva (HSE, Russia)

International Editorial Council

Sarah Ashwin

The London School of Economics and Political Science (UK)

Ted Gerber

University of Wisconsin-Madison (USA)

Alya Guseva

Boston University (USA)

Peter Lindner

Goethe University Frankfurt (Germany)

Christopher Swader

HSE (Russia)

Valery Yakubovich

ESSEC Business School (France)

Jane Zavisca

The University of Arizona (USA)

Editorial Council

Tatyana Bogomolova

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

Alexander Chepurenko

HSE (Russia)

Vladimir Gimpelson

HSE (Russia)

Lyudmila Khakhulina

Yuri Levada Analytical Center (Russia)

Nikolay Lapin

Institute of Philosophy of Russian Academy of Sciences (Russia)

Tatyana Maleva

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

Lilia Ovcharova

Independent Institute for Social Policy (Russia)

Vadim Radaev (Editor-in-Chief)

HSE (Russia)

Rozalina Ryvkina

HSE (Russia)

Theodor Shanin

Moscow School of Social and Economic Sciences (Russia)

Ovsey Shkaratan

HSE (Russia)

Yuriy Veselov

Saint Petersburg State University (Russia)

Vadim Volkov

European University at Saint Petersburg (Russia)

Содержание

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

Интервью

Интервью с Виктором Ни. Часть 1. Для социологов особенно характерно стремление каждый раз изобретать концептуальную карту, которая по-новому расставляет акценты (перевод *Александра Куракина*)..... 11

Новые тексты

О. Ю. Гурова
Институционализация социологии потребления в России..... 24

Новые переводы

Д. Родрик
Парадокс глобализации: демократия и будущее мировой экономики (перевод *Николая Эдельмана*)..... 65

Расширение границ

Ф. Бийе
Современность в пространственном измерении: открытые рынки, герметичность и вертикальность в двух приграничных городах России и Китая 76

Профессиональные обзоры

Д. Х. Ибрагимова
Когортный анализ потребительских ожиданий населения России (1996–2010): теоретико-методологические основы исследования 99

Новые книги

Т. А. Алимова
Современные исследования предпринимательства: всё включено
Рецензия на книгу: *Современные классики теории предпринимательства. Лауреаты Международной премии за вклад в исследования предпринимательства и малого бизнеса (1996–2010)*. 2013.
Перевод с англ. М.: Изд. дом ВШЭ. 119

Исследовательские проекты

Г. А. Ястребов
Социальная мобильность в постсоветской России: новый взгляд на проблему (с использованием продвинутых методов анализа)..... 127

Конференции

Р. И. Решетеева

Можно ли спасти российскую лёгкую промышленность? 137

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

Interviews

Interview with Victor Nee: “Sociologists Always Want to Reinvent the Conceptual Map and to Come up with the New Conceptual Scheme that Identifies Something as Important” (Part 1) 144

Beyond the Borders

F. Billé

Surface Modernities: Open-Air Markets, Containment and Verticality in Two Border Towns of Russia and China 154

Contents

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

Interviews

Interview with Victor Nee: "Sociologists Always Want to Reinvent the Conceptual Map and to Come up with the New Conceptual Scheme that Identifies Something as Important" (Part 1) (translated by <i>Alexander Kurakin</i>).....	11
---	----

New Texts

<i>Olga Gurova</i> Institutionalization of the Sociology of Consumption in Russia	24
--	----

New Translations

<i>Dani Rodrik</i> The Globalization Paradox: Democracy and the Future of the World Economy (an excerpt) (translated by <i>Nikolay Edel'man</i>).....	65
---	----

Beyond the Borders

<i>Franck Billé</i> Surface Modernities: Open-Air Markets, Containment and Verticality in Two Border Towns of Russia and China	76
---	----

Professional Reviews

<i>Dilyara Ibragimova</i> Cohort Analysis of Consumer Expectations of Russian Population (1996–2010): Theoretical and Methodological Backgrounds	99
---	----

New Books

<i>Tatyana Alimova</i> Contemporary Studies in Entrepreneurship: All Inclusive A Review on Book: <i>Contemporary Classical Theorists of Entrepreneurship: Laureates of the International Award for Entrepreneurship and Small Business Research (1996–2010)</i> . 2013. Moscow: HSE Publishing House (in Russian).....	119
--	-----

Research Projects

<i>Gordey Yastrebov</i> Social Mobility in the Post-Soviet Russia: A Revision of Existing Measurements by Drawing on Advanced Methods.....	127
---	-----

Conferences

Regina Resheteeva

Is it Possible to Save Russian Textile and Apparel Industry? 137

Supplements (in English)

Interviews

Interview with Victor Nee: “Sociologists Always Want to Reinvent the Conceptual Map and to Come up with the New Conceptual Scheme that Identifies Something as Important” (Part 1) 144

Beyond the Borders

Franck Billé

Surface Modernities: Open-Air Markets, Containment and Verticality in Two Border Towns of Russia and China 154

VR ВСТУПИТЕЛЬНОЕ СЛОВО ГЛАВНОГО РЕДАКТОРА



В представляемом номере нашего журнала вновь размещено Приложение на английском языке, которое содержит два основных текста. Оба они отредактированы носителем языка. В качестве редактора выступила Соня Миллер (США), и мы надеемся, что вскоре она будет сотрудничать с журналом на постоянной основе. Сделан ещё один шаг в интернационализации нашей работы.

В рубрике «**Интервью**» публикуется беседа с профессором факультета социологии, директором Центра изучения хозяйства и общества Корнелльского университета *Виктором Ни*, который указывает на то, как важно было обогатить концепцию укоренённости экономического действия элементами институционального анализа, рассказывает об успехе своей новой книги «Капитализм снизу» («Capitalism from Below», 2012), рассуждает о том, что

происходит в современном сетевом анализе, обращает внимание на наиболее важные книги, вышедшие в последние годы в сфере экономической социологии. Провёл интервью *А. Куракин*.

В рубрике «**Новые тексты**» выходит статья *О. Ю. Гуровой* (научный сотрудник отделения социологии факультета социальных наук Хельсинкского университета), посвящённая исследованию процесса институционализации социологии потребления в России. Опираясь на обзор публикаций и данные экспертных интервью, автор статьи рассматривает развитие социологии потребления (тематик исследования и подходов) в советской и постсоветской России, изучает процесс появления и особенности функционирования этой отрасли социологии как университетской дисциплины и анализирует сообщество учёных, занимающихся исследованиями в сфере потребления.

В рубрике «**Новые переводы**» журнал публикует введение к книге *Дэни Родрика* «Парадокс глобализации: демократия и будущее мировой экономики» («The Globalization Paradox: Democracy and the Future of the World Economy», 2011) — «Новый взгляд на глобализацию» («Recasting Globalization's Narrative»). Д. Родрик применяет подход, который он считает альтернативным консенсусу политиков и экономистов, ратующих за безоговорочную поддержку глобализации. Родрик предлагает новый нарратив, указывающий на неустраиваемое противоречие: невозможно одновременно иметь демократию, национальное государство и экономическую глобализацию. Перевод — *Н. Эдельмана*. Научный редактор — *А. Смирнов*. Фрагмент книги публикуется с разрешения Издательства Института Гайдара.

В нашей рубрике «**Расширение границ**» мы публикуем статью *Фрэнка Бийе* (Franck Billé) (факультет антропологии Кембриджского университета). В ней описываются различные подходы к организации пространства, характерные для двух городов, расположенных через российско-китайскую границу напротив друг друга. Статья основана на результатах антропологического исследования, в фокусе которого находилась деятельность торговцев-челноков и формирование городских розничных рынков в Благовещенске.

Материал для рубрики «**Профессиональные обзоры**» подготовила *Д. Х. Ибрагимова* (заместитель заведующего кафедрой экономической социологии, старший научный сотрудник ЛЭСИ НИУ ВШЭ). В обзоре представлены теоретические подходы и результаты эмпирических исследований, которые могут быть использованы для когортного анализа потребительских ожиданий населения. Особое внимание уделено обсуждению решению так называемой проблемы идентификации, то есть дифференциации влияния эффектов возраста, когорты и исторического периода. Поставлен также вопрос о том,

как соотносятся когортный анализ и поколенческий анализ, обсуждаются принципы исторической социологии в качестве методологической парадигмы подобных исследований.

В рубрике «**Новые книги**» публикуется рецензия на книгу «Современные классики теории предпринимательства. Лауреаты Международной премии за вклад в исследования предпринимательства и малого бизнеса (1996–2010)» (М.: Изд. дом ВШЭ, 2013). Составители сборника представляют лауреатов данной премии 1996–2010 гг. Автор рецензии рассматривает наиболее важные тематические блоки книги: вклад предпринимательства в экономическое развитие; стадии предпринимательства; типы предпринимательских структур и формы организации предпринимательской деятельности; социальные сети предпринимателей, инновации и венчурное финансирование и др. Рецензия подготовлена к. э. н. *Т. А. Алимовой* (ведущий научный сотрудник Научно-учебной лаборатории исследований предпринимательства НИУ ВШЭ).

В рубрике «**Исследовательские проекты**» рассказывается о проекте «Социальная мобильность в постсоветской России: новый взгляд на проблему (с использованием продвинутых методов анализа)» к. с. н. *Г. А. Ястребова* (старший научный сотрудник Лаборатории сравнительного анализа развития постсоциалистических обществ НИУ ВШЭ). Цель проекта — проанализировать динамику относительной (не связанной со структурными изменениями) социальной мобильности за весь постсоветский период, применив линейно-логарифмические и линейно-мультипликативные модели, используемые для сравнительного анализа таблиц сопряженности. В качестве эмпирической базы исследования используются материалы всероссийских представительных опросов 1994, 2002, 2006 и 2013 гг., которые проводились под руководством профессора *О. И. Шкаратана*.

В рубрике «**Конференции**» публикуется репортаж о семинаре из цикла «Экономическая политика в условиях переходного периода» (руководитель — профессор *Е. Г. Ясин*), который состоялся 30 января 2014 г. С докладом «Можно ли спасти российскую лёгкую промышленность?» выступил профессор *В. В. Радаев*, инициировав обсуждение текущих проблем в отрасли и перспектив её развития. В дискуссии о судьбе отечественной лёгкой промышленности приняли участие *В. М. Исаев* (президент и основатель компании «Снежная королева»), *А. В. Разбродин* (президент Российского союза предпринимателей текстильной и лёгкой промышленности, член правления РСПП РФ) и *А. А. Яковлев* (директор Института анализа предприятий и рынков ВШЭ). Текст подготовлен *Р. И. Реуемеевой* (НИУ ВШЭ).

* * *

Мы решили отказаться окончательно от рубрики «Учебные программы» и почти полностью от рубрики «Дебюты». В последнем случае будет сделано исключение для победителей объявленного журналом очередного всероссийского конкурса научных работ по экономической социологии.

ИНТЕРВЬЮ

Интервью с Виктором Ни

Часть 1. Для социологов особенно характерно стремление каждый раз изобретать концептуальную карту, которая по-новому расставляет акценты



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

Email: vgn1@cornell.edu

Перевод с англ.
Александра Куракина.

Интервью с Виктором Ни, профессором социологии Корнелльского университета, провёл Александр Куракин, старший преподаватель Национально-го исследовательского университета «Высшая школа экономики». Интервью состоялось в рамках международной конференции «Укоренённость и за её пределами: объясняют ли социологические теории экономическую реальность?» (Москва, 25–28 октября 2012 г.), где профессор Ни выступал одним из председателей мини-конференции «Организации и институты на формирующихся рынках».

Профессор Ни обратил внимание на то, что утверждение о значении сетей является необходимым, но недостаточным условием для успешного строительства экономической социологии как дисциплины. Тезис об укоренённости очень важен, но затрудняет создание макротеории, в чём так сильна общая социология. По мнению В. Ни, экономической социологии необходимо инкорпорировать в анализ институты. Фокус экономической социологии должен быть в рассмотрении сетей как формальных и неформальных элементов институционального окружения. Это увеличит возможности социологического подхода в ходе изучения экономического поведения.

В дополнение в интервью профессор Ни рассказывает о новой книге «Capitalism from Below» («Капитализм снизу»), написанной им в соавторстве с Соней Оппер (2012). Опираясь на многомерный институциональный анализ, авторы объясняют, как возник капитализм, основанный на частных предприятиях, в Китае.

В мартовском номере журнала «Экономическая социология» публикуется первая часть интервью с Виктором Ни; вторая часть выйдет в мае 2014 г.

Ключевые слова: укоренённость; сети; институты; капитализм; КНР; институциональные изменения; экономический рост; экономическая эффективность.

— Что же, давайте начнём... Ваше предыдущее интервью журналу «Экономическая социология» состоялось восемь лет назад [Ни 2005].

— Так давно?

— Да. И в том интервью Вы сказали Вадиму Радаеву, что свою принадлежность к области экономической социологии Вы начали осознавать по-

сле прочтения статьи Грановеттера об укоренённости [Granovetter 1985] и сборника интервью с экономистами и социологами, составленного Сведбергом [Swedberg 1990]. Именно эти работы повлияли на Вас. Как Вы считаете, статья Грановеттера всё ещё остаётся настолько важной для самоидентификации экономсоциологов?

— Интересный вопрос. Я отметил, что в названии конференции, организованной вашим университетом, используется заглавие моей статьи 1998 г.: «Укоренённость и за её пределами» [Nee, Ingram 1998]. Мне это приятно, так как статья была написана тогда, когда мне самому стало понятно, что невозможно построить всё поле экономической социологии только на утверждении, что сети имеют значение. Да, они имеют значение. Никто с этим не спорит. В своё время было очень важно это озвучить, важно в двух смыслах: во-первых, в качестве критики экономической теории за игнорирование социальной структуры и, во-вторых, потому что сетевой анализ является сферой, где социология существенно продвинулась как с точки зрения методологии, так и с точки зрения постановки целей и задач.

Однако сети представляют собой социальную структуру на микро- и мезоуровнях, но сила социологии как дисциплины состоит в том, что она, как утверждал Дюркгейм, занимается изучением институтов, более широких социальных структур и образований на индивидуального характера, социетального уровня. В своей статье об укоренённости Грановеттер упускает этот момент. Почему? Я думаю, что так произошло частично потому, что Грановеттер полемизировал с Уильямсоном, неоинституциональным экономистом. Грановеттер отчасти построил свою полемику на противопоставлении сетей и институтов. В своей статье он это особо не подчёркивал, но это там было. Так что Грановеттер ненамеренно, а потому что полемизировал с Уильямсоном, отдал ему на откуп анализ институтов; сам же стал активно продвигать сетевой аргумент. Это моя интерпретация событий. Позже Грановеттер снова стал писать об институтах, да и до статьи 1985 г. он писал об институтах рынков труда. Так что игнорирование институтов в статье 1985 г. не упущение Грановеттера, он пишет об этом в других работах. Однако в этой конкретной статье он обозначил дуализм: или одно или другое — сети *или* институты, социология *или* экономическая теория. Такая позиция не может быть сильной и устойчивой, потому что имеют значение *как* сети, *так и* институты.

Социология и экономическая теория длительное время были вовлечены в интеллектуальный обмен друг с другом, оказывали влияние друг на друга, что явствует из книги Ричарда Сведберга, где он опубликовал интервью как с социологами, так и с экономистами [Swedberg 1990]. Экономическая социология представляет собой подотрасль, которая особенно расположена к интеллектуальному обмену с социологией и экономической теорией. Я думаю, что дискурс об укоренённости оказался крайне важным для возрождения экономической социологии после периода Парсонса и Смелзера, став своего рода новым ориентиром [Parsons, Smelser 2010].

Однако его ограничения становились всё более и более явственными для исследователей, которые осознали, что невозможно объяснить результаты экономической деятельности или экономическое поведение в более широком смысле, оставаясь на уровне сетей, так как необходимо учитывать институциональные структуры, в которых укоренены сами сети. Конечно, сети имеют значение, но невозможно до конца понять, в чем это значение состоит, упустив из виду то, каким образом сети укоренены в неформальных и формальных элементах институциональных структур. В этом состояла цель статьи «Укоренённость и за её пределами», написанной мной совместно с Полом Ингрэмом [Nee, Ingram 1998]. Там мы говорим: «Послушайте, в центр экономической социологии мы должны поместить институциональные структуры, в рамках которых происходит экономическое действие, которое должно включать также и сети. Но сети являются частью неформального поведения в рамках институтов, а формальные структуры относятся к формальным образованиям». В этом случае, если мы принимаем данный тезис, наш анализ оказывается более полным. В статье также был поставлен центральный вопрос, на который

нужно дать ответ: каковы отношения между неформальными и формальными элементами институциональных структур? Мы знаем, что, например, в определённых обстоятельствах они противостоят друг другу, а неформальные образования противопоставлены формальным правилам игры. В иных же случаях они однонаправлены, формальные правила игры и неформальные нормы, социальные нормы, соответствуют друг другу, что создаёт совершенно другую ситуацию, так как в этом случае мы имеем более низкие трансакционные издержки и более высокую экономическую эффективность, просто потому, что контроль в значительной степени происходит по сетям в соответствии с неформальными правилами игры, нормами. В случае противоречия неформальные правила противопоставлены формальным правилам игры, что влечёт за собой повышенные трансакционные издержки со стороны как экономических игроков, так и государства, которое наблюдает за исполнением формальных правил игры.

В статье «Укоренённость и за её пределами» всё это было представлено в качестве исследовательской программы. А в новой книге «Capitalism from Below» («Капитализм снизу») [Nee, Oppen 2012], которая представляет собой прямое продолжение статьи, применяется эта программа для объяснения причин возникновения капитализма в Китае. Мы используем модель Шеллинга¹ [Schelling 1978] и большой объём эмпирических фактов. Наша многоуровневая каузальная модель включает экономических акторов как часть этих сетей, формальные и неформальные институты для объяснения происхождения нового хозяйственного порядка. По существу, в книге представлена социологическая теория развития капиталистической экономики, которая продолжает идеи таких классиков, как Макс Вебер, Йозеф Шумпетер, Джордж Хоманс и Харрисон Уайт.

И мне очень приятно, что эта книга была всерьёз воспринята не только социологами, но также экономистами и политологами, которые признали её важный вклад в социологию и экономическую теорию. Так и должно быть. Нам — экономсоциологам и экономистам — не нужно быть в оппозиции друг к другу, мы просто придерживаемся разных подходов. Социология распространяет свой подход на изучение экономического поведения, и если добьётся успеха, то экономисты признают, что получены надёжные данные, которые они не могут объяснить с позиций неоклассической парадигмы. Не могут их объяснить даже в рамках неоинституциональной экономической теории. Результаты должны быть устойчивыми, чтобы не только их признали наши друзья и коллеги-экономсоциологи, но и за рамками этого круга они обладали внешней валидностью.

— *А как Вы поняли, что книгу признали? Она ведь не так давно издана.*

— У нас уже есть несколько рецензий от экономистов. Какие-то опубликованы, другие — нет.

— *Вы можете назвать экономистов, признавших книгу или опубликовавших рецензию в экономическом журнале?*

— Могу назвать одного. Нитин Десаи (Nitin Desai) опубликовал первую полноценную рецензию, и мне это было приятно. Это известный индийский экономист, который работает в Дели. Рецензия вышла в журнале Института экономического развития. Это такой левый, марксистский институт. Рецензия очень тщательная, что говорит о том, что книга заставила задуматься автора отзыва. Это первая вышедшая рецензия. На сайте Amazon.com размещены отзывы на книгу. Два из них принадлежат экономистам. Ли Элстон (Lee Alston) из Денверского университета в Колорадо, известный неоинституциональный экономист, бывший президент Международного общества

¹ В своей книге Ни и Оппер пишут, что диаграмма Шеллинга связывает индивидуальные ожидаемые полезности с обобщёнными наблюдаемыми предпочтениями в обществе. Индивидуальные функции полезности часто зависят от наблюдаемого поведения других. — *Примеч. пер.*

новой институциональной экономики, отметил, что книга изменила его отношение к Китаю². Экономисты проявляют большой интерес к Китаю, потому что его экономика растёт самыми высокими темпами за всю человеческую историю, в течение самого длительного периода (три с половиной десятилетия), и превратилась из самой бедной в мире (на душу населения) экономики во вторую по величине.

— *Экономисты не могут не быть заинтересованы.*

— Да, они вынуждены интересоваться и не могут объяснить экономический рост в Китае. Этому нет объяснений. Они не могут объяснить, почему это произошло.

— *Даже неинституционалисты?*

— Даже они. У них нет объяснения, так как неинституциональная экономика предполагает, что сначала нужно создать институты, лишь после этого можно ожидать экономический рост. Хорошие институты предшествуют эффективной экономике и ведут к ней; плохие институты ей препятствуют. Китайские институты были слабыми, если говорить о них в терминах авторских прав, особенно интеллектуальных.

Раннюю версию книги читал Дуглас Норт. И он сказал своим друзьям: «Вы должны это прочитать». Конечно, это было любезностью с его стороны, но он действительно так сказал. Была ещё рецензия одного греческого институционального экономиста; мы также получили неформальный отзыв от немецкого институционального экономиста, который сказал, что это значительный вклад в экономическую науку. Затем в разговоре со мной неоклассик Джон Лихи (John Leahy) произнёс такие слова: «Эта книга объясняет экономический рост. Это значительный вклад».

— *Получается, что даже неоклассики читают вашу книгу?*

— За всех не скажу. Лихи не читал книгу, но присутствовал на презентации, и мы побеседовали после неё. Если экономист-неоклассик прочитает эту книгу, он поймёт её логику, несмотря на то что эта логика основана на социологической теории. Задача экономсоциологов состоит в том, чтобы перестать писать для самих себя, а начать убеждать людей в том, что нам самим понятно. Для этого нам нужны результаты, основанные на теоретических положениях, которые обладали бы внешней валидностью, то есть имели бы признание не только в пределах социологии, но и для наших смежных дисциплин — для экономической теории и политической науки. Вот что нужно. Экономисты и политологи могут с нами не соглашаться, но они прочтут и скажут: «Да, это могло бы объяснить то, чего не можем объяснить мы». Не так давно я приглашал Джеймса Робинсона, который преподаёт на факультете государственного управления в Гарварде, выступить в Корнелльском университете. Совместно с Дароном Асемоглу он написал книгу «Why Nations Fail» («Почему нации терпят неудачу») [Acemoglu, Robinson 2012]. В этой книге используются положения неинституциональной экономики применительно ко всему миру и ко всей человеческой истории. Согласно Асемоглу и Робинсону, существуют два типа политических режимов: преимущественно «извлекающие» (*extractive*) политические институты и инклюзивные (*inclusive*) политические институты. Извлекающие политические институты представлены хищническими государствами, которые наживаются на производителях. Такие государства выстраивают политические институты, позволяющие извлекать больше прибыли из экономики и служащие интересам политиков, политической элиты. Инклюзивные политические институты строят правила игры таким образом, что верховенство закона и подотчётное правительство ограничивают возможности государства извлекать

² См. подробнее: URL: http://www.amazon.com/review/RC6EQIX19132G/ref=cm_cr_pr_perm?ie=UTF8&ASIN=0674050207&linkCode=&nodeID=&tag= — *Примеч. ред.*

прибыль из экономических акторов. Такова модель Асемоглу—Робинсона. В свете этой модели они анализируют всю человеческую историю, и становится вполне очевидным, что под категорию извлекающих политических институтов подпадают государственный социализм, социалистические экономики советского типа, а также диктаторские режимы в Африке и других слаборазвитых частях света. Согласно Асемоглу и Робинсону, Китай является примером извлекающего политического режима, но тогда его коллапс неизбежен, а процветание необъяснимо, как и у других экономистов... Я встретился с Робинсоном, подарил ему книгу, он её прочёл и сказал: «Это изменило мой образ мыслей. Сейчас мы понимаем, что ошиблись, предсказывая коллапс Китая». Они смогли увидеть, что политические и экономические институты в Китае, согласно их теории (не моей!), являются инклюзивными. Так что для меня это было серьёзным сигналом, что наша теория и факты действительно чего-то стоят, раз два серьёзных экономиста — Робинсон и Элстон — изменили своё мнение. Вот что нам нужно: исследования, которые заставили бы экономистов переосмыслить свой предмет и признать, что мы тоже производим значимые научные результаты.

Для социологов особенно характерно стремление каждый раз заново изобретать концептуальную карту, придумывать новую концептуальную схему, которая по-новому расставляет акценты. Безусловно, это тоже необходимо, и, как я уже говорил, статья Грановеттера 1985 г. как раз этим и была — программной концептуальной рамкой, которая способна распознать то важное, что до этого упускалось из виду. Но если этим ограничиться, то невозможно получить устойчивые результаты. У нас слишком много концептуальных утверждений. На это обращали внимание Джордж Хоманс и Роберт Кинг Мертон. Социологам нужна связь теории и эмпирики, нужны факты, за которыми стоит теория, нужны открытия новых фактов, новых закономерностей. Важность теорий среднего уровня по сравнению с гранд-теориями Мертон подчёркивал именно поэтому. Теории среднего уровня доступна эмпирическая проверка; такая теория направляет эмпирическое исследование.

Я полагаю, что Грановеттер в своей статье, являющейся, безусловно, важной, столкнулся с ограничениями, так как теория в ней не была специфицирована. Её основной вклад состоит в следующем утверждении: «Сети имеют значение для рынков и фирм». Правда, потом он говорит: «Ну, мы на самом деле не знаем, когда они имеют значение для повышения доверия и экономической эффективности, потому что мы не знаем *ex ante*, когда те, кому мы доверяем, могут обмануть нас и вести себя оппортунистически». С наименьшей вероятностью мы будем контролировать только тех, кому доверяем. Именно эти люди являются самыми большими обманщиками в истории, потому что мы не следим за ними. Надо отдать должное Грановеттеру: он понял это ограничение. Именно поэтому он утверждал, что нужно сосредоточиться на кейс-стади, дабы понять влияние сетей. Однако здесь есть проблема, обозначенная Харрисоном Уайтом в книге «Markets from Networks» («От сетей к рынкам») [White 2002]. Проблема состоит в том, что мы встаём на позицию антрополога, изучающего одну сеть за другой и не создающего при этом предсказывающую модель, которая бы позволила объяснить то, что выходит за пределы конкретного случая.

— В прошлом интервью Вы критически высказывались о подобных кейс-стади. За эти восемь лет что-то поменялось?

— Вряд ли я имел в виду, что мы не должны заниматься изучением отдельных случаев. Возьмём, например, возникновение капитализма в Китае, которое я рассматриваю в таком же ключе, в каком Вебер изучал возникновение капитализма на Западе, еще одно кейс-стади. Вебер выдвинул альтернативную марксовской теорию происхождения капитализма, которая объясняет его современные формы на Западе не с материалистических позиций, как делал Маркс, а с позиций теории, которая способна увидеть причины в культурных верованиях, идеях. Конечно, Вебер не считал эти причины единственно важными, однако он утверждал, что они имели значение. Таков был важный вклад, выходящий за пределы

изучения случая возникновения западного капитализма. В книге «Capitalism from Below» мы изучаем эндогенные институциональные изменения, которые привели к возникновению экономических институтов капитализма в Китае, однако ядром нашей многоуровневой каузальной теории является модель Шеллинга, которую можно применить и к другим кейсам.

— *Значит, Вы ожидаете от изучения этих кейсов общезначимого теоретического вклада?*

— Да, Вы правы. Возьмём моё нынешнее исследование, которое я начал прошлой весной вместе с Соней Оппер из университета Лунд в Швеции. Наша новая работа посвящена инновационным отраслям экономики в Нью-Йорке, где совершенно другой контекст — институциональный контекст, сильно отличающийся от китайского кейса в дельте Янцзы. Почему Нью-Йорк? В последние пять лет этот город стал законодателем мод в высокотехнологичных стартапах в США, а то и в мире. Средний возраст новых высокотехнологичных предприятий в Нью-Йорке составляет три-четыре года. В XXI веке в Нью-Йорке были созданы 1600 высокотехнологичных предприятий; произошёл взрывной рост экономики знаний.

— *Ещё одна Силиконовая долина?*

— Точно. Силиконовая долина всё ещё остаётся номером один по числу высокотехнологичных стартапов, однако на втором месте обычно шёл Бостон, а сейчас — Нью-Йорк, который к тому же и растёт быстрее Силиконовой долины. В городе 500 из 1600 предприятий финансируются бизнес-ангелами, или венчурными капиталистами. Медианный размер инвестиций среди этих 500 компаний составляет 7,5 млн долл., а среднее значение — около 1,5 млн долл. Так что это не фирмы-однодневки. Речь идёт о предприятиях, которые сумели привлечь венчурный капитал. В исследовании я пытаюсь объяснить такой взрывной рост высокотехнологичных предприятий — стартапов — в Нью-Йорке.

В этом случае мы имеем ситуацию согласованности. Китай же — это случай несогласованности, противоположных норм, которые направляют институциональные изменения и конструируют экономические институты капитализма. В США экономические институты капитализма уже существуют. Формальные правила благоприятствуют системе свободного предпринимательства, так что возникновение сетей высокотехнологичных фирм согласуется с формальными правилами игры. Китай представляет противоположный пример, где мы изучаем процесс возникновения капиталистических институтов в случае, когда формальные и неформальные институты плохо состыкованы. В Китае мы наблюдаем появление неформальных институтов, вызванное сетями и социальными нормами, которое вынудило государство изменять формальные правила, приспособливать то, что уже происходило на практике, в реальном хозяйстве. В Нью-Йорке муниципальные власти помогают высокотехнологичным стартапам, а также трансформируют, приспособливают эти фирмы, но никогда не препятствуют росту экономики знаний в Нью-Йорке; помогают, но не встают на пути.

— *Это исследование уже завершено или ещё идёт?*

— Оно продолжается. Мы планируем завершить его в следующем году.

— *По результатам исследования будет опубликована книга или статья?*

— Статьи и книга. Мы также продолжаем исследование, описанное в книге «Capitalism from Below». Пока мы сейчас разговариваем, реализуется третья волна исследования, которая проходит в Китае и охватывает 700 предпринимателей и 700 фирм. Мы планируем завершить её в этом году. Над третьей волной я работаю вместе с Соней Оппер и Рональдом Бёртом, и мы проводим более тонкий сетевой анализ. А в 2015 г. будет четвёртая волна. Так что я буду очень занят.

— *Как хорошее кино... Если я не ошибаюсь, в прошлом интервью Вы были довольно оптимистичны, размышляя о взаимодействии социологов и экономистов. Как я вижу, сейчас Вы по-прежнему оптимистичны.*

— За прошедшее после того интервью время вышла книга Авнера Грейфа «Institutions and the Path to the Modern Economy» («Институты и путь к современной экономике») [Greif 2006]. Я считаю, что это важная книга. В ней Грейф утверждает, что в экономической теории произошёл социологический поворот. Далеко не каждый экономист с ним согласен. Нам, как экономсоциологам, следует приветствовать и поддерживать такой поворот, поскольку мы выиграем от интеллектуального обмена между социологией и экономической теорией, который может превратиться в соперничество, однако такая конкуренция пойдёт во благо. Но продвинулись ли мы вперёд со времён того интервью? Да, в публикации Грейфа мы видим, что он цитирует социологов, провозглашает социологический поворот в экономической теории. Когда я представляю на рассмотрение свои статьи, научные доклады, то половину из них посылаю в социологические журналы, а половину — в экономические. Например, одну из статей (она написана мною в соавторстве) [Holm, Nee, Oppet 2013] приняли в журнале «Management Science», в ведущем экономическом журнале, хорошо известном в среде бизнес-школ. Ещё меня печатали в «Kyklos» [Nee, Oppet 2009] и «Journal of Institutional and Theoretical Economics» [Nee, Oppet, Kang 2010], и я этим очень доволен, потому что в каждой из этих статей я пытался социологически объяснить экономические явления, которые рассматриваются в самих опубликовавших их журналах.

Публикация в экономических журналах — это своего рода вызов, ведь такие журналы, как правило, рецензируемые. И рецензии там обычно делают экономисты, а не социологи. Мне поэтому, безусловно, лестно, что мои статьи принимают к печати. Я не знаю, влияют они на экономистов или нет. Но экономисты сейчас вступили в ту область, в которой Марк Грановеттер начинал свою карьеру, — в область сетевого анализа. И об этом написана хорошая книга Дэвида Иссли и Джона Клейнберга, изданная года три назад [Easley, Kleinberg 2010]. Это важная книга по сетевому анализу, написанная экономистом и специалистом в области информационных технологий (*computer science*) (специальность Клейнберга). Так что экономическая теория и информационные технологии сейчас занимаются сетевым анализом. Да, они цитируют Рона Бёрта, но в основном ссылаются на специалистов в области информационных технологий и на экономистов, потому что они сильно продвинулись в сетевом анализе и их техника анализа в среднем выше, чем у социологов. Мы поэтому по-прежнему можем сказать: «Да, мы являемся частью современного сетевого анализа». Однако современный сетевой анализ продвигается в основном экономистами, специалистами в области информационных технологий и математиками. А социологи едва успевают за технической стороной новых исследований. Да, экономисты отдают должное тому, что мы делаем, и используют наши достижения.

И поэтому важно не отдавать институциональный анализ хозяйства экономистам, иначе они его с радостью оккупируют. Международное сообщество неинституциональной экономики основано на идее о том, что институты имеют значение для экономической деятельности. Что экономисты имеют в виду под институтами? То же, что понимал под институтами Дюркгейм? Или Вебер? Или Маркс? Они приняли социологический взгляд на институты и говорят: «Институты имеют значение для хозяйства». Нам нельзя отдавать эту тему. Нужно сказать: «Да, мы согласны с тем, что институты имеют значение, и наша теория даёт вам то, что не может дать неоклассика». Это расширение социологического анализа за счет включения области, которую исследуют экономисты и социологи. И мы можем оставаться верными нашим классикам. На основе не только нашей парадигмы, но также и вашей. Мы сделали то, что вам не под силу. По крайней мере, они об этом ещё не задумывались.

— *Вы только что сказали, что экономическая теория опережает нас в сетевом анализе, институциональном анализе. Что же делать социологам, когда экономисты лучше во всём, что бы они ни делали?*

— Я не говорю, что они лучше во всём.

— У них выше техника анализа.

— Да, но если есть только техника и нет содержательного анализа, вы не победите, потому что методы и технические приёмы — это всего лишь инструменты для анализа, которые нужны лишь для того, чтобы раскрыть закономерности в нашем мире. Если методы экономистов основываются на более тонких моделях, но не раскрывают закономерности в нашем мире, то они не дают нам ничего нового. Это просто красивые, изощёренные инструменты. Но ключевым критерием для нас должно стать открытие закономерностей в окружающем нас мире. Приведу пример из другой области, где я проводил исследования: иммиграция. В исследованиях иммиграции нет чёткой границы между экономистами и социологами. В публикациях по этой теме сплошь и рядом можно увидеть, что их авторы используют статьи как экономистов, так и социологов. Причём не важно, кто сам автор — экономист или социолог, потому что в этой области исследователи признают научный вклад, теоретический или эмпирический, поэтому будут ссылаться на такие достижения вовсе не потому, что они относятся к их собственной дисциплине, экономической теории или социологии, а потому, что необходимы результаты, независимо от своего дисциплинарного происхождения помогающие объяснить и понять феномен иммиграции. Таким образом, экономисты и социологи будут ссылаться на работу, потому что в ней был сделан важный научный вклад, и не важно, сетевой это анализ или институциональный. Я полагаю, что именно поэтому книга Грейфа является важным сигналом: Грейф, будучи экономистом, обращает внимание на достижения социологов в институциональном анализе хозяйства.

В нашей книге «Capitalism from Below» мы делаем то же самое, ссылаясь на важные работы социологов и релевантные работы экономистов для построения теории эндогенных институциональных изменений. Мой оптимизм — это не оптимизм Панглосса³; он основан на том, что я наблюдал в другой сфере — в исследованиях иммиграции. И такой, как в среде исследователей иммиграции, это вполне мог бы возникнуть во взаимоотношениях между экономической социологией и, скажем, новой институциональной экономической теорией, между этими двумя разделами более широких дисциплин, которые стоят плечом к плечу, потому что обе они согласны в том, что институты важны для объяснения экономических явлений и поведения. Вклад экономической социологии состоит в утверждении, что невозможно понять институты без изучения неформальных институциональных процессов, которые укоренены в сетях и нормах, учитывая только формальную сторону институциональной структуры, то есть правила игры в форме законов и государственного регулирования. Я считаю, что с 2004 г. мы сильно продвинулись. По крайней мере, я это вижу по числу публикаций экономсоциологами, появившихся с того времени. Книга Фрэнка Доббина «Inventing Equal Opportunity» («Изобретение равных возможностей») — это ещё один пример социолога, изучающего институциональные изменения, в которой показано, как предприятия трансформировали и принимали новые правила, учитывающие расу и гендер [Dobbin 2009]. Также нужно сказать о недавнем исследовании Марион Фуркад различий экономической науки в трёх странах: США, Великобритании и Франции [Fourcade 2009]. Нельзя не упомянуть о книге Греты Криппнер, в которой используется неополаньевская традиция для объяснения финансиализации американской экономики, то есть того, почему финансовая сфера вышла на ведущие позиции в американской экономике, всё более удаляясь от производства [Krippner 2011]. Криппнер — безусловно институционалист неополаньевского толка. В социологии существует много разновидностей институционального анализа. Есть неополаньевская традиция, есть новая институциональная экономическая социология, о которой впервые заявили Ингрэм и я, и есть неинституциональная организационная теория. Все три дополняют друг друга. Они комплементарны, но каждая имеет свой акцент.

³ Персонаж философского романа Вольтера «Кандид, или Оптимизм» (1759), чьи суждения отличаются поверхностностью и демагогичностью, в том числе ни на чём не основанным оптимизмом. — *Примеч. ред.*

— *А работы Криппнер как-то соотносятся с работами, например, Нила Флигстина? Ведь Нил Флигстин тоже писал о возникновении финансовой концепции контроля. Криппнер полемизирует с Флигстином?*

— Я должен был упомянуть Нила Флигстина, который является частью институционального течения. Криппнер и Флигстин идут разными путями. В центре работ Флигстина находится фирма и её взаимоотношения с институциональным окружением, поэтому он в основном опирается на неоинституциональную организационную теорию. Тогда как в центре изучения Криппнер находится государство в поланьевском смысле и то, как государство создаёт рынок.

— *Флигстин также много пишет о роли государства.*

— Да, это так. Но у Флигстина иной интерес. Криппнер находится под сильным влиянием Поланьи. Если вспомнить труды Поланьи, то в них утверждается, что государство создало современную национальную рыночную экономику. Там нет места предпринимателю, фирме, там только государство. Это характерно и для Криппнер. В её анализе не находится места фирме; только лишь государство, создающее стимулы. По Криппнер, есть финансовое лобби, но сама финансовая отрасль не рассматривается. Внимание же Флигстина (как я это понимаю) приковано к фирме и к способам предотвратить и устранить хищническую конкуренцию путём создания стабильного рыночного механизма. Так что государство там есть, но оно на заднем плане, а у Криппнер государство — ключевой игрок. Центральным актором является конгресс и те принятые им законы, которые сделали возможной финансовализацию американской экономики. Так что налицо различия в интеллектуальной традиции. Однако хорошо, что множество вариантов неоинституционального анализа в общем и целом дополняют друг друга и провозглашают: экономическая социология должна идти дальше простого сетевого анализа. Такие варианты на практике и в теории возвращаются к исследовательской схеме, когда микроуровень включает акторов и сети, мезоуровень — предприятие, а макроуровень — институциональную среду. Многоуровневая модель была впервые предложена в статье «Укоренённость и за её пределами». Я поэтому польщён, что на конференции в Москве решили использовать это название.

— *В общих чертах, что нужно делать социологу, чтобы его работы прочитали, приняли или хотя бы поняли экономисты? Вы ведь говорили, что Ваша книга произвела определённое впечатление на экономистов. Так в чём секрет?*

— Во-первых, ещё раз хочу подчеркнуть, что книга опубликована совсем недавно, поэтому пока есть лишь первые отклики от некоторых экономистов. Я не стану утверждать, что экономисты серьёзно восприняли нашу книгу, пока не увижу рецензию в издании вроде «Journal of the Economic Literature» или чего-либо не менее значительного. Не думаю, что готов ответить на Ваш вопрос, потому что, как правило, любая социальная дисциплина (в нашем случае социология и экономическая наука) ищет идеи внутри себя и признание вовне. Но это две социальные дисциплины с имперским проклятием. Особенно это касается экономической теории, где поиск новых идей проводится внутри экономической же теории, а на то, что происходит вовне, не обращается особого внимания. То же самое можно сказать и о социологах, хотя мы всё же более интересуемся тем, чем занимаются экономисты, нежели экономисты интересуются тем, чем занимаемся мы.

— *Например, социология много взяла у институциональной экономики. Мы внимательны к тому, что делают институционалисты, а они — не очень внимательны к тому, что делаем мы.*

— Да, они реже обращают на нас внимание. Это утверждение справедливо и соответствует внутренней организации современной экономической науки, её ориентации на саму себя. Я полагаю в связи с этим,

что более реалистичный взгляд состоит в том, что тенденция к самореференции каждой из дисциплин является её равновесным состоянием, и ни одна из них не склонна к размыванию своих дисциплинарных границ. Моя позиция поэтому довольно умеренная. Мы не должны писать для экономистов. Наши результаты, наша работа должны идти дальше программных заявлений. Необходимо постоянно заботиться о значимости наших результатов, чтобы внешние исследователи смогли признать их. Иными словами, наши результаты должны иметь внешнюю валидность. Это не означает обязательного признания в соседних дисциплинах. Однако те, кто потратит время и прочтёт наши работы, должны увидеть, что мы не разговариваем сами с собой и написали о чём-то, обладающем устойчивой природой. Вообще-то это касается всех наук. Например, в естественных науках открытие ДНК признано не только современными генетиками, но и другими биологами, которые поначалу критически относились к этому направлению. А теперь и соседними естественнонаучными дисциплинами... Иначе говоря, открытие ДНК — это устойчивый, воспроизводимый результат. Он признан за пределами той ветви биологической науки, в которой был получен; признан биологами, которые не разделяют этот подход, и внешними специалистами — физиками, химиками, настолько, что возникла целая научная сфера (биофизика, биохимия), которая ведёт своё начало от открытия ДНК. Я думаю, что в этом смысле современный социологический сетевой анализ обладает некоторыми из указанных черт. Он признан не только внутри социологии, но также и соседними дисциплинами: экономическая теория, политическая наука, а теперь и область информационных технологий понимают его значение.

— *А институты?*

— Социология — это социальная наука, которая организуется вокруг идеи об изучении институтов. Сравнительный институциональный анализ зародился в социологии, а теперь идею институтов подхватили экономисты. Также она была включена и в политическую науку, однако последняя в сильной степени находится под влиянием неинституциональной экономической теории. Мы должны быть довольны; теперь нужно присоединяться к междисциплинарному изучению роли институтов в хозяйстве. Всё началось в социологии. Почему бы нам не разделить этот успех и не предьявить свои новые устойчивые достижения, которые оказали бы влияние на остальных?

— *Спасибо большое!*

Продолжение следует.

Беседовал Александр Куракин.
Москва, октябрь 2012 г.

Литература

- Ни В. 2005. Интервью. *Экономическая социология*. 6 (1): 6–13. URL: <http://ecsoc.hse.ru/2005-6-1.html>
- Acemoglu D., Robinson J. A. 2012. *Why Nations Fail: The Origins of Power, Prosperity, and Poverty*. New York: Crown Business.
- Dobbin F. 2009. *Inventing Equal Opportunity*. Princeton: Princeton University Press.
- Easley D., Kleinberg J. 2010. *Networks, Crowds, and Markets: Reasoning About a Highly Connected World*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Fourcade M. 2009. *Economists and Societies: Discipline and Profession in the United States, Britain, and France, 1890s to 1990s*. Princeton: Princeton University Press.

- Granovetter M. 1985. Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness. *American Journal of Sociology*. 91 (3): 481–510. См. также: Грановеттер М. 2002. Экономическое действие и социальная структура: проблема укоренённости. *Экономическая социология*. 3 (3): 44–58. URL: <http://ecsoc.hse.ru/2002-3-3.html>.
- Greif A. 2006. *Institutions and the Path to the Modern Economy: Lessons from Medieval Trade*. New York, NY: Cambridge University Press. См. также рус. перевод: Грейф А. 2013. Институты и путь к современной экономике. Уроки средневековой торговли М.: Изд. дом ВШЭ.
- Holm H., Nee V., Oppen S. 2013. Entrepreneurs under Uncertainty: An Economic Experiment. *Management Science*. 59 (7). July; 1671–1687.
- Krippner G. R. 2011. *Capitalizing on Crisis. The Political Origins of the Rise of Finance*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Nee V., Ingram P. 1998. Embeddedness and Beyond: Institutions, Exchange and Social Structure. In: Brinton M., Nee V. (eds) *The New Institutionalism in Sociology*. New York: Russell Sage Foundation; 19–45.
- Nee V., Oppen S. 2009. Bureaucracy and Financial Markets. *Kyklos*. 62: 293–315.
- Nee V., Oppen S. 2012. *Capitalism from Below: Markets and Institutional Change in China*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Nee V., Oppen S., Kang J. 2010. A Theory of Innovation: Institutions, Markets and the Firm. *Journal of Institutional and Theoretical Economics*. 166: 397–425.
- Parsons T., Smelser N. 2010 (1956) *Economy and Society: A Study in the Integration of Economic and Social Theory*, London: Routledge.
- Schelling Th. 1978. *Micromotives and Macrobehavior*. New York: Norton.
- Swedberg R. 1990. *Economics and Sociology. Redefining Their Boundaries: Conversations with Economists and Sociologists*. Princeton: Princeton University Press.
- White H. C. 2002. *Markets from Networks: Socioeconomic Models of Production*. Princeton: Princeton University Press.

INTERVIEWS

Interview with Victor Nee: “Sociologists Always Want to Reinvent the Conceptual Map and to Come up with the New Conceptual Scheme that Identifies Something as Important” (Part 1)

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

Email: vgn1@cornell.edu

formal and informal — into its analysis, as it extends the sociological perspective to the study of economic behavior.

Prof. Nee also discusses his recent book “Capitalism from Below” (co-authored with S. Opper, 2012), which puts into practice and explains through such multi-dimensional institutional analysis how private-enterprise capitalism emerged in China.

In this issue the journal presents the first part of the interview. The second part will be published in May 2014.

Key words: embeddedness; networks; institutions; capitalism; China; institutional change; economic growth; economic performance.

References

- Acemoglu D., Robinson J. A. (2012) *Why Nations Fail: The Origins of Power, Prosperity, and Poverty*, New York: Crown Business.
- Dobbin F. (2009) *Inventing Equal Opportunity*, Princeton: Princeton University Press.
- Easley D., Kleinberg J. (2010) *Networks, Crowds, and Markets: Reasoning About a Highly Connected World*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Fourcade M. (2009) *Economists and Societies: Discipline and Profession in the United States, Britain, and France, 1890s to 1990s*, Princeton: Princeton University Press.

- Granovetter M. (1985) Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness. *American Journal of Sociology*, vol. 91, no 3, pp. 481–510. See also: Granovetter M. (1985) Ekonomicheskoe deystvie i sotsial'naya struktura: problema ukorenennosti [Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness], *Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 3, no 3, pp. 44–58. Available at: <http://ecsoc.hse.ru/2002-3-3.html> (accessed 28 February 2014) (in Russian).
- Greif A. (2006) *Institutions and the Path to the Modern Economy: Lessons from Medieval Trade*, New York, NY: Cambridge University Press. See also: Greif A. (2013) *Instituty i put' k sovremennoy ekonomike. Uroki srednevekovoy trgovli* [Institutions and the Path to the Modern Economy: Lessons from Medieval Trade], Moscow: HSE Publishing House (in Russian).
- Holm H., Nee V., Opper S. (2013) Entrepreneurs under Uncertainty: An Economic Experiment. *Management Science*, vol. 59, no 7, July, pp. 1671–1687.
- Krippner G. R. (2011) *Capitalizing on Crisis. The Political Origins of the Rise of Finance*, Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Nee V. (2005) Interview. *Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 6, no 1, pp. 6–13. Available at: <http://ecsoc.hse.ru/2005-6-1.html> (accessed 28 February 2014) (in Russian).
- Nee V., Ingram P. (1998) Embeddedness and Beyond: Institutions, Exchange and Social Structure. *The New Institutionalism in Sociology* (eds M. Brinton, V. Nee), New York: Russell Sage Foundation, pp. 19–45.
- Nee V., Opper S. (2009) Bureaucracy and Financial Markets. *Kyklos*, vol. 62, pp. 293–315.
- Nee V., Opper S. (2012) *Capitalism from Below: Markets and Institutional Change in China*, Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Nee V., Opper S., Kang J. (2010) A Theory of Innovation: Institutions, Markets and the Firm. *Journal of Institutional and Theoretical Economics*, vol. 166, pp. 397–425.
- Parsons T., Smelser N. (2010 [1956]) *Economy and Society: A Study in the Integration of Economic and Social Theory*, London: Routledge.
- Schelling Th. (1978) *Micromotives and Macrobehavior*, New York: Norton.
- Swedberg R. (ed.) (1990). *Economics and Sociology. Redefining Their Boundaries: Conversations with Economists and Sociologists*, Princeton: Princeton University Press.
- White H. C. (2002) *Markets from Networks: Socioeconomic Models of Production*, Princeton: Princeton University Press.

НОВЫЕ ТЕКСТЫ

О. Ю. Гурова

Институционализация социологии потребления в России



ГУРОВА Ольга Юрьевна — кандидат культурологии, научный сотрудник отделения социологии факультета социальных наук Хельсинского университета. Адрес: 00014, Финляндия, г. Хельсинки, ул. Унионинкату 40.

Email: olga.gurova@helsinki.fi

Статья посвящена исследованию процесса институционализации социологии потребления в России. Под институционализацией понимается процесс становления социологии потребления как автономного научного знания, учебной дисциплины и научного сообщества. Опираясь на анализ печатных материалов (журналы и книги по социологии и потреблению), а также на данные экспертных интервью, автор статьи рассматривает развитие социологии потребления (тематик исследования и подходов) в советской и постсоветской России, изучает процесс появления и особенности функционирования этой отрасли социологии как университетской дисциплины и анализирует сообщество учёных, занимающихся исследованиями в сфере потребления. В качестве выводов отмечается, что социология потребления находится в процессе формирования. Её активная институционализация началась в 1990-е гг., но на протяжении всего XX века проводились исследования, которые касались сферы потребления. В настоящее время доминируют два подхода к изучению потребления в России: экономико-социологический и социокультурный. Социология потребления как университетская дисциплина начала появляться в учебных планах российских вузов в конце 1990-х гг. В последние годы она выступала как дисциплина профессионального цикла, что, с одной стороны, способствовало определённой стандартизации. Однако, с другой стороны, у преподавателей по-прежнему есть свобода определять её содержание. Что касается сообщества, то эксперты отмечают: этой области не хватает «сильного промоутера», но существуют отдельные лидеры и «точки роста» в разных университетах страны, которые развивают социологию потребления и способствуют её институционализации.

Ключевые слова: социология потребления; потребление; институционализация; учебный план; академическое сообщество; советская и постсоветская Россия.

Введение

В письме-извещении из редакционной коллегии журнала по поводу одной из моих статей по социологии моды редактор предложил изменить её название. Причина, которую он обозначил, состояла в том, что, по его мнению, социологии моды как научной дисциплины не существует, поэтому не следует привязывать к понятию «социология» пустые термины. Идёт ли речь о социологии моды или социологии потребления, замечание редактора поднимает проблему формирования новых отраслей в рамках социологической науки. Об этом же говорил Эндрю Эбботт: социология не очень успешна в

исключении объектов из своего рассмотрения [Abbott 2001: 5]. В статье будет анализироваться процесс институционализации социологии потребления как дисциплины, находящейся в процессе становления в России.

Цель данной статьи состоит в том, чтобы показать, каким образом социология потребления формируется как исследовательская область, учебная дисциплина и научное сообщество в России, или, другими словами, наша цель заключается в исследовании процесса институционализации социологии потребления¹. Под социологией потребления понимается область социологического знания, сфокусированная на исследовании социальной обусловленности потребления. Содержание понятия «потребление», как будет показано далее, может значительно изменяться в зависимости от исторического периода, используемого подхода, особенностей эмпирического объекта, выбранного предмета и т. п. Под потреблением могут пониматься использование полезных свойств того или иного блага с целью удовлетворения потребностей; процесс формирования идентичности с помощью символов, роль которых играют материальные и нематериальные блага; деятельность, образ жизни и мыслей, направленные на выражение идентичности и принадлежности к социальным группам и т. д. «Социальная обусловленность» потребления подразумевает поиск закономерностей в сфере потребления, связанных с социальными институтами, социальной структурой и неравенствами, идентичностями, материальными объектами и сервисами, потребительским поведением и практиками в определённый момент времени или в процессе их трансформации.

Выбор социологии потребления в качестве объекта анализа обусловлен, с одной стороны, актуальностью исследований потребления в контексте развития капитализма и заметных трансформаций в этой сфере в постсоветской России, а с другой стороны, новизной дисциплины и отсутствием достаточной проработанности тематик, к которым мы обращаемся в статье.

В России процесс активной институционализации социологии потребления начался в конце 1990-х гг. Несмотря на это, своими истоками её становление уходит в период появления социологии в России, и реконструкция эволюции дисциплины состоит в том, чтобы отыскать исследования, помогающие понять социальную обусловленность потребления в различные периоды истории социологии и общества.

Первая задача работы, таким образом, состоит в аналитическом обзоре истоков социологии потребления как научного знания и процесса её развития с акцентом на том, какие социологические задачи решались в исследованиях, какие темы и подходы выбирались, какие ключевые категории в них использовались и какие методы применялись.

Процесс институционализации подразумевает становление отрасли социологии в качестве дисциплины, включённой в университетский учебный план. Став такой дисциплиной, исследовательская область получает возможность воспроизводства в образовательной деятельности и дополнительные

¹ Существуют следующее определение процесса институционализации социологии как науки и её основных индикаторов: «Институционализация социологии — это исторический процесс становления ее как автономной отрасли научного знания и официального признания общественной значимости. Следует отметить следующие необходимые моменты этого процесса: введение термина “социология” в научный лексикон; публикация работ и периодических изданий, посвященных социологическим проблемам; проведение научных социологических форумов; организация социологических ассоциаций, научных социологических центров; введение общего и профессионального социологического образования; учреждение учёных степеней и званий по социологии» [Глотов 2010: 127]. Несмотря на то что М. Б. Глотов применяет данную концепцию по отношению к социологии в целом, она может быть использована и в отношении ее отраслей. Глотов выделяет множество индикаторов процесса институционализации. В данной статье институционализация рассматривается в трёх плоскостях: формирование исследовательской области, учебной дисциплины и научного сообщества в России.

возможности для развития. Вторая задача статьи, следовательно, состоит в том, чтобы проследить становление социологии потребления в качестве дисциплины в российских университетах.

Помимо корпуса текстов и учебных программ, наука представляет собой группу учёных, которые идентифицируют (или не идентифицируют) себя с научным сообществом, занимающимся исследованиями потребления. В третью задачу данной статьи входит поэтому изучение сообщества учёных, их академической идентичности, чувства принадлежности к сообществу исследователей потребления и их экспертного взгляда на основные дилеммы, текущее состояние и перспективы социологии потребления в России в контексте её институционализации.

Таким образом, статья состоит из трёх частей: в первой обсуждается развитие исследований потребления в советской и постсоветской России; во второй рассматривается место социологии потребления в учебных планах современных российских вузов; в третьей речь пойдёт о сообществе учёных, занимающихся исследованиями потребления. В заключении поднимается вопрос об особенностях становления социологии потребления как отрасли социологии, дисциплины и сообщества в России².

Методы и материалы исследования

В исследовании применялись анализ печатных материалов и экспертные интервью. В качестве печатных материалов выступали общие и профильные социологические журналы: «Социологические исследования» (1974–2013), «Журнал социологии и социальной антропологии» (1998–2013) и «Экономическая социология» (2000–2013), сплошной просмотр которых осуществлялся с момента выхода первого номера и до настоящего времени. В журналах отбирались статьи, имеющие отношение к тематике потребления. Помимо указанных журналов, при помощи поисковых машин отслеживались публикации по теме в других изданиях по социальной и гуманитарной тематике (например, «Социологический журнал», «Неприкосновенный запас», «Логос», «Телескоп» и т. д.). Помимо статей в журналах, в качестве источников выступали книги, посвящённые потреблению, образу жизни, роли вещей в обществе и т. п. Книги отбирались по тематическим рубрикам библиотек (автор работал в Российской национальной библиотеке в Санкт-Петербурге и в библиотеке Новосибирского государственного университета). Кроме того, в качестве печатных материалов выступали 15 программ курсов, найденных при помощи поисковых машин в Интернете на сайтах университетов и полученных непосредственно от авторов (список программ см. в Приложении 1).

Ещё один метод получения данных в исследовании — экспертные интервью (см. список экспертов в Приложении 2). В качестве интервьюируемых выступали социологи разных поколений, которые совмещают исследования с преподаванием в университетах. Интервью проводились в трёх российских городах (Москва, Санкт-Петербург и Новосибирск) и в четырёх университетах — Национальном исследовательском университете «Высшая школа экономики» (НИУ ВШЭ, Москва и филиал в Санкт-Петербурге), в Санкт-Петербургском государственном университете (СПбГУ) и в Новосибирском государственном университете (НГУ). Выбор был обусловлен следующими факторами: столичные и нестоличные вузы, в которых особый упор делается на исследования (ВШЭ и НГУ являются национальными исследовательскими университетами; СПбГУ был присвоен статус федерального университета наравне с Московским государственным университетом). Подобные статусы дают рассматриваемым университетам право на дополнительное бюджетное финансирование исследовательских проектов. Кроме того, во всех четырёх университетах есть факультеты и (или) кафедры социологии,

² Выражаю благодарность за помощь в работе над статьёй магистрантке факультета социальных наук университета Хельсинки Дарье Морозовой. Также хотела бы выразить признательность и благодарность коллегам, согласившимся поговорить о социологии потребления в интервью. За финансовую поддержку исследования благодарю программу Curriculum Research Fellowship и Матьяша Сабо.

на которых работает группа исследователей, непосредственно заинтересованных в социологии потребления и читающих курс лекций по данному предмету и связанным областям. Среди экспертов были кандидаты и доктора социологических и философских наук; профессора, доценты и старшие преподаватели; заведующие кафедрой, заместитель заведующего кафедрой и заместитель декана факультета.

Всего были взяты восемь интервью, длившихся от 40 минут до полутора часов. Вопросы для интервью (всего около 25) модифицировались под каждого эксперта, но в целом их можно разбить на три группы: (1) касающиеся исследовательской деятельности и профессиональных интересов интервьюируемого; (2) связанные с его (её) преподавательским опытом; (3) обсуждение мнения эксперта о текущем состоянии социологии потребления в России.

Социология потребления как исследовательская область

Эволюция социологии потребления тесно связана с эволюцией российского общества и социологии. В становлении социологических исследований потребления³ можно выделить два крупных этапа и несколько дробных этапов внутри них. Начнём с обзора советских исследований потребления, а затем обратимся к постсоветским исследованиям.

Социологические исследования потребления в СССР

Период, начавшийся в 1920-х гг., можно назвать *дотеоретическим* или *прикладным*. На этом этапе социология переживала ощутимый подъём, как заметил В. Э. Шляпентох, писавший о том, что в «1920-е годы советская прикладная социология достигла высокого уровня развития. Она восприняла передовые традиции земских статистиков» [Шляпентох 2006: 38]. Статистические исследования заложили базу анализа потребления. Так, исследования бюджетов домохозяйств, проведённые А. Н. Челинцевым, Л. Е. Минцем и другими, описывали процесс формирования бюджетов, уровень дохода населения, то, на что люди тратили деньги, то есть, иными словами, изучался «уклад потребления» (см. подробнее: [Миронов 1999; Ильин 2008: 6]). Челинцев в 1919 г. изучал бюджет крестьянского домохозяйства в Тамбовской губернии. Он рассматривал «уклад потребления», измеряя «уровень потребления», и затем описывал связь между этим последним показателем и производительностью труда (см. подробнее: [Миронов 1999: 35–39]). Минц, в свою очередь, в 1927 г. изучал размер и структуру доходов, потребление безработных по сравнению с занятыми. Этот исследователь измерял калории и состав меню домохозяйств с точки зрения удовлетворённых потребностей (см. подробнее: [Миронов 1999: 319]).

1.1.1. Первая волна, 1960-е

После десятилетий сталинских гонений социология пережила настоящий ренессанс при Н. С. Хрущёве. Б. М. Фирсов, Б. З. Докторов и другие социологи называют этот период вторым рождением дисциплины [Фирсов 2001; Докторов, Козлова 2009]. В те времена социология как дисциплина «казалась более актуальной, острой, динамичной, чем, например, такая почтенная дисциплина, как история» [Сымонович 2009: 16]. Потребление не рассматривалось ни как отдельная область исследований, ни как тема, заслуживающая первостепенного внимания. Тем не менее уже в конце 1960-х гг. в основных советских социологических изданиях были опубликованы исследования на тему потребления.

В *первой волне* можно выделить как минимум два основных подхода к изучению потребления. Первый подход можно назвать *поколенческим*; он представлен в публикациях Б. А. Грушина и В. В. Чикина

³ Я намеренно использую зонтичную категорию «социологические исследования потребления» вместо «социологии потребления», потому что исследования, которые составили фундамент будущей отрасли социологии, могли формироваться в контексте других отраслей.

«Лицо поколения» (1961), «Исповедь поколения» (1962) и в изданной в 2001 г. на материалах исследований 1960-х гг. книге Б. А. Грушина «Четыре жизни России в зеркале опросов общественного мнения. Очерки массового сознания россиян времён Хрущёва, Брежнева, Горбачёва и Ельцина в 4-х книгах. Жизнь 1-я “Эпоха Хрущёва”». В выборку исследования были включены 17 556 молодых людей (до 30 лет), которые ответили на опросник, размещённый в газете «Комсомольская правда». Хотя данное исследование не было посвящено потреблению как таковому, оно затрагивало вопросы мещанства, стиля и отношения к ним молодёжи.

На вопрос об отношении молодёжи к собственному поколению 83,4% участников исследования ответили, что они довольны своим поколением. Однако молодые люди в своих ответах критиковали мещанство [Грушин, Чикин 1961: 16]. Чрезмерное внимание к собственной внешности, стилю и западным товарам раскритиковали 3000 участников опроса. При этом 16,6% упомянули в своих ответах «стиляг», признавая существование этого феномена. Исследователи приводят цитаты, например, из интервью работницы фабрики и студентки-заочницы из Кабардино-Балкарии: «Мне не нравится стремление части молодёжи ко всему заграничному: причёски “под мальчика”, до безобразия узкие и короткие брюки, юбки и др.» [Грушин, Чикин 1962: 198]. Подобную критику можно объяснить тем, что в Советском Союзе внешний облик порой напрямую связывался с внутренним миром. Таким образом, повышенное внимание к внешности и западным товарам свидетельствовало об испорченности. Исследователи замечают, что, к сожалению, во многих ответах прослеживается гнев по отношению к тем, кто любит яркие рубашки и стильные стрижки [Грушин, Чикин 1961: 45]. В то же время они отмечают, что важна «культура поведения», нужно различать «хороший и дурной вкус», и с этой точки зрения «одинаково плохи и потеря чувства меры в погоне за модой, и неумение по-настоящему оценить красивое и современное — идёт ли речь об одежде или искусстве, мебели или танцах» [Грушин, Чикин 1961: 45]. Помимо этого, другие информанты отмечают, что, в случае если бы советская промышленность производила достаточное количество ярких и недорогих предметов одежды, у молодёжи не было бы нужды копировать западные стиль и моду [Грушин, Чикин 1961: 45]. В заключении делается вывод о том, что с возрастом интерес к моде и внешности притупляется. В связи с этим исследователи подчёркивают, что бояться стиляг совсем не стоит.

Второй подход к потреблению можно назвать *критическим*. Примером исследования, в котором данный подход использовался, служит книга Л. Н. Жилиной и Н. Т. Фроловой «Проблемы потребления и воспитание личности» (1969). В работе содержится сравнение потребления в капиталистическом и в социалистическом обществах, которое осуществляется с привлечением теоретических принципов марксизма. Несмотря на то что книга не содержит открытых негативных оценок социалистического общества, её дух близок критическому подходу, а авторы проявляют изобретательность, интерпретируя эмпирические данные таким образом, чтобы завуалировать несоответствия идеологии и реальности. Рассматриваемое исследование посвящено сфере массового потребления и той роли, которую современные формы потребления играют в формировании личности советского гражданина (как мужчины, так и женщины). В исследовании принимали участие 1740 семей (дети школьного возраста и их родители) Челябинска. Интервьюированные были разделены на группы в зависимости от их профессии.

Авторы книги приходят к выводу, что, несмотря на официальную идеологию всеобщего равенства, на текущей стадии развития социалистического общества индивиды и группы не равны между собой в сфере потребления. Причина неравенства: индивиды и группы потребляют в соответствии с объёмом и количеством совершённой ими трудовой деятельности [Жилина, Фролова 1969: 8]. Любопытен и тот факт, что лишь 17 человек из всех опрошенных ответили, что их не волнуют материальные вещи [Жилина, Фролова 1969: 51]. Остальные участники подтвердили, что вещи важны и имеют значение (это идёт вразрез с социалистической идеологией) [Жилина, Фролова 1969: 56].

В работе Жилиной и Фроловой освещаются и другие вопросы потребления: желаемость новых вещей (практически 90% интервьюируемых признались, что мечтают о новых вещах); отношение к сбережению денег; мотивы при покупке новых вещей; отношение к изобилию вещей. В результате было выявлено, что советские граждане являются материалистами (они бы аккумулировали ресурсы, если бы у них была такая возможность); мечтают о новых вещах — машинах, холодильниках и мебели — и совсем не в восторге от аскетизма; предпочитают покупать вещи, нежели одалживать их. Основным мотивом при совершении покупки было для них сравнение — быть не хуже, чем все. Исследователи объясняют такое сравнение себя с другими при совершении покупки чувством коллективизма, а не зависти. В целом же рассматриваемое исследование представляет собой сопоставление официальной советской идеологии и реального положения вещей. Несмотря на видимые идеологические перекосы, исследование Жилиной и Фроловой является значительным вкладом в формирование социологии потребления в советской России.

В конце 1960-х гг. был запущен лонгитюдный проект «Таганрог-I», целью которого было выявить структуру потребления домохозяйств. Данный проект представляет собой *построение типологий потребления*. Результаты исследования были доступны лишь для служебного пользования [Уровень жизни... 1971], что было типично для социологии того времени. Далее в статье данный подход будет обсуждаться подробнее.

1.1.2. Вторая волна, 1970–1980-е

В 1970–1980-е гг., которые будем называть *второй волной*, можно выделить несколько подходов к потреблению. Можно сказать, что общей рамкой для социологии этого периода является *структурно-функционалистский подход*, в контексте которого рассматривались те или иные объекты исследования, а также принципы марксизма. Во-первых, потребление исследовалось в контексте *изучения социалистического образа жизни*. Категория «образ жизни» рассматривается как совокупность видов деятельности в сфере труда, потребления, быта в социальной и политической сферах [Народное благосостояние... 1988: 85]. «В конце 1970-х годов активизируются исследования проблем образа жизни, в частности, населения крупного города. Многие ленинградские социологи были объединены вокруг темы “Социалистический образ жизни как объект комплексного социального исследования” под руководством А. С. Пашкова. Результаты исследований представлены в сборнике “Образ жизни населения крупного города: комплексное социальное исследование” (Человек и общество, 1988, выпуск XXIII)» [Бороноев 2008: 67] (см. также: [Пашкова 1988]). Несмотря на идеологическое стремление создать нормативный социалистический образ жизни, общий для всех советских граждан, исследователи доказали, что в стране существовали различные образы жизни, которые отличались по степени своей приближенности к нормативной модели [Народное благосостояние... 1988]. Социологи занимались изучением социальной и экономической структуры жизненного уклада не только городского населения [Анохина, Шмелёва 1977], но и крестьянства [Рывкина 1979] в различных регионах страны. Помимо этого, была проанализирована материальная структура социалистического образа жизни [Травин 1979].

Идея многообразия образов жизни была представлена в исследованиях, посвящённых типологиям потребления. Подобный подход использовался и получил развитие, например, на втором этапе лонгитюдного исследования «Таганрог-II» (1977–1978), которым руководила Н. М. Римашевская. Исследование фактически поставило под вопрос идеологическую схему развитого социализма о равенстве всех граждан во всех сферах жизни, в том числе и в потреблении. По факту выяснилось, что дефицит потребительских товаров, а также неравный доступ к ним привели к существенному расслоению среди потребителей.

В своей работе Н. М. Римашевская и Л. А. Левкова выявили два подхода к поведению потребителя, основанных на изучении потребностей [Римашевская, Левкова 1978]. Первый — нормативный — сводится к абстрактной концепции физиологических, психологических, гигиенических и прочих потребностей. Второй подход — статистический — основан на постулате, согласно которому потребители оптимизируют своё поведение в зависимости от собственных потребностей. Исследователи смело указывали на то, что для изучения различий в потреблении необходимо использовать второй подход.

Используя количественные методы анализа и опираясь на данные, полученные при обследовании 106 семей Таганрога, исследователи выделили две группы потребителей, отличающихся друг от друга уровнем дохода. Первая группа — это семьи с низким уровнем дохода, где потребление определяется стандартными нуждами и не обнаруживает многообразия схем. Во вторую группу входили три подгруппы, отличающиеся друг от друга схемами потребления. Первая состояла из семей (три и более членов, часто семьи с детьми), чьё потребление было во многом продиктовано нуждами семьи (мебельный гарнитур, домашняя утварь, высокие расходы на еду и т. д.). Во второй подгруппе наблюдались следующая тенденция: самые высокие по сравнению с другими расходы на продукты питания и самые низкие расходы на промышленные товары. Данный тип потребления получил название «физиологический». В третьей подгруппе расходы на еду были наименьшими, а расходы на книги, журналы и досуг, музыкальные инструменты, радио и т. д. — наивысшими. Этот тип потребления был назван «интеллектуальный» [Римашевская, Левкова 1978: 139–141]. Таким образом, было продемонстрировано, что в социалистическом обществе одинаковый уровень дохода не обязательно ведёт к схожей структуре потребления и схожему образу жизни [Римашевская, Левкова 1978: 141].

Важным объектом изучения для социологов стал *социалистический рынок потребления*: активно проводились исследования розничной торговли, в которых особое внимание уделялось её структуре и практическим вопросам планирования и управления. Советское правительство признало, что рынок функционировал в условиях дефицита, и позволило озвучивать данный факт в исследованиях. Таким образом, социологи стали описывать альтернативные способы приобретения товаров (фарцовщики, индивидуальные предприниматели, владельцы огородных участков и др.) [Сидоров, Смирнов 1990: 102]. Согласно выводам социологов, «чёрный» рынок способствовал снижению социальной дифференциации [Гузанова 1989: 74] и облегчал последствия дефицита товаров [Сидоров, Смирнов 1990: 101].

Что касается планирования и управления торговлей, социологами были проведены интервью для выявления факторов, влияющих на выбор магазина покупателями [Рукавишникова, Сапожников, Хазова 1990: 99], целью было также определить, сколько времени уходит на поиск и приобретение необходимого товара [Голощапов 1981: 147; Народное благосостояние... 1988: 81]. Таким образом, исследователи надеялись понять, какое расположение для торговой точки является наилучшим. Потребление рассматривалось с точки зрения возможностей его рационализации. В частности, социологи установили, что время на поиск и покупку товара свидетельствует о нерациональном расположении торговых точек [Дукаревич 1987: 65], поэтому рассматривалась возможность рационализации размещения торговых точек и сокращения времени на поиск и покупку [Рукавишникова, Сапожников, Хазова 1990: 97]. Было установлено, что покупатели предпочитают приобретать продукты рядом с домом или по дороге с работы домой. Непродовольственные товары они покупают в центре города, а не в отдалённых районах, хотя в Москве оба типа магазинов — в центре и в отдалённых районах — востребованы [Бобков 1985: 85–86].

Чтобы объяснить механизмы, действующие на социалистическом рынке потребления, их необходимо было категоризировать. В результате в проекте «Таганрог-II» социологи определили несколько типов спроса. Первый — платёжеспособный спрос, при котором у потребителя есть в наличии деньги на со-

вершение покупки. Второй — отложенный спрос, включающий деньги, которые были бы потрачены при наличии товаров [Народное благосостояние... 1991: 40]. Третий вид спроса — реализованный спрос, включающий деньги, уже потраченные на приобретение товара. Существует также нереализованный спрос [Народное благосостояние... 1991: 145]. Кроме того, спрос может быть полностью и не полностью удовлетворённым, что определяется уровнем удовлетворённости потребителя [Народное благосостояние... 1988: 78–79].

Обсуждая поведение потребителя на социалистическом рынке, учёные говорят об импульсивном потреблении. Для такого вида потребления характерно поведение, при котором потребитель покупает всё, что только доступно в магазине, и не важно, планировалась ли подобная покупка или нет. Следует отметить, что импульсивная покупка в контексте дефицита товаров не имеет ничего общего с тем же видом поведения в капиталистическом обществе. Тем не менее исследователи интерпретируют подобную практику в положительном ключе, так как она служила доказательством спроса на (якобы) доступные новинки [Народное благосостояние... 1991: 149]. Некоторые другие типичные для советского контекста покупательские практики упоминаются в описываемом исследовании: например, потребительская миграция в города с отлаженной системой обеспечения товарами [Народное благосостояние... 1991: 154–155]; вынужденная покупка, совершаемая спонтанно в силу (неожиданной) доступности товара, а не в соответствии с планами потребителя, и т. д. [Дукаревич 1987].

В 1970-х гг. набирали обороты исследования о *домашней предметной среде*. Одно из них провели М. Х. Титма и Т. И. Сильдмяэ (1979) в советской Эстонии. В данном исследовании домашняя предметная среда рассматривается как важнейшая часть повседневной жизни населения. Исследователи стремились выявить факторы, влияющие на уровень дифференциации в домашней среде. Они предположили, что подобная дифференциация вытекает не только из разницы в доходах, но и из различий в образе жизни. В работе описывается структура имущества домохозяйств, а далее устанавливаются причинно-следственные связи между группами материальных предметов и социальными характеристиками их владельцев. При этом используется метод таксономии, широко применявшийся в ту эпоху. В исследовании предлагаются типология домашней среды, а также типология потребителей в зависимости от их материального имущества.

Если в исследовании Титмы и Сильдмяэ рассматриваются группы вещей, но не учитываются их особенности, данный пробел восполняется с выходом исследования «Образ жизни населения крупного города: опыт комплексного исследования» (1988), в котором учитываются различные характеристики вещей. Сам факт владения телевизором уже ни о чём не говорил. Вместо этого приобрели значение другие характеристики: являлся телевизор цветным или чёрно-белым, стационарным или переносным, с видеоманитофоном или без, с пультом или без него [Пашкова 1988: 208].

Структура потребления изучалась и с точки зрения *материального благосостояния*. При этом благосостояние не сводилось только к доходу, но включало и предметное окружение. В одном из исследований, проведённых в Ленинграде, были отобраны люди четырёх профессиональных категорий: квалифицированные рабочие, инженеры, учителя и работники сферы обслуживания (продавцы, официанты и т. д.). Большинство инженеров и учителей имели высшее образование, в то время как у большинства квалифицированных рабочих и работников сферы обслуживания было среднее образование. Т. З. Протасенко предположила, что образование служило важнейшим фактором в дифференциации культуры потребления [Протасенко 1985: 102]. При этом, согласно полученным результатам, имущественная обеспеченность была высокой во всех представленных группах. Однако личный доход не влиял на обеспеченность товарами и предметами в домашней среде в отличие от суммарного семейного дохода: чем выше агрегированный доход, тем лучше семья обеспечена материальными благами. Следовательно, такие факторы, как суммарный семейный доход, количество и качество накопленных товаров и со-

циальные характеристики домохозяйства (социально-профессиональный статус, количество иждивенцев, то есть несовершеннолетних детей и пенсионеров) оказывают решающее влияние на структуру предметной среды. При этом автор отмечает, что основную роль в данном контексте играла культура потребления. Мода, рекламная деятельность, спонтанное желание, а также доступность товара на рынке влияли на поведение потребителей. Более того, среди российских граждан всё-таки был распространён так называемый вещизм. Особенно данная тенденция была характерна для работников сферы обслуживания, которые потребляли престижные и дорогие товары [Протасенко 1985: 109]. Моральное старение вещей, которое происходило всё быстрее, и постоянная охота за новинками также не были чужды советскому потребителю [Рукавишникова, Сапожников, Хазова 1990: 98].

Начиная с 1970-х гг. мода стала признанным объектом социологических исследований в Советском Союзе. Например, Л. В. Петров рассматривал её как форму коммуникации с социально-психологической точки зрения, как «особый способ, образ, мер(у) обработки социальной информации» [Петров 1974: 3]. Он выделяет основные функции моды, среди которых идентификация себя со значимыми другими, подражание, коммуникация и эстетическая функция [Петров 1974: 14–15]. Петров подчёркивал, что мода не является индивидуальной причотью, но представляет собой, скорее, социальный процесс. В 1980 г. А. Б. Гофман представил собственную концепцию моды. Согласно данной концепции, структура моды включает стандарты моды, объекты моды и модные значения; к компонентам моды относятся модное поведение и участники моды. Помимо этого, моде присущи два вида ценностей: атрибутивные (современность, игра, демонстративность, универсальность) и денотативные, которые носят ситуативный характер и зависят от социально-экономических институтов, классовой структуры и образа жизни общества [Гофман 1980: 60]. В своих работах исследователь сравнивает моду в социалистическом и капиталистическом обществах и приходит к выводу, что мода при капитализме представляет собой классовый феномен, в то время как при социализме модная дифференциация основывается на разнице в возрасте, профессии, образовании и на особенности индивидуальных черт. Ко всему прочему, люди, живущие в социалистическом обществе, менее заинтересованы в эффекте новизны и преждевременном старении вещей [Гофман 1980: 64].

В конце 1980-х — начале 1990-х социология была включена в список университетских дисциплин в России. Одновременно кафедры философии марксизма и научного коммунизма были расформированы и переименованы в кафедры социологии, политологии и культурологии [Здравомыслов 2007]. Временем «плюралистической социологии» называют 1990-е гг. [Здравомыслов 2007], так как тогда возникло и закрепилось множество новых дисциплин и новых областей исследования.

1.2. Социология потребления в современной России

С конца 1990-х и по начало 2000-х гг. социология потребления пережила этап значительного роста. В современной российской социологии потребления можно выделить как минимум два основных подхода. Во-первых, *экономико-социологический* (В. В. Радаев, Я. М. Рощина, З. В. Котельникова). Данный подход затрагивает прежде всего исследования рынков, поведение потребителей и стилей жизни и, как правило, опирается на количественные методы. Во-вторых, *социокультурный подход* (В. И. Ильин, Д. В. Иванов, О. Г. Ечевская, А. А. Желнина, Л. Л. Шпаковская, О. Ю. Гурова), при котором внимание уделяется изучению культуры потребления, идентичностей и практик потребления. Как правило, представители этого подхода опираются на качественные методы исследования. Подходы разделены условно, между ними достаточно много пересечений, но существуют и различия, касающиеся понимания категории «потребление» и основных теорий, на которые опираются исследователи; объектов и предметов исследования, укоренённости в различных социологических школах. Основное различие состоит в том, что при первом подходе потребление рассматривается как сфера, связанная с экономической и хозяйством общества, а при втором — как сфера, связанная с культурой общества.

1.2.1. Экономико-социологический подход

Данный подход развивается прежде всего социологами Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» в Москве. В 2005 г. в журнале «Социологические исследования» вышла статья В. В. Радаева «Социология потребления: основные подходы», где потребление рассматривается как «использование полезных свойств того или иного блага, сопряжённое с удовлетворением личных потребностей человека и расходом (уничтожением) стоимости данного блага» [Радаев 2005: 6] (см. также: [Рощина 2007b]). Связывая потребление в основном с удовлетворением потребностей, что свойственно экономическому подходу к потреблению, который берётся приверженцами экономико-социологического подхода за отправную точку этого направления, они тем не менее обсуждают различия между экономическим и социологическим подходами. Отмечается, что экономическую социологию подобная трактовка потребления как удовлетворения потребностей вряд ли может удовлетворить, ибо для неё «потребление является столь же социальным, сколь и экономическим процессом» [Радаев 2005: 7]. Так, по сравнению с экономической наукой в социологии описывается целый спектр мотивов, помимо желания увеличить личное потребление. Среди таких мотивов может быть желание власти и уважения, общения и соперничества. При этом индивидуальные схемы потребления необязательно рациональны: они могут быть иррациональными, импульсивными или осуществляться под воздействием пристрастий или привычек. Более того, потребитель не всегда независим в своих решениях. Например, он (она) сравнивает своё потребление с различными группами и сообществами (см.: [Радаев 2005: 7–8]). Ценности также влияют на потребление, представляя собой его институциональную рамку. В результате на потребление влияет не только доход, но и многие социальные факторы, принимаемые во внимание в экономической социологии и социологии потребления [Радаев 2005].

Основными темами в рамках рассматриваемого подхода являются социальная дифференциация, стиль жизни и социальные и экономические характеристики, влияющие на поведение потребителей. Например, социолог Я. М. Рощина в работе «Дифференциация стилей жизни россиян в поле досуга» (2007) указывает, что «одной из важнейших характеристик любого общества является то, как живут люди этого общества: как они питаются, одеваются, чем занимаются. В любом обществе существуют разные социальные группы и определённые, характерные для них способы поведения» [Рощина 2007а: 23]. Потребление — одно из проявлений данного поведения. Рощина исследует совокупности устойчивых практик потребления (которые она называет стилями жизни)⁴ в поле досуга. При этом она применяет количественные методы исследования (факторный и кластерный анализ). Опираясь на данные R-TGI (Российского индекса целевых групп) о 16 тыс. домохозяйств, Рощина предлагает типологию, в которую входят восемь стилей жизни, отличающихся друг от друга определённым набором практик. Среди этих стилей есть, например, «пассивный» стиль: люди, придерживающиеся такого уклада жизни, никуда не ходят, у них нет постоянного хобби, в основном они смотрят телевизор, читают и слушают радио. Полной противоположностью ему является «постмодернистский» (или «активный») стиль, для которого характерны высокая социальная активность и разнообразие форм досуга: представители данного стиля жизни «занимаются абсолютно всем, не имея даже чётко выделенных предпочтений» [Рощина 2007а: 31]. Исследовательницей выделены также «спортивный», «развлекательный», «читательский», «хозяйственный», «классический» (посещение театров и музеев) и «домашний» стили жизни. Кроме того, Рощина изучает социальные и экономические характеристики потребителей каждого выявленного ею типа. Например, «пассивный» стиль жизни был присущ домохозяйствам с низким уровнем дохода, члены которых имели низкий уровень образования, часто это были пожилые люди. В данной категории домохозяйств был высок процент овдовевших индивидов, хотя большинство всё-

⁴ Интересно, что в российской социологии категория «стиль жизни» впервые появилась в журнале «Социологические исследования» в 1998 г. Авторы статьи, проводя кросскультурное сравнение между стилями жизни в Восточной и Центральной Европе, предложили переводить данную категорию с английского на русский язык как «социокультурный стиль»; см.: [Демидов 1998].

таки имели семью. В то же время те, для кого характерен «постмодернистский» стиль, — это довольно молодые люди (около 30 лет), часто незамужние или неженатые, с высоким уровнем образования и хорошим месячным доходом [Рощина 2007а: 33–34]. С точки зрения методологии данное исследование как использует современные западные методологии, например, социологию Пьера Бурдьё, так и имеет некоторое сходство с построением типологий, свойственных советским исследованиям потребления.

Я. М. Рощина является автором первого русскоязычного учебника под названием «Социология потребления», изданного Высшей школой экономики (Москва) в 2007 г. Рощина в значительной мере опирается на экономико-социологический подход, выбирая в качестве стартовой точки экономическую теорию потребления, изложенную в первой главе учебника. В книге также есть раздел о поведении потребителя в маркетинге. Помимо этого, освещаются основные темы, имеющие отношение к социологии потребления, среди которых — история потребления в России и на Западе; ключевые концепции дисциплины, а также потребление в различных сферах (еда, мода и т. д.). Освещаются вопросы, связанные с культурой потребления: потребление как знак, глобализация потребительской культуры и т. д.

Функционированию вещей на рынке посвящены работы З. В. Котельниковой, которая изучает роль подделок — контрафакта, фальсификатов, имитаций, пиратских копий и т. д. Согласно гипотезе исследователя, не все правообладатели и не всегда заинтересованы в уничтожении контрафакта. Это связано с тем, что производители зависят от знакового потребления, и приумножение товара, даже контрафактного, способствует лучшему узнаванию марки, а сама контрафактная продукция выступает своего рода рекламой, которая позволяет сформировать группу лояльных потребителей [Котельникова 2008]. Ещё одна работа З. В. Котельниковой посвящена роли оборудования, устанавливаемого в магазинах с целью предотвращения воровства, на товарном рынке. С точки зрения подхода социального конструирования технологии автор рассматривает роль противокражных приспособлений — простых (электронные бирки, датчики, этикетки) и сложных (электронные системы обнаружения предметов). К функциям этих предметов на рынке относится, помимо обеспечения безопасности и контроля над потребителями, например, отделение «старых» торговых форматов от современных. Несмотря на то, что использование такого оборудования становится рутинной практикой, оно не только не перестаёт оказывать принудительное воздействие на поведение покупателей, но и фигурирует, например, в спорах между ритейлерами и поставщиками о том, кто должен нести убытки от издержек в результате краж и покупки оборудования для защиты от них [Котельникова 2011].

Журнал «Экономическая социология» является одним из основных проводников и популяризаторов этого (но не только этого) подхода. Помимо названных работ, стоит отметить статьи об особенностях развития розничной торговли в России [Радаев, Котельникова, Маркин 2009] и недавно вышедшую статью о подходах к стилю жизни в социологии [Горбань 2013]. Кроме того, к работам в рамках этого подхода можно отнести исследования имущественного неравенства и благосостояния [Бызов 2000; Давыдова, Седова 2004] и исследования поведения потребителей в различных сферах (питание, досуг) [Рощина 2007а; Рощина, Мартыненко 2014] и др.

1.2.2. Социокультурный подход

Как минимум два субподхода — критический и конструктивистский, которые выделены условно и отчасти пересекаются друг с другом, — включает социокультурный подход.

Критический субподход развивает в своих работах Д. В. Иванов, который, в частности, рассматривает современное капиталистическое общество с критической точки зрения. Несмотря на то что в его интерпретации потребление представляет собой особого рода деятельность, процесс взаимодействия с другими людьми, образ жизни и образ мыслей, способствующие формированию идентичности и вы-

ражению принадлежности к группе или сообществу («человек есть то, что он ест, имеет, носит, водит, посещает, смотрит и читает»), такой способ анализа представляет собой, скорее, макроподход, нацеленный на критику современного капиталистического общества [Иванов 2008: 30–31].

В статье «Феномен потребления: критический подход» (2001) Иванов рассматривает нео- и постмарксизм как парадигмы в социологии потребления. Согласно данным концепциям, в современном капиталистическом обществе марксистские понятия «базис» и «надстройка» трансформируются. Ссылаясь на теоретиков Франкфуртской школы и на идеи французских мыслителей, Иванов пишет, что современный капитализм кардинально видоизменился и производство более не служит основой данной системы. Вместо этого потребление одновременно является как новым базисом, так и новой идеологией [Иванов 2001: 13]. Потребление в качестве идеологии приобрело значительную важность наряду с процессом виртуализации, под которым Иванов понимает «любое замещение реальности её симуляцией/образом» [Иванов 2001: 19]. Иванов различает «модернистский» и «постмодернистский» типы потребления. «Модернистский» потребитель живёт в социальной действительности, которую он воспринимает как данную и реальную. Его потребительское поведение определяется социальным статусом. В противоположность данному типу потребитель, чей стиль описывается как постмодернистский, живёт в виртуальной реальности образов и брендов, при этом он осознаёт относительность такой реальности и с лёгкостью использует образы для симуляции собственных социальных характеристик.

Идеи и критический подход Иванова в полной мере находят применение в его книге «Глэм-капитализм» (2008). В данной работе Иванов также ссылается на представителей критической социологии, однако отмечает, что «на основе модели виртуализации можно развивать посткритический подход к рассмотрению потребления, то есть с использованием достижений критического подхода, но без характерных для неомарксизма и постмарксизма поисков революционного субъекта или форм сопротивления коммодификации и отчуждению» [Иванов 2001: 23], (см. также: [Иванов 2008]). В книге представлена новая концепция — общая теория гламура. Согласно представлениям автора, современный гламур — это не только «эстетическая форма и культурная логика», но и «рациональность современного капитализма», нацеленного на превращение гламура в капитал [Иванов 2011: 48]. В более поздней статье автор отмечает, что логика гламура приходит на смену логике виртуализации: перепроизводство виртуальности — брендов, виртуальных денег и т. п. — приводит к тому, что рациональной стратегией оказывается «создание максимально броских и максимально простых образов», которые конвертируются в капитал в контексте современного капитализма [Иванов 2011: 47].

Согласно *конструктивистскому субподходу*, которого придерживается, например, социолог В. И. Ильин, социология потребления неразрывно связана с исследованием культуры. Если при этом в исследовании потребления включать параметр социального неравенства (см.: [Ильин 2008: 9]), то в результате слияния культуры и неравенства будет получена социологическая концепция идентичности, которую активный агент выстраивает при помощи потребления. Следовательно, потребление — это не только процесс удовлетворения потребностей посредством уничтожения товаров. Потребление — это прежде всего производство символов в контексте формирования идентичности: «Человек покупает модную одежду, чтобы все видели его современность, и избегает экстравагантной, чтобы не прослыть чудаком, и т. д. Иначе говоря, человек, потребляя, стремится сообщить окружающим какую-то информацию о себе, таким способом он пишет своеобразный текст» [Ильин 1998].

Впервые данный подход был изложен в книге Ильина «Поведение потребителей» (1998), а позднее получил развитие в книге «Потребление как дискурс» (2008), где автор представляет потребление как процесс, при котором рефлексивный индивид конструирует тексты посредством потребления. Этот процесс укоренён в социальной структуре, которая снабжает индивида ресурсами и одновременно накладывает на его действия определённые ограничения в виде правил [Ильин 2008: 9]. Ильин определя-

ет свой подход к исследованию как деятельностно-конструктивистский, который предполагает активную роль индивида в конструировании идентичности в контексте его (её) социальных характеристик в повседневной жизни.

В качестве цели своего исследования Ильин называет изучение современной культуры потребления в России [Ильин 2008: 21]. Социолог указывает, что современное российское общество стремится к статусу потребительского общества. Цитируя работы З. Баумана и Ж. Бодрийяра, Ильин определяет общество потребления как общество, в котором ключевая роль отводится индивидуальному потреблению, стимулируемому капиталистическим рынком. Следовательно, в этом случае само общество диктует своим членам роль потребителя. Ильин исследует изменения, произошедшие в повседневной жизни российского общества, в частности, в таких сферах, как шопинг, туризм, мода, рекламная индустрия и многие другие, рассматривая их с точки зрения трансформации структур и функций. Работа включает рассмотрение многих ключевых социологических концепций, таких как глобализация, локализация, глокализация, американизация и макдональдизация; Ильин анализирует данные процессы в контексте современного российского общества. В книге «Быт и бытие молодёжи российского мегаполиса» (2007) учёный объясняет, как зарождающееся общество потребления воздействует на различные аспекты жизни молодёжи в России, на их профессиональные стратегии, личную и общественную жизнь [Ильин 2007].

Исследование *вещей* в рамках социокультурного подхода проводилось В. Б. Голофастом, предложившим версию истории вещей с точки зрения модернизации [Голофаст 2000]. По версии исследователя, историю вещей можно рассматривать в контексте трёх исторических периодов, которым присущи различные «режимы» взаимоотношений между человеком и вещью. При первом режиме вещи были дефицитом, составляли коллективную ценность. Люди приспосабливались к каждой вещи, а сами вещи становились частью личности, привычным условием образа жизни (например, советское общество). При втором режиме отношение к вещам стало более ситуативным. Вещи рассматривались как помощники, партнёры по социальному взаимодействию. Они превратились в функциональный компонент обычной рутинной деятельности человека, их заменяемость становится регулярной (вплоть до одноразового использования). Вещи стали стремительно размножаться и обслуживать более частные потребности (российское общество первого десятилетия XXI века). На третьем этапе происходит переоценка сверхпотребления: сверхпотребление разрушительно, оно должно быть культурно укрощено. Новое отношение к вещам предполагает табу на расточительное потребление, дисциплину, умеренность, экологичность, заботу о здоровье, расчётливость и жертвенную справедливость в отношении больных, бедных, слабых (российское общество после кризиса 2008 г., современные западноевропейские общества).

Социокультурный подход к вещам в советской и постсоветской культуре представлен в книге под редакцией О. Г. Ечевской «Люди и вещи в советской и постсоветской культуре» (2005). Авторы рассматривают особенности доминирующего дискурса о вещах, семиотики советских вещей, нормативных и реальных моделей отношения к вещам в советском обществе и особенности стилей жизни в современном российском обществе. Дискурсивный анализ практик, связанных с использованием советских вещей, предлагает Г. Орлова, рассмотревшая различные манипуляции приспособления вещей к человеку, назвав их «маленькими хитростями» [Орлова 2004]. Функционирование старых вещей в современной культуре изучали О. Бредникова и З. Кутафьева, акцентируя внимание на определённом контексте — блошином рынке, которым старая вещь создаётся как «дорогая» [Бредникова, Кутафьева 2004], а также Р. В. Кононенко, который в статье про автомобили-олдтаймеры отмечал, что функция таких вещей не столько в комфорте, новизне и современности, но в присущих старым вещам особенностях (например, в поддержании связи между поколениями) [Кононенко 2009].

Социокультурный подход к изучению потребления в основном развивается (но не исчерпывается) «Журналом социологии и социальной антропологии», редакторы которого В. В. Козловский и В. И. Ильин выпустили специальный номер под названием «Общество потребления: социальные и культурные основания»⁵ и в настоящее время готовят ещё один специальный выпуск журнала. В целом среди исследований, которые ведутся в рамках этого подхода, изучение общества потребления как концепции [Иванов 2011; Козловский 2011]; изучение советских и постсоветских практик потребления [Ечевская 2005]; анализ новых торговых форматов [Рыжова 2003; Желнина 2008; 2010; Михайлова, Гурова 2009; Новожилова 2011]; потребительские практики среднего класса [Гладарев, Цинман 2009; Шпаковская 2009; Гурова 2012], бедных [Ечевская 2011], пожилых [Елютина 2009], детей [Новожилова 2011] и других социальных групп, например, мигрантов [Гурова 2013] или людей, выбравших стратегию дауншифтинга [Лисова 2008]. Исследования культуры потребления представлены в исследованиях брендов [Тарасов 2004; Жлудова 2007], дискурса глянцевого журнала [Лолло 2011] и т. д. Мода анализируется в упомянутых работах А. Б. Гофмана (1994), Л. И. Ятиной (1998), В. И. Ильина (2007, 2008) и О. Ю. Гуровой (2008). На протяжении десятилетия социокультурный подход продвигался конференцией «Потребление как коммуникация», проходившей в Санкт-Петербургском государственном университете под руководством В. И. Ильина.

Таким образом, несмотря на то что активный этап становления социологии потребления пришёлся на 1990-е гг., её истоки следует искать в социальных исследованиях потребления XX века. Анализ становления и развития научной области позволяет оценить, как процессы, происходящие в обществе, исследовались учёными и практиками: как изменялась тематика исследований (от исследований уклада потребления к изучению социальной структуры, рынка и различных феноменов, связанных с культурой потребления); как эволюционировала методология исследования (от учёта связанных с потреблением статистических показателей к построению теорий и концепций потребления); какие доминировали подходы в тот или иной период (вопреки расхожему мнению, советские исследования потребления не исчерпывались структурно-функционалистским подходом, а на современном этапе внутри двух крупных подходов наблюдается плюрализм); какие методы применялись (от статистических методов, количественных опросов и построения типологий к наблюдению и интервью).

2. Социология потребления как учебная дисциплина

В данном разделе статьи социология потребления будет рассмотрена как университетская дисциплина. В 2008 г. исследователи Р. Н. Абрамов и М. А. Юманова изучили особенности учебных планов по социологии в российских университетах. Опираясь на частоту, с которой в учебном плане фигурировали те или иные специальные и общепрофессиональные дисциплины, Абрамов и Юманова выделили три их группы. Первая группа, которая включает 21 дисциплину и преподаётся в 50–80% российских университетов, получила название «ядро социологического образования». Самыми популярными среди этих дисциплин оказались «Социология культуры» (73%) и «Методика и техника социологических исследований» (82%). Вторая группа получила название «полупериферийные дисциплины» и включила 32 дисциплины, которые преподаются в 15–50% российских вузов. Третья группа оказалась самой многочисленной: в ней 141 дисциплина, которые изучаются в 1–15% российских вузов. Данную группу исследователи назвали «фронтальные дисциплины», отметив, что именно «фронтальные дисциплины в каждом вузе формируют уникальное лицо социологического образования, отражая профессиональные интересы преподавателей и сложившиеся традиции» [Абрамов, Юманова 2008: 85]. Согласно предложенной классификации, социология потребления относится к последней группе дисциплин.

Такое незавидное положение социологии потребления в иерархии дисциплин отнюдь не означает, что её положение шатко. Необходимо принять к сведению один немаловажный факт: исследование Абра-

⁵ См.: Журнал социологии и социальной антропологии. 2011. XIV (5).

мова и Юмановой касалось образовательных стандартов второго поколения, когда Министерство образования РФ включило в учебный план по социологии 26 общепрофессиональных и специальных дисциплин. Социология потребления не была включена ни в одну из представленных групп, хотя могла войти в учебный план как факультатив. Образовательные стандарты третьего поколения, не так давно одобренные правительством, включают обязательные дисциплины и дисциплины по выбору. В новых стандартах социология потребления предложена как дисциплина по выбору для специализации «Экономическая социология». Данный шаг вполне может способствовать улучшению позиции социологии потребления в рамках учебного плана и её институционализации.

2.1. Социология потребления в университетском учебном плане

Эксперты отмечают, что социология потребления как академическая дисциплина появилась в учебном плане высших учебных заведений России в начале 2000-х гг. Для того времени типично, что эта новая дисциплина сначала преподавалась под разными названиями. Один из экспертов рассказывает, что свой первый курс по потреблению он прочитал в 1997 г. студентам-маркетологам. Тогда этот курс назывался «Поведение потребителей». Однако, будучи социологом, лектор изменил содержание курса, добавив в него социологическую составляющую:

Социологией потребления я заинтересовался в середине 90-х годов, когда мне сказали читать «Поведение потребителей». Я согласился, как раз выиграл грант, поехал в Америку и там уже начал вникать в эту тему <...> с точки зрения логики поведения потребителя. С 1997 года я преподавал курс «Поведение потребителей» <...> А так как я социолог, то этот маркетинг стал дополнять, искать что-то социологическое, что по этому поводу пишут (З, проф. СПбГУ)⁶.

Ещё одной причиной преподавания социологии потребления под названием других дисциплин могут быть административные предписания. Случается, что курс организуется кафедрой, на которой нет учёного, занимающегося социологией потребления. При этом, даже если такой учёный есть на другой кафедре, он (она) не всегда может принять участие в преподавании курса. Так случилось с одним из интервьюируемых, который, начав работать в университете, предложил организовать курс «Социология потребления». Однако его предложение было отвергнуто в силу того, что курс с таким же названием уже был закреплён за другой кафедрой:

Когда я приехал сюда в 2001 или 2002 году, я сразу предложил свой курс «Социология потребления», его сразу зарубили, потому что, как мне сказали, большинство курсов читал на другой кафедре наш классик... В общем, комиссия зарубила мне курс «Социология потребления», сказали, что это прерогатива другой кафедры, потребление — это экономическая область. Поэтому с таким названием я не прошёл, а поскольку работаю на кафедре социологии культуры <...> начал читать спецкурс «Культура потребления». Если говорить о названиях моих курсов, то они возникали не из логики моих представлений о дисциплине и науке, а из административных соображений. Есть программа, и я в эту программу втискивался. А потом, когда писал книжку, я стал читать курс по социологии потребления для магистров (З, проф. СПбГУ).

Из примера следует, что курс «Социология потребления» «кочевал» с одной кафедры на другую. Как отмечает один из экспертов, участвовавших в исследовании, такая перестановка объясняется не только административными причинами, но и внутренней логикой самой дисциплины:

⁶ Здесь и далее в таких случаях цифра означает номер эксперта в списке, который приводится в Приложении 2.

После короткого периода, когда социология потребления была дисциплиной, закреплённой за кафедрой социального управления и планирования, теперь это направление закреплено за кафедрой социологии культуры и коммуникаций. И я бы обратил внимание на этот сдвиг. Он и саму эволюцию в практиках потребительских и их изучении отражает. Это уже не столько экономический феномен, сколько культурологический и коммуникативный. И на этой кафедре и социология потребления, и социология рекламы. Там целый пучок дисциплин (4, проф. СПбГУ).

В-третьих, даже если социология потребления уже преподаётся в университете, исследователь может предложить другой курс в той же области, но с другим названием, в качестве выборной дисциплины. В Санкт-Петербургском филиале Высшей школы экономики была предпринята попытка создать целый модуль по социологии потребления, в состав которого вошли бы несколько курсов разных уровней: начиная с курса-введения «Социология потребления» и практического «Культура потребления» на уровне бакалавра до углублённого курса «Теории и методы потребительского поведения» на уровне магистратуры. Первые два курса были приписаны кафедре социологии, в то время как третий из перечисленных — кафедре методов и технологий социологических исследований. Один из экспертов рассуждает об идее курса «Культура потребления» и о его судьбе:

... (В) первый год я его читала для пятого курса. И там были люди, подкованные во всех сферах знаний. У них уже и «Социология потребления» была. Я думала, что будет такой продвинутый вариант социологии потребления — «Социология потребления-2». И там я давала много текстов на английском, таких... зубодробительных. Там, где про локализацию и про разные национальные культуры потребления <...> Я думала, что на (Курсе. — О. Г.) «Социология потребления» должны были уже изучить свою культуру, а потом можно куда-то вовне заглянуть. И, как ни странно, этот курс тоже тогда нормально прошёл <...> Но потом случилась такая техническая проблема, что отменили пятый курс (Переход на систему бакалавр (четыре года) + магистр (два года). — О. Г.). У нас теперь нет его. И мой курс неожиданно превратился в факультатив для студентов второго, третьего и четвёртого курсов. То есть для людей с совершенно разным уровнем подготовки. В итоге мне пришлось быстро переделывать свой курс (6, ст. преп. НИУ ВШЭ, СПб).

Что касается истории попадания курса по социологии потребления в учебный план, то, по рассказам экспертов, он сначала мог быть предложен в качестве спецкурса или факультатива, курса по выбору. Вот как этот процесс происходил в одном из университетов: сначала потенциальный курс предлагался как факультатив и обсуждался на заседании кафедры. Далее, после того как курс был прочитан, собирались отзывы от студентов. Затем вопрос о курсе выносился на повестку следующего заседания кафедры, и, если его программа получала одобрение, курс утверждался в качестве спецкурса (7, доц., зам. дек., НГУ; 8, доц., зав. каф., НГУ). После этого его могли включить в учебный план. Данная схема действовала в рамках образовательного стандарта второго поколения, в который недавно были внесены изменения, что будет обсуждаться далее.

Ещё один путь попадания курса в учебный план, о котором рассказывали в интервью, — это когда курс сложился из мастер-класса:

Меня попросили в центре переподготовки на факультете сделать мастер-класс. Я сказал, что у меня есть такая идея. Её взяли, вывесили анонс. Был интерес, но не сложилось. Но из мастер-класса я сделал спецкурс. Поскольку это спецкурс по выбору на факультете социологии, то довольно легко (Было включить его в учебный план. — О. Г.). В этом смысле там всё либерально. А в Смольном, наоборот, такие вещи приветствуются. Он остаётся курсом по выбору. Но он включён в учебный план (4, проф., СПбГУ).

2.2. Социология потребления в стандарте третьего поколения

В 2011–2012 гг. университеты перешли на Федеральный государственный образовательный стандарт (ФГОС) высшего профессионального образования так называемого третьего поколения⁷. В соответствии со стандартом, в образовательную программу бакалавриата по социологии входят три цикла: (1) гуманитарный, социальный и экономический; (2) математический и естественнонаучный; (3) профессиональный. Третий — профессиональный — включает наибольшее количество дисциплин, нацеленных на формирование профессиональных социологических знаний и навыков. Он состоит из двух частей: базовой (обязательной) и вариативной (профильной). Согласно стандарту, вариативная часть программы может меняться в зависимости от предпочтений университета. Вариативная часть «даёт возможность расширения и (или) углубления знаний, умений и навыков, определяемых содержанием базовых (обязательных) дисциплин (модулей), позволяет студенту получить углублённые знания и навыки для успешной профессиональной деятельности и (или) для продолжения профессионального образования в магистратуре»⁸.

В базовую часть входят такие социологические дисциплины, как «Основы социологии», «История социологии», «Современные социологические теории», «Экономическая социология», «Политическая социология», «Социальная психология», «Социология управления» и «Методология и методы социологического исследования». Остальные дисциплины, включая «Социологию потребления», включены в вариативную часть. В программу могут входить так называемые профили, в которых сочетается несколько связанных между собой дисциплин. Например, профиль «Экономическая социология» может включать такие социологические дисциплины, как «Экономическая социология-2», «Социально-экономическое поведение домохозяйств», «Неформальная экономика», «Социология финансового поведения» и «Социология потребления»⁹.

Подобная двойная система создаёт иерархию дисциплин. В то же время список обязательных дисциплин иллюстрирует символическую борьбу между различными аспектами в области социологии. Помимо социологической теории и методов, в ядро учебного плана по социологии входят: «Экономическая социология», «Социология управления», «Политическая социология» и «Социальная психология». Список отображает интересы отдельных участников процесса формирования новых стандартов образования, которые ещё только предстоит изучить. Социология потребления тем не менее получила определённое, хотя и далеко не главное место в стандартах третьего поколения, что может если не улучшить, то хотя бы сохранить положение дисциплины в учебном плане.

2.3. Программы учебных курсов

Доступность программ курсов — одна из существенных проблем в российских университетах. Некоторые университеты обязывают своих сотрудников вывешивать программы курсов в Интернете, чтобы все заинтересованные могли с ними ознакомиться. Но далеко не все университеты в России так делают, поэтому существуют серьёзные помехи на пути ознакомления с программами курсов. Прямые

⁷ Под стандартами третьего поколения понимаются государственные образовательные стандарты высшего профессионального образования, утверждение которых началось в 2009 г. Особенность этих стандартов состоит в ориентации на выработку компетенций, тогда как стандарты второго поколения были нацелены на приобретение студентами знаний, умений и навыков.

⁸ См.: Федеральный государственный образовательный стандарт по направлению подготовки 040100 Социология (квалификация (степень) «бакалавр»). 2010; 10–11. URL: http://www.edu.ru/db-mon/mo/Data/d_10/prm230-1.pdf (последнее обращение: 26 февраля 2014).

⁹ См.: Приложение 2.1. Примерный учебный план подготовки бакалавра по направлению 040100 Социология. 2011. В: Примерная основная образовательная программа. Направление подготовки и специальность 040100 Социология; 11. URL: <http://ecsocman.hse.ru/data/2012/02/16/1269097165/soc.pdf> (последнее обращение: 12 декабря 2013).

запросы программ у их составителей не всегда приносят результаты. Во-первых, исследователи часто не хотят распространять свои программы, рассматривая их как интеллектуальную собственность и боясь нарушения авторских прав: кто-то может позаимствовать программу без ссылки на первоисточник. Во-вторых, часто программа курсов не сформирована окончательно и меняется по ходу проведения курса, поэтому исследователь не готов публиковать материал до его окончательного утверждения. В-третьих, составление и утверждение программы курса — бюрократическая процедура, в процессе которой необходимо учитывать множество нюансов. Правила данной процедуры не являются гибкими, поэтому зачастую преподаватели предпочитают вообще не составлять программы, сообщая в интервью, что таковых для их курсов не существует. В исследовании были рассмотрены 15 программ, которые удалось получить (список программ см. в Приложении 1). При отборе мы обращали внимание не только на название, но и на содержание программы, поскольку, как было сказано выше, они не всегда совпадают, и курс под названием «Исследования потребительского поведения» может оказаться социологическим, а не маркетинговым. Программы сами по себе способны стать отдельным объектом для рассмотрения, и в данной статье мы представим короткие выводы из их анализа.

Курсы, программы которых были отобраны, в основном читаются на бакалаврских программах по социологии, но есть также и магистерские курсы (6, НИУ ВШЭ, СПб; 11, НИУ ВШЭ, Москва)¹⁰. Основными задачами курсов чаще всего становятся ознакомление студентов с теориями и концепциями потребления и с эмпирическими исследованиями в этой области, а также освоение студентами методологий и методов анализа процессов потребления. В магистерских программах задачи могут быть более сложными: например, показать связь концепций потребления с общесоциологическими концепциями или выработать навыки творческого (устного и письменного) осмысления проблем культуры потребления (11, НИУ ВШЭ, Москва). Программы курсов по социологии потребления обычно покрывают следующие темы: потребление как объект изучения; особенности социологического подхода к потреблению в сравнении с другими дисциплинами; ключевые теории и подходы к социологии потребления; макрохарактеристики общества потребления; культура потребления; потребление, социальная структура и идентичности; и, наконец, потребление в различных сферах — питание, одежда и т. п.

Во-первых, в программу курсов обычно включают сравнение с такими дисциплинами, как экономика, психология и маркетинг, но редко уделяется внимание наукам о культуре, являющимся одним из основных источников материала для социологии потребления. Во-вторых, изложение теоретических подходов и концепций редко выходит за рамки классических концепций К. Маркса, Т. Веблена, П. Бурдьё и Ж. Бодрийяра. При этом история советской и российской социологии потребления в программах курсов практически не представлена, как и анализ развития дисциплины в разных странах. В-третьих, курсы не всегда содержат практический раздел, важный для данной дисциплины, который помогает развивать навыки прикладных исследований (есть исключения: например, 4, НИУ ВШЭ, СПб; 11, НИУ ВШЭ, Москва). В-четвёртых, курсы редко содержат ссылки на литературу на иностранных языках. Среди положительных черт можно выделить определённое разнообразие в содержании программ и сильные методологическую и методическую составляющие (в некоторых случаях). Однако многие из курсов по социологии потребления опираются на учебники Я. М. Рощиной и В. И. Ильина, и, следовательно, их авторы двигаются в сторону некоторой стандартизации дисциплины.

2.4. Методы преподавания

Новая дисциплина стимулирует учёных использовать инновационные методы и технологии в преподавании. В своих интервью они отмечают, что в преподавательской парадигме произошёл сдвиг от традиционной схемы «лекции плюс семинары» к более интерактивному формату. В рамках нового формата преподаватель выступает не только в качестве наставника, который передаёт знания студентам, но и

¹⁰ См. список программ в Приложении 1. Цифра обозначает порядковый номер программы в списке.

в качестве посредника, модератора или координатора, который руководит процессом приобретения и формирования навыков и компетенции, как предписано новыми стандартами.

Для курсов по социологии потребления особый упор делается на навыки выполнения прикладных исследований. В связи с этим студенты зачастую выполняют какой-нибудь исследовательский проект в рамках курса или в качестве курсовой работы. При этом поощряется использование различных полевых методов сбора и анализа данных: например, наблюдения или глубинных интервью. Студентам также даются творческие задания: например, использовать фотографии и кинофильмы в качестве источника информации. Процесс обучения выигрывает от того, что к технологиям преподавания не применяются жёсткие рамки и, следовательно, возможен творческий и гибкий подход.

Преподаватели широко используют Интернет в качестве платформы не только для размещения материалов, но и для общения со студентами. Так, страница <http://www.consumers.narod.ru/> содержит авторские разработки В. И. Ильина — лекции и дополнительную информацию по социологии потребления. Другая интернет-страница — «Социологические прогулки» А. А. Желниной (www.urban-club.ru) — содержит библиотеку, наглядный материал, конспекты курсов, полезные ссылки и объявления. Преподаватели также используют социальную сеть [Vkontakte.ru](http://vkontakte.ru): например, существует группа Д. В. Иванова под названием «glam capitalism +» (<http://vkontakte.ru/feed#/club390698>). Студенты, входящие в данную группу, выполняют различные задания: отвечают на поставленные вопросы, находят наглядный материал по теме и загружают всё это на интернет-страницу, на которой, помимо прочего, можно найти слайды лекций и другой полезный материал. Также имеется возможность вести дискуссии, однако данная функция используется довольно редко.

Как бы то ни было, интерактивные методы в преподавательской практике не всегда рассматриваются экспертами как однозначно желательные. Преподаватели критикуют методы с элементами развлечения в первую очередь за то, что они могут превращать студентов в пассивных потребителей. На практике же необходимо, чтобы и студенты, и преподаватели были активно вовлечены в процесс передачи и получения знаний и освоения навыков, связанных с исследованиями потребления.

3. Социология потребления как научное сообщество

Помимо совокупности текстов, любая дисциплина предполагает наличие группы учёных, которые идентифицируют (или не идентифицируют) себя с научным сообществом в рамках данной области. Основываясь на интервью с экспертами, работающими в области социологии потребления, в данной части статьи обратимся к исследованию сообщества, затронув вопрос об академической идентичности, о чувстве принадлежности к профессиональному объединению и об основных дилеммах дисциплины в представлении экспертов.

3.1. Академическая идентичность

Идентичности экспертов, принявших участие в исследовании, можно разделить на три типа: (1) социологи, отождествляющие себя напрямую с социологией потребления; (2) социологи, имеющие множественную идентичность и идентифицирующие себя с несколькими областями социологии; (2) социологи, отождествляющие себя с какой-либо другой областью в социологии, хотя и занимающиеся исследованием потребления.

Примером первого типа идентичности может служить следующее мнение эксперта:

То есть у меня сейчас <...> потребление является первым интересом, а стратификации, которые с ним связаны — и власть, и прочие, — вторым интересом (7, доц., зам. дек., НГУ).

В этом интервью формирование своей идентичности рассматривается как процесс:

Сначала я даже официально не занималась потреблением, занималась стратификацией в общем-то. Стратификацией и статусами, а потребление, оно было, как бы было, в общем, это вторичная штука по отношению к неравенству и зеркало, по сути <...> А потом стало понятно, что всё-таки это не стратификация, а потребление, другая область, хоть и смежная, но всё-таки другая (7, доц., зам. дек., НГУ).

Примечательно, что данный учёный заинтересовался вопросами потребления в конце 1990-х гг.: именно тогда данная дисциплина начала активно развиваться в России. В интервью эксперт приводит в качестве примера две книги по социологии потребления, которые помогали реализовывать интерес к изучению потребления: «Социальное расслоение: символический мир метаигры» (1996) М. И. Мостовой, опубликованную при поддержке Института «Открытое общество» и Фонда Сороса (в ней проблема социальной дифференциации рассматривается через призму потребления) и «Поведение потребителей» В. И. Ильина (1998).

О втором типе идентичности — множественном — можно судить по следующей цитате из интервью:

Я не могу сказать, что я прямо занимаюсь потреблением, и только им. У меня тоже такой микс городского... городских исследований... И вот это просто так красной нитью вплелось во всё, что я делаю. То есть у меня нет таких проектов, которые чисто по потреблению, но везде, так или иначе, есть какие-то куски про это (6, ст. пред., НИУ ВШЭ, СПб).

При третьем типе идентичности подразумевается, что потребление не является основной сферой интереса исследователя:

Если говорить о социологии потребления, то, пожалуй, я не могу сказать, что это то, на чём я в первую очередь специализируюсь, потому что в первую очередь я специализируюсь на социологии профессий, отчасти социологии высшего образования и современных социологических теориях (2, доц., НИУ ВШЭ, Москва).

В целом же интервьюируемые называют несколько основных дисциплин, представляющих для них интерес. Это, например, социальная стратификация и неравенство, социология коммуникаций, социология культуры, городская социология, социология повседневности. Перечисленные дисциплины так или иначе связаны с потреблением, и эта тематика может быть найдена в каждой из них. Потребление может выступать как объект непосредственного изучения или как предмет в контексте изучения других объектов. В целом разнообразие идентичностей и цитаты из интервью показывают сложность и междисциплинарный характер исследований в современной социологии.

3.2. Чувство принадлежности к сообществу исследователей потребления

Академическая идентичность предполагает наличие чувства принадлежности к академическому сообществу, в том числе в рамках определённой науки или дисциплины. При помощи интервью мы пытались понять, существует ли в России социология потребления как сообщество, и, если существует, является ли это сообщество сплочённым.

Если обобщить полученные ответы, учёные считают, что такое сообщество в России существует, хотя и находится пока в стадии формирования. Сообщество недостаточно сплочённое и, скорее, состоит из независимых экспертов в области социологии потребления и «точек роста» в отдельных городах и университетах страны:

У нас в России есть социология потребления как сложившаяся дисциплина, есть сообщество, есть тот человек, который этим активно занимается, и есть много людей, которые на эту тему пишут, участвуют в конференциях. Стали появляться фигуры более интересные, последние два года конференции идут на профессиональный уровень <...> Хорошим уровнем ещё назвать нельзя, но сносным точно. Таким образом, начал вырисовываться контур этого сообщества (3, проф., СПбГУ).

Помимо Москвы и Санкт-Петербурга, Новосибирск, Саратов и Екатеринбург были названы в качестве «точек роста» исследований потребления. Тем не менее учёные не видят полностью сформировавшихся на данный момент центров, занимающихся подобными исследованиями. Они признают, что, скорее, есть отдельные индивиды, занимающиеся данными вопросами в разных университетах городов страны.

Несмотря на то что существуют некоторые предпосылки для формирования групп по изучению потребления в России, данный процесс не достиг завершающей стадии. Например, в Санкт-Петербургском государственном университете есть несколько учёных, занимающихся непосредственно социологией потребления:

На факультете три человека этим чётко занимаются (3, проф., СПбГУ).

Есть отдельные авторы, которые вклад внесли, каждый в отдельности. Каждый копал в своём направлении. Мы работаем на одном факультете, очень часто общаемся (5, доц., СПбГУ).

Эксперты говорят о взаимодействии между собой — о написании совместных отчётов, об участии в конференциях или совместных курсах. Однако они работают независимо друг от друга, числятся на разных кафедрах. Что касается Санкт-Петербургского университета, то в интервью отмечалось, что, несмотря на наличие здесь нескольких крупных специалистов по социологии потребления, до недавнего времени курс под названием «Социология потребления» читался другими, не входящими в круг данных специалистов, преподавателями. Причина состоит в том, что курс был закреплён за кафедрой, к которой никто из данных специалистов не принадлежал.

Существуют и другие формы взаимодействия между российскими учёными из разных городов и университетов, хотя степень их интенсивности не слишком высока. В качестве основной причины, способствующей или препятствующей консолидации сообщества, информанты называют наличие или отсутствие «харизматичного лидера», «сильной личности» в рассматриваемой дисциплине. Мнения информантов совпадают в том, что успешное развитие научной области полностью зависит от данного фактора:

Для новой дисциплины, наверное, нужен либо сильный промоутер, точно так же как и для экономической социологии в своё время. И она (Экономическая социология. — О. Г.) бы не состоялась, если бы не было в какой-то момент Радаева и Волкова. Это проект сильных промоутеров. Точно также и социология потребления (2, доц., зам. зав. каф., НИУ ВШЭ, Москва).

В интервью часто проскальзывает сравнение с более успешной дисциплиной — экономической социологией — и её лидером В. В. Радаевым:

Радаев такой харизматик. Сильный человек, который создал вокруг себя подобие школы. Больше такого нет нигде (6, ст. преп., НИУ ВШЭ, СПб).

На данный момент как лидер экспертами рассматривается и В. И. Ильин, однако сам он, несмотря на заметную организационную, публикационную и популяризаторскую активность, говорит о недостаточности административной работы, без которой невозможно сформировать сообщество.

3.3. Основные дилеммы дисциплины

Значительная часть экспертных интервью была посвящена основным дилеммам современной российской социологии потребления.

Дилемма 1: дисциплинарный — междисциплинарный подход

Основной дилеммой, обсуждавшейся в рамках проведённых интервью, был вопрос дисциплинарного и междисциплинарного подходов к социологии потребления. С одной стороны, в учебном плане университетов она представляется как дисциплина:

Конечно, появившись как междисциплинарный проект, социология потребления отделяется в формате учебных курсов, она невольно становится дисциплиной (2, доц., зам. зав. каф., НИУ ВШЭ, Москва).

Однако, чтобы стать полноценной дисциплиной, необходим определённый стандарт. Социология потребления не была включена ни в общие профессиональные дисциплины, ни в дисциплины специализации государственного стандарта второго поколения. Поскольку социология потребления не являлась частью учебного плана, для неё не был выработан официальный стандарт.

Несмотря на не всегда однозначное отношение к стандартам, исследователи отмечают, что в российском контексте наличие стандарта всё же является решающим фактором в формировании дисциплины. Согласно стандартам третьего поколения, социология потребления может быть включена в профиль по экономической социологии, и данный факт будет способствовать процессу институционализации социологии потребления как дисциплины. Между тем эксперты отмечали, что есть вузы, в которых эта дисциплина действительно развивается, тогда как в других она преподаётся, но не обязательно развивается:

Социология потребления — это дисциплина, но только в Вышке (Высшая школа экономики. — О. Г.). Во всех остальных местах, это не дисциплина, не поле, а предмет. Поэтому назвать дисциплиной... Нет. Если посмотреть на программы курсов, то каждый читает, как хочет. Сейчас от Вышки пойдёт стандарт. Дисциплина предполагает унификацию контента, обязательные разделы. Дисциплина — это единство предмета и метода. Я бы сказала, что это проблемная область, которая на уровне курса в программе, в учебном плане встраивается (в программу и учебный план. — О. Г.) в самых причудливых формах (7, доц., зам. дек., НГУ).

Унификации контента способствует появление учебников, в частности, учебника Я. М. Роциной «Социология потребления»:

Сейчас есть учебник — и я считаю, довольно хороший — Роциной по социологии потребления не как маркетинговой дисциплины, а учебник даёт социологический взгляд (На потребление. — О. Г.) (2, доц., зам. зав. каф., НИУ ВШЭ, Москва).

В целом в интервью прослеживаются несколько тенденций в способах определения социологии потребления. Во-первых, социология потребления рассматривается как дисциплина, однако её предмет определяется в довольно широком ключе:

Для меня это дисциплина, у которой главный вопрос: «Для чего люди живут?» Для меня потребление — это инструмент для решения жизненно важных проблем, как выстроить свою идентичность, сказать себе и другим, кто я есть такой. Для меня это широкая проблематика с очень сильным уклоном в философию (3, проф., СПбГУ).

Во-вторых, исследователи описывают социологию потребления как междисциплинарный проект, опираясь при этом на проблемно-ориентированный подход:

Я, вообще, верю в то, что всё должно быть междисциплинарным. Мне нравятся идеи таких каких-то зонтичных вещей. Городские исследования и исследования потребления — это зонтики (6, ст. преп., НИУ ВШЭ, СПб).

Проблемно-ориентированный подход чрезвычайно популярен в США и Великобритании, однако не очень распространён в России. Тем не менее исследователи в российских университетах обладают достаточной степенью свободы при формировании собственных учебных курсов и, несмотря на то что отмечают определённые плюсы стандартизации, предпочитают пользоваться этой свободой. Преподаватели не сталкиваются с серьёзным противодействием в силу того, что содержание курса — ответственность самого преподавателя, и заведующий кафедрой редко вмешивается в данные вопросы. Таким образом, преподаватель имеет возможность вносить изменения в программу собственного курса в зависимости от текущего положения дел в области:

С точки зрения университетской внутренней жизни всё это, наверное, не очень комфортно, потому что надо всё разложить по каким-то полочкам. В конце концов, ты на факультете социологии и — behave (Веди себя в соответствии с правилами. — О. Г.). Но мне кажется, что на эту тему уже особенно никто не упрекает. Во всяком случае, меня никто не упрекал по поводу того, что я включила какой-то культурный и исторический элемент. Потому что если я читаю социологию города, то у меня обязательно есть не кондово социологический курс, а обязательно есть и городская история. И то, что к социологии, может, напрямую и не относится. Но вот именно это предметно-ориентированное преподавание, оно и людям полезнее. Потому что они видят, что можно посмотреть с разных сторон. У них уже нет этого узколого представления о том, что мы — социологи и делаем только это и это (6, ст. преп., НИУ ВШЭ, СПб).

В-третьих, учёные рассматривают социологию потребления как междисциплинарный проект в силу требований рынка, которому необходимо экспертное мнение, и клиенту не важно, является ли исследование социологическим или выходит за рамки данной дисциплины:

Она (Социология потребления. — О. Г.) вынуждена существовать как междисциплинарная область. В принципе, целевым аудиториям социология не нужна. Им нужно экспертное знание о потреблении, в котором будут компоненты социологические, маркетинговые, менеджерские, психологические и т. п. Но социология потребления не справляется с задачей

экспертного знания, потому что она не полна. Она старается поддерживать свои границы социологии, раз она социология. Поэтому многообещающей выглядит перспектива (Междисциплинарного проекта. — О. Г.) Consumption studies (Исследования потребления. — О. Г.) (4, проф., СПбГУ).

Дилемма 2: академическое — маркетинговое исследование

В рамках социологии потребления можно выделить минимум три направления: академическое (университеты), неакадемическое, или бизнес-направление (маркетинговые агентства), и аналитическое (аналитические агентства, социологические центры, независимые аналитические центры (*think tanks*)). Каждое из направлений нацелено на отдельную аудиторию, поэтому содержание исследований варьируется. Целевой аудиторией высших учебных заведений выступают академическая среда и студенты:

Академические исследования — это обычно terra incognita. Это движение в какие-то новые сферы. В общем, это то, что продвигает, создаёт новые смыслы (2, доц., зам. зав. каф., НИУ ВШЭ, Москва).

Информанты не рассматривают академическое направление в социологии потребления как чересчур удалённое от двух других направлений. Напротив, в академических кругах широко используется опыт как бизнес-направления, так и аналитического.

В рамках бизнес-направления клиенты заинтересованы в прикладном исследовании определённой части населения и актуальных проблем, связанных с ним. В данном случае социология потребления опирается на маркетинговые концепции поведения потребителя:

Я вынужден был знакомиться с маркетинговыми концепциями потребления. Мы понимаем, что в некоторых частях они пересекаются: то, что называется маркетингом, и то, что называется социологией потребления. Для маркетинговых компаний важен отклик на конкретные проектные задачи, поставленные клиентом, там нет возможности проводить долгосрочные проекты. У них нет людей и ресурсов — временных, финансовых, организационных — для того, чтобы делать углублённые и комплексные проекты, связанные не только с запросами конкретных компаний, заказчиков, но и с интересами к такому социологическому исследованию, более широкому взгляду на вещи (2, доц., зам. зав. каф., НИУ ВШЭ, Москва).

Интервьюируемые подчёркивали: ошибочно считать, что маркетинговые исследования не имеют под собой теоретической базы. Наоборот, в таких исследованиях теория выступает, скорее, в качестве вдохновителя новых идей и новых исследовательских технологий. В этом смысле маркетинговые исследования пересекаются с академическим направлением в социологии потребления, для них также характерна тщательная работа над методикой и инструментарием исследования.

Что касается аналитических центров (*think tanks*), таких, например, как Фонд «Общественное мнение» (ФОМ) или Левада-центр, их подход к исследованиям лежит в плоскости между академическим и бизнес-направлением, а в качестве клиентов могут выступать как организации, заинтересованные в маркетинговых исследованиях, так и государственные структуры или вузы:

ФОМ, с одной стороны, это установка и на прагматические цели плюс это ещё задачи практические плюс научные тоже. Они долго позиционировали себя как сильный, что называется, think tank, такая интеллектуальная машина. И в этом смысле она должна была быть как бы производителем новых смыслов. В ФОМе мы использовали концепты, которые суще-

ствуют в социологии потребления, в социальной стратификации, идеи брали оттуда, также в социологии инноваций; при этом мы использовали ресурсы этой машины для того, чтобы получать данные как качественные, так и количественные (2, доц., зам. зав. каф., НИУ ВШЭ, Москва).

Дилемма 3: ориентация на глобальную — локальную науку

В интервью затрагивался вопрос о том, существует ли взаимодействие между российской и международной социологией потребления и, если существует, каковы его основные характеристики.

Говоря о теориях и концепциях, молодые исследователи чаще выражают готовность использовать зарубежный опыт и открытия. Помимо этого, молодые профессионалы, как правило, отлично разбираются в современных методологиях. В то же время старшее поколение прибегает к другим стратегиям. Прежде всего, они показывают свою осведомлённость в вопросах классической и современной социологической теории потребления, однако предпочитают развивать собственные оригинальные концепции. Имеет смысл разделить подход старшего поколения исследователей на два направления.

Во-первых, учёный может поддерживать неявный, скрытый диалог с международными концепциями:

При том, что я был знаком с работами Бодрийяра, Барта (модных тогда авторов), их взгляды мне были важны только как некое средство или как опора. Диалог, конечно, был, но он носил скрытый характер (1, проф., НИУ ВШЭ, Москва).

Во-вторых, будучи в согласии с международными концепциями, исследователи не используют их в силу того, что знакомство с ними произошло уже после написания основной части работ с использованием собственных теорий, которые иногда могли содержать похожие идеи:

В 1996 году, когда у меня вышла книга по социальной стратификации, я узнал, что в этом же русле работает и Бурдьё (3, проф., СПбГУ).

Взаимодействие с иностранными школами происходит не только через чтение литературы или обучение, но и на международных конференциях или во время совместных учебных курсов либо летних (зимних) школ, в которых участвуют западные и российские исследователи. Тем не менее обычно курсы организуются в России, а не за рубежом, и, следовательно, иностранные исследователи приглашаются в Россию, а не наоборот. Среди приглашённых исследователей назывались американский социолог Джордж Ритцер, британский социолог Джон Урри, американский культурный теоретик Стюарт Юэн. Российских учёных редко приглашают на международные конференции в качестве ключевых докладчиков, однако их участие всегда приветствуется. Младшее поколение социологов, в свою очередь, очень мобильно. Несмотря на то что до сих пор существует некоторый перекосяк, когда западные социологи выступают, скорее, в роли доноров (идей, средств и т. п.), ситуация начинает меняться.

Примечательно, что, не будучи тесно связанными с международной социологической школой, наши учёные не чувствуют связи и с советской социологией:

У советской социологии я ничего не почерпнул, ничего оттуда не взял (3, проф., СПбГУ).

Я, честно говоря, не вижу (Связи с советской социологией. — О. Г.). Потому что, мне кажется, я просто недостаточно образована в сфере советской социологии (6, ст. преп., НИУ ВШЭ, СПб).

Отчасти сложившаяся ситуация вытекает из того, что социология потребления — сравнительно молодая дисциплина. Кроме того, на данный момент не существует подробного обзора истории советской социологии потребления, которая способствовала бы укреплению традиций или ощущению преемственности.

Международные гранты и стипендии также представляли важную часть взаимодействия между Россией и Западом, особенно в 1990-е гг. и в начале 2000-х. Как выразился один из исследователей, без подобных грантов и стипендий он не стал бы таким социологом, каким является сейчас.

4. Проблемы институционализации социологии потребления: дискуссия

Проблема институционализации дисциплины сама по себе довольно противоречива. Как было отмечено в начале статьи, одна из особенностей социологии заключается в том, что она чувствительна к общественным процессам и легко адсорбирует новые феномены. Эбботт по этому поводу писал: «Когда ещё одна новая область общественной жизни требует внимания от социологии, у науки не имеется ни единого эффективного с интеллектуальной точки зрения способа отказать данному требованию» [Abbott 2001: 5]. В то же время институционализация подразумевает кодификацию знания, и если это произошло, то можно приостановить реакцию знания на происходящее [Джонсон 2012: 81]. Тем не менее исследователи испытывают смешанные чувства, когда вопрос заходит об институционализации дисциплины.

Например, существует мнение, что содержание дисциплины и текущее положение дел на порядок важнее, чем формальная институционализация, поэтому нет никакой нужды умножать дисциплины внутри социологии:

Я не очень уверен, что надо бороться за институционализацию и за специальные структуры; важно, чтобы содержательно дисциплина развивалась, а будет ли это сфера отдельно выступать, либо растворяться (С другими областями в социологии, не так важно. — О. Г.)... Сейчас активно создаются такие области, где легко стать «градоначалником» новой науки, взять и присоединить окончание «-логия» к чему-нибудь. В этом ничего страшного нет. Но я не придаю этим «логиям» большого значения. Сколько таких областей было и сгнуло в небытие! (1, проф., НИУ ВШЭ, Москва).

Согласно другому мнению, социология потребления как дисциплина находится в процессе формирования, тем не менее будущее многих подобных дисциплин остаётся неясным, некоторые из них исчезли, так и не сформировавшись. Возможно, у социологии потребления шансы на кристаллизацию относительно высоки в силу существования не только академического, но и рыночного спроса на исследования в данной области:

Мы наблюдаем такую странную картину, когда дисциплины, с одной стороны, быстро формируются и тут же куда-то расползаются. В этом отношении социология потребления будет хорошо выживать в качестве маркетинговой дисциплины. Это хорошо — привязывать дисциплину к некоторому прагматическому знанию, которое потом хорошо продаётся на рынке труда. С этой точки зрения социология потребления — дисциплина, более способная к выживанию, чем та же социология профессий (2, доц., зам. зав. каф., НИУ ВШЭ, Москва).

В то же время в области прикладных исследований социология потребления вынуждена конкурировать с маркетингом — ориентированной на рынок дисциплиной с устоявшейся методологией и широким спектром вопросов для исследований.

На данный момент процесс формирования социологии потребления в России имеет особенность, заключающуюся в том, что дисциплина по-прежнему довольно индивидуализирована, и, как следствие, её развитие зависит от деятельности отдельных учёных, а не институциональных агентов. Таким образом, формирование научно-исследовательских групп или научных центров, занимающихся исследованиями в области социологии потребления, является следующим шагом на пути развития дисциплины.

Заключение

Данная статья посвящена проблеме институционализации социологии потребления в России. При этом социология потребления рассматривалась как совокупность текстов, дисциплина и академическое сообщество. В работе проанализировано, каким образом формировался корпус текстов по социологии потребления: как менялись подходы к потреблению, какие вопросы ставились и какие методы использовались социологами; показано, как социология потребления появилась и развивалась как университетская дисциплина. Помимо этого, внимание уделено вопросу формирования исследовательского сообщества: каким образом учёные выражают свою идентичность, каково их мнение о дисциплине в целом, о текущем положении дел, об актуальных вопросах и будущем социологии потребления.

Внимания заслуживают несколько выводов, сделанных в статье. Во-первых, была суммирована эволюция социологии потребления как научной дисциплины в советском и современном российском контекстах; предложен один из вариантов интерпретации этой эволюции, и, возможно, данный обзор подтолкнёт других исследователей уделить больше внимания историческому аспекту развития социологии потребления в России, а также её месту и роли в глобальном научном дискурсе. Во-вторых, в статье рассматривалось место дисциплины в университетском учебном плане. Появившись в учебном плане в конце 1990-х гг., в настоящее время социология потребления стала дисциплиной профессионального цикла. До недавнего времени дисциплина не имела чёткого стандарта, что, с одной стороны, может затруднять институционализацию, но, с другой стороны, даёт преподавателям определённую свободу, позволяя быстро реагировать на социальные изменения и запросы общества, вносить изменения в программу курса в зависимости от текущего положения дел. В-третьих, фактором, который способствовал бы развитию дисциплины, оказывается наличие сильного лидера и сплочённого научного сообщества социологов, занимающихся потреблением. В настоящее время существуют отдельные «точки роста», то есть учёные, развивающие дисциплину в различных университетах.

Потенциалом для развития социологии потребления является то, что эта область может быть не только теоретической, но и прикладной. При этом, возможно, с одной стороны, не всегда легко найти немедленное практическое применение социокультурному подходу к потреблению; с другой стороны, социология потребления вынуждена конкурировать с маркетингом, который в большей степени «заточен» на проведение прикладных исследований.

Возможно, имеет смысл задать следующий вопрос: «Зачем изучать процесс институционализации какой бы то ни было дисциплины?». Многие явления современного общества требуют объяснения, однако при этом совсем необязательно оформлять эти объяснения в виде самостоятельной дисциплины. С этой точкой зрения можно согласиться. Тем не менее институционализация позволяет дисциплине не только утвердиться в качестве экспертной в какой-либо области социальной жизни, но и легитимировать своё положение в системе высшего образования и таким образом воспроизводиться. Важно также осмысливать процесс институционализации. Данное исследование само по себе может рассматриваться как ещё один шаг по направлению к институционализации социологии потребления в России.

Приложение 1

Список учебных программ

1. Алексеичева А. Н.¹¹ *Социология потребления*. Ивановский государственный энергетический университет. URL: http://library.ispu.ru:8889/search?b_start:int=39&Subject:list=%D0%A3%D1%87%D0%B5%D0%B1%D0%BD%D0%B8%D0%BA%D0%B8%20%D0%B8%20%D0%BF%D0%BE%D1%81%D0%BE%D0%B1%D0%B8%D1%8F (последнее обращение: 28 февраля 2014).
2. Ечевская О. Г. 2001. *Исследования потребительского поведения*. Новосибирский государственный университет. URL: <http://consumption.narod.ru/course.html> (последнее обращение: 12 декабря 2013).
3. Жаворонков А. В. 2011. *Социология потребления*. Амурский государственный университет. URL: http://portal.amursu.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=4316:---04010062-&catid=359&Itemid=167&lang=en (последнее обращение: 12 декабря 2013).
4. Желнина А. А. 2013/2014. *Культуры потребления*. НИУ ВШЭ, Санкт-Петербург. URL: <http://www.hse.ru/edu/courses/88347025.html> (последнее обращение: 12 декабря 2013).
5. Ильин В. И. 2004. *Социология потребления*. Санкт-Петербургский государственный университет. URL: <http://ecsocman.hse.ru/text/19285987/> (последнее обращение: 12 декабря 2013).
6. Кинчарова А. В. 2010. *Теории потребления и методы изучения потребителей*. НИУ ВШЭ, Санкт-Петербург. URL: <http://uchebana5.ru/cont/1031368.html> (последнее обращение: 12 декабря 2013).
7. Лаврова А. Г. 2006. *Социология потребления*. Южно-Уральский государственный университет. URL: www.sociol.susu.ac.ru/files/38.doc (последнее обращение: 12 декабря 2013).
8. Маркеева А. В. 2013 *Социология и социальная психология потребления*. Московский государственный университет. URL: <http://www.socio.msu.ru/documents/main/chairs/c/Bach/1/4-9.pdf> (последнее обращение: 28 февраля 2014).
9. Носкова А. В. 2012. *Социология потребления*. Московский государственный институт международных отношений (МГИМО) МИД РФ. URL: http://www.mgimo.ru/files/16154/sociology_consumption.pdf (последнее обращение: 28 февраля 2014).
10. Пасовец Ю. М.¹² *Социология потребления*. Курский государственный университет. URL: http://www.google.fi/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=21&cad=rja&ved=0CCgQFjAAOBQ&url=http%3A%2F%2Fkursku.ru%2Fpdf%2Foop2011%2Fbakalavr%2F040100.62_annotation.doc&ei=J5YQU9SYNqau4ATMhYHACg&usq=AFQjCNFMkizsuc7QrVWBo0Foar87lnnfGA&bvm=bv.61965928,bs.1,d.bGQ (см. с. 143–145) (последнее обращение: 28 февраля 2014).
11. Покровский Н. Е. 2011. *Социальные паттерны потребления*. НИУ ВШЭ, Москва. URL: <http://www.hse.ru/edu/courses/88341222.html> (последнее обращение: 12 декабря 2013).
12. Ракитных М. Б. 2008. *Социология потребления*. Кемеровский государственный университет. URL: <http://www.pandia.ru/text/78/008/71515.php> (последнее обращение: 12 декабря 2013).

¹¹ Год не указан.

¹² Год не указан.

13. Рощина Я. М. 2004. *Социология потребления*. НИУ ВШЭ, Москва. URL: http://www.ecsoc.ru/images/pub_ecsoc/2004/11/02/0000011931/Roschina.pdf (последнее обращение: 12 декабря 2013).

14. Трушина В. А. 2005. Социология потребления. Ижевский государственный технический университет. URL: http://www.google.fi/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&ved=0CDEQFjAB&url=http%3A%2F%2Ffold.istu.ru%2Ffiles%2Fmaterial-static%2F677%2F7_SociologiyaPotrebleniya.doc&ei=c4sQU832Kael4ATMwoDoDA&usg=AFQjCNGy_90TU0-1AbovChhep8aRIq4pCg&bvm=bv.61965928,bs.1,d.bGQ (последнее обращение: 28 февраля 2014).

15. Шпаковская Л. Л. 2013/2014. *Социология потребления*. НИУ ВШЭ, Санкт-Петербург. URL: <http://www.hse.ru/edu/courses/95620916.html> (последнее обращение: 12 декабря 2013).

Приложение 2

Список информантов

№	Аффилиция	Позиция
1	Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Москва	Профессор
2	Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Москва	Доцент, заместитель заведующего кафедрой
3	Санкт-Петербургский государственный университет	Профессор
4	Санкт-Петербургский государственный университет	Профессор
5	Санкт-Петербургский государственный университет	Доцент
6	Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Санкт-Петербург	Старший преподаватель
7	Новосибирский государственный университет	Доцент, заместитель декана
8	Новосибирский государственный университет	Доцент, заведующий кафедрой

Литература

Абрамов Р. Н., Юманова М. А. 2008. Состав учебных планов и структура социологического образования в России: опыт эмпирического исследования. *Социологический журнал*. 2: 81–94.

Анохина Л. А., Шмельёва М. Н. 1977. *Быт городского населения средней полосы РСФСР в прошлом и настоящем*. М.: Наука.

Бобков И. В. 1985. Сфера услуг как объект градостроительного планирования. *Социологические исследования*. 1: 84–90.

Бороноев А. О. 2008. Социологические исследования в Ленинграде — Санкт-Петербурге (1960–1990-е годы). *Социологические исследования*. 6: 64–69.

Бредникова О., Кутафьева З. 2004. Старая вещь как персонаж блошиного рынка. *Неприкосновенный запас*. 2 (34). URL: <http://magazines.russ.ru/nz/2004/34/bred11.html> (последнее обращение: 2 марта 2014)

- Бызов Л. Г. 2000. Уровень потребления и имущественные характеристики среднего класса. *Социологические исследования*. 3: 42–48.
- Гладарев Б., Цинман Ж. 2009. Дом, школа, врачи и музеи: потребительские практики среднего класса. В сб.: Здравомыслова Е., Роткирх А., Тёмкина А. (отв. ред.) *Новый быт в современной России: гендерные исследования повседневности*. СПб.: Изд-во Европейского университета в Санкт-Петербурге; 189–221.
- Глотов М. Б. 2010. Начало институционализации социологии в России. *Социологические исследования*. 3: 127–133.
- Голощاپов И. Т. 1981. О некоторых социальных аспектах обслуживания городского населения предприятиями торговли. *Социологические исследования*. 4: 146–148.
- Голофаст В. Б. 2000. Люди и вещи. *Социологический журнал*. 1–2: 58–66.
- Горбань Е. С. 2013. Обзор социологических теорий и интерпретация понятия «стиль жизни»: от классового общества до постмодерна. *Экономическая социология*. 14 (3): 133–144. URL: http://ecsoc.hse.ru/data/2013/08/14/1291342150/ecsoc_t14_n3.pdf#page=133 (последнее обращение 2 марта 2014).
- Гофман А. Б. 1980. Ценности в структуре моды. *Социологические исследования*. 4: 59–64.
- Гофман А. Б. 1994. *Мода и люди. Новая теория моды и модного поведения*. М.: Наука.
- Грушин Б. А., Чикин В. В. 1961. *Лицо поколения*. М.: Правда.
- Грушин Б. А., Чикин В. В. 1962. *Исповедь поколения*. М.: Правда.
- Грушин Б. А., Чикин В. В. 2001. *Четыре жизни России в зеркале опросов общественного мнения. Очерки массового сознания россиян времён Хрущёва, Брежнева, Горбачева и Ельцина в 4-х книгах. Жизнь 1-я «Эпоха Хрущёва»*. М.: Прогресс-Традиция.
- Гузанова А. К. 1989. У мясного прилавка. *Социологические исследования*. 5: 74–77.
- Гурова О. Ю. 2008. Fast Fashion: быстро сшить, быстро продать, быстро выбросить. Концепция моды и потребление вещей в современном российском обществе. *Экономическая социология*. 9 (5): 56–67. URL: http://ecsoc.hse.ru/data/2011/12/08/1208204979/november%20volume%202008_final.pdf#page=56 (последнее обращение: 2 марта 2014).
- Гурова О. Ю. 2012. Почему петербуржцы отправляются за покупками в Финляндию? Исследование трансграничного шопинга. *Экономическая социология*. 13 (1): 18–37. URL: http://ecsoc.hse.ru/data/2012/06/29/1255784835/ecsoc_t13_n1.pdf#page=18 (последнее обращение: 2 марта 2014).
- Гурова О. Ю. 2013. «Выглядеть по-русски»: социальные характеристики и потребление одежды российскими мигрантами в Финляндии. *Экономическая социология*. 14 (2): 17–41. URL: http://ecsoc.hse.ru/data/2013/04/05/1294839705/ecsoc_t14_n2.pdf#page=17 (последнее обращение: 2 марта 2014).
- Давыдова Н. М., Седова Н. Н. 2004. Материально-имущественные характеристики и качество жизни богатых и бедных. *Социологические исследования*. 3: 40–50.

- Демидов А. М. 1998. Социокультурные стили в Центральной и Восточной Европе. *Социологические исследования*. 4: 16–28.
- Джонсон Р. 2012. Так что же такое культурные исследования? *Логос*. 1: 80–135.
- Докторов Б., Козлова Л. 2009. «Телескоп» смотрит в прошлое. Беседа об изучении истории современной российской социологии. *Телескоп: журнал социологических и маркетинговых исследований*. 1: 2–15.
- Дукаревич Е. А. 1987. Потребительское поведение в условиях дефицита. *Социологические исследования*. 2: 65–68.
- Елютина М. Э. 2009. Пожилые люди и старые вещи в повседневной жизни. *Социологические исследования*. 7: 101–109.
- Ечевская О. Г. (отв. ред.) 2005. *Люди и вещи в советской и постсоветской культуре*. Новосибирск: Новосибирский госуниверситет.
- Ечевская О. Г. 2011. Социальное неравенство и бедность в практиках повседневного потребления. *Экономика. Вопросы школьного экономического образования*. 4: 3–11.
- Желнина А. А. 2008. Метаморфозы практики розничной торговли в российском мегаполисе как зеркало постсоциалистических трансформаций. В сб.: Милерюс Н., Коуп Б. (отв. ред.) *Ландшафты: Оптики городских исследований*. Вильнюс: Европейский гуманитарный университет; 148–169.
- Желнина А. А. 2010. Социокультурное значение пространств потребления в постсоветском городе (на примере торговых центров Санкт-Петербурга). *Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 12: Психология. Социология. Педагогика*. 2: 330–336.
- Жилина Л. Н., Фролова Н. Т. 1969. *Проблемы потребления и воспитание личности*. М.: Мысль.
- Жлудова О. 2007. Бренд как механизм социальной регуляции в массовой культуре. *Журнал социологии и социальной антропологии*. 10 (1): 38–59.
- Здравомыслов А. Г. 2007. К вопросу о периодизации социологии в России. *Журнал социологии и социальной антропологии*. X (3): 38–51.
- Иванов Д. В. 2001. Феномен потребления: критический подход. В сб.: Волчкова Л. Т., Гронов Ю., Минаева В. Н. (отв. ред.) *Социология потребления*. СПб.: Санкт-Петербургский государственный университет; 10–24.
- Иванов Д. В. 2008. *Глэм-капитализм*. СПб.: Петербургское востоковедение.
- Иванов Д. В. 2011. Гламурный капитализм: логика «сверхновой» экономики. *Вопросы экономики*. 7: 44–61.
- Ильин В. И. 1998. *Поведение потребителей*. Сыктывкар: Сыктывкарский госуниверситет.
- Ильин В. И. 2007. *Быт и бытие молодёжи российского мегаполиса*. СПб.: Интерсоцис.

- Ильин В. И. 2008. *Потребление как дискурс*. СПб.: Интерсоцис.
- Конonenко Р. 2009. Автомобиль с историей: олдтаймер в культуре потребления. *Социологические исследования*. 4: 147–152.
- Козловский В. В. 2011. Общество потребления и цивилизационный порядок современности. *Журнал социологии и социальной антропологии*. XIV (5): 55–65.
- Котельникова З. В. 2008. Товар с чужим лицом, или Почему правообладатели торговых марок попустительствуют контрафакту? *Экономическая социология*. 9 (4): 30–48. URL: http://ecsoc.hse.ru/data/2011/12/08/1208205034/ecsoc_t9_n4.pdf#page=30 (последнее обращение 2 марта 2014).
- Котельникова З. В. 2009. Особенности развития розничных сетей и торговых форматов в продовольственном секторе российской торговли в 2000-х годах (региональный аспект). *Мир России: Социология, этнология*. 18 (3): 151–172.
- Котельникова З. В. 2011. Как вещи вторгаются в отношения (на примере противокражного оборудования в магазинах). *Журнал социологии и социальной антропологии*. 14 (4): 105–126.
- Лисова Е. В. 2008. Дауншифтинг: стратификационные эффекты. *Экономическая социология*. 9 (2): 56–65. URL: http://ecsoc.hse.ru/data/2011/12/08/1208204941/ecsoc_t9_n2.pdf#page=56 (последнее обращение 2 марта 2014).
- Лолло А. Р. 2011. Дискурс глянцевого журнала: социокоммуникативные аспекты. *Экономическая социология*. 12 (4): 73–92. URL: http://ecsoc.hse.ru/data/2011/12/08/1259553409/ecsoc_t12_n4.pdf#page=73 (последнее обращение 2 марта 2014).
- Миронов Б. Н. 1999. *Социальная история России периода империи (XVIII — начало XX в.): Генезис личности, демократической семьи, гражданского общества и правового государства: В 2 т.* СПб.: Дмитрий Буланин.
- Михайлова О., Гурова О. 2009. Потребитель в молле: между свободой выбора и пространственными ограничениями. *Журнал социологии и социальной антропологии*. 1: 5–25.
- Народное благосостояние: тенденции и перспективы*. 1988. М.: Наука.
- Народное благосостояние: тенденции и перспективы*. 1991. М.: Наука.
- Новожилова М. А. 2011. Потребительское поведение детей в Интернете. *Экономическая социология*. 12 (1): 81–103. URL: http://ecsoc.hse.ru/data/2011/12/08/1259551850/ecsoc_t12_n1.pdf#page=81 (последнее обращение 2 марта 2014).
- Овсянников А. А. 1987. Рационализация потребления: типологический подход. *Социологические исследования*. 4: 65–70.
- Пашкова А. С. (отв. ред.) 1988. *Образ жизни населения крупного города: опыт комплексного социального исследования*. Л.: Изд-во ЛГУ.
- Петров Л. В. 1974. *Мода как общественное явление (анализ в социально-коммуникативном аспекте)*. Л.: Знание.

- Протасенко Т. З. 1985. Основные характеристики материального благосостояния (опыт выборочного исследования). *Социологические исследования*. 3: 101–110.
- Радаев В. В. 2005. Социология потребления: основные подходы. *Социологические исследования*. 1: 5–18.
- Радаев В. В., Котельникова З. В., Маркин М. Е. 2009. Развитие российского ритейла: меры государственного регулирования и их последствия (закон о торговле в зеркале исследований). *Аналитика ЛЭСИ*. 4. М.: Изд. дом ВШЭ.
- Римашевская Н. М., Левкова Л. А. 1978. О методах выявления устойчивых типов потребления. *Социологические исследования*. 2: 133–142.
- Рощина Я. М. 2007а. Дифференциация стилей жизни россиян в поле досуга. *Экономическая социология*. 8 (4): 23–42. URL: http://ecsoc.hse.ru/data/2011/12/08/1208204942/ecsoc_t8_n4.pdf#page=23 (последнее обращение 2 марта 2014).
- Рощина Я. М. 2007б. *Социология потребления*. Учебное пособие. М.: Изд. дом ВШЭ.
- Рощина Я. М., Мартыненко П. А. 2014. Структура потребления алкоголя как индикатор социальной группы в современных российских городах. *Экономическая социология*. 15 (1): 20–42. URL: http://ecsoc.hse.ru/data/2014/02/01/1328851429/ecsoc_t15_n1.pdf#page=20 (последнее обращение 2 марта 2014).
- Рукавишникова Т. П., Сапожников А. М., Хазова Л. М. 1990. Московский покупатель. *Социологические исследования*. 7: 97–101.
- Рывкина Р. В. 1979. *Образ жизни сельского населения: методология, методика и результаты изучения социально-экономических аспектов жизнедеятельности*. Новосибирск: Наука.
- Рыжова Н. П. 2003. Трансграничный рынок в Благовещенске: формирование новой реальности деловыми сетями «челноков». *Экономическая социология*. 4 (5): 54–71. URL: http://ecsoc.hse.ru/data/2011/12/08/1208204955/ecsoc_t4_n5.pdf#page=54 (последнее обращение 2 марта 2014).
- Сидоров В. В., Смирнов Г. Г. 1990. Товарный дефицит и его криминогенные последствия. *Социологические исследования*. 7: 101–106.
- Сымонович Ч. 2009. Отечественная социология за полвека (заинтересованный взгляд извне). *Телескоп*. 3: 16–23.
- Тарасов А. 2004. Не мир, но брэнд¹³. Восприятие брэнд-агрессии провинциальной молодежью в России. *Неприкосновенный запас*. 2 (34). URL: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Polit/Article/Tar_NeMir.php (последнее обращение: 12 декабря 2013).
- Титма М. Х., Сильдмяэ Т. И. 1979. Факторы формирования домашней предметной среды. *Социологические исследования*. 3: 108–115.
- Травин И. И. 1979. *Материально-вещная среда и социалистический образ жизни*. Л.: Наука.

¹³ Сохранена орфография источника. — Примеч. ред.

- Уровень жизни населения промышленного центра и социальные проблемы благосостояния. 1971. М.: ЦЭМИ РАН.
- Фирсов Б. М. 2000. Как создавался курс по истории советской социологии 50–60-х годов (рассказ в документах). *Журнал социологии и социальной антропологии*. III (2): 154–169.
- Фирсов Б. М. 2001. *История советской социологии 1950–1980-х годов: Курс лекций*. СПб.: Изд-во Европ. ун-та в С.-Петербурге.
- Шляпентох В. Э. 2006. *Проблемы качества социологической информации: достоверность, репрезентативность, прогностический потенциал*. М.: Центр социального прогнозирования.
- Шпаковская Л. Л. 2009. Мой дом — моя крепость. Обустройство жилья нового среднего класса. В сб.: Здравомыслова Е., Роткирх А., Тёмкина А. (отв. ред.) *Новый быт современной России: гендерные исследования повседневности*. СПб.: Изд-во Европейского университета в Санкт-Петербурге; 222–261.
- Ятина Л. И. 1998. Мода глазами социолога: результаты эмпирического исследования. *Журнал социологии и социальной антропологии*. 1 (2): 120–131.
- Abbott A. 2001. *Chaos of Disciplines*. Chicago: Chicago University Press.

NEW TEXTS

Olga Gurova

Institutionalization of the Sociology of Consumption in Russia

GUROVA, Olga Yur'evna — Candidate in Cultural Studies, Academy of Finland Research Fellow, Department of Social Research, Faculty of Social Sciences, University of Helsinki. Address: 40 Unioninkatu, Helsinki, Finland, 00014.

Email: olga.gurova@helsinki.fi

Abstract

This article explores the process by which a subfield of sociology, the sociology of consumption, became institutionalized in Russia. By “institutionalization” is meant the process of its establishment as an autonomous field of scientific knowledge, university-level discipline and academic community of scholars. Drawing on data from document analysis (field journals and books) and expert interviews, the article reviews the evolution of the sociology of consumption — its topics, methodologies and approaches — in Soviet and post-Soviet Russia. We look at its emergence and functioning as a discipline in university curricula and the formation of a community of scholars self-identifying as belonging to this field. The main observations are the following: while the institutionalization of the sociology of consumption accelerated in the 1990s, its origins can be traced to the beginning of the 20th century. The discipline continues to be in the process of formation in Russia. Currently, two major approaches can be discerned: the socio-economic and socio-cultural approaches. Since the 1990's, Sociology of Consumption was included in university curricula as an elective course for students preparing themselves for a professional career in sociology. On one hand, this provoked a certain standardization. At the same time, scholars in Russia remain free to manipulate the content of a particular course. In terms of community, the experts we interviewed noted the lack of a “strong promoter” or “charismatic leader” but emphasized the existence of “centers of growth,” namely, places across the country where scholars at various universities play a particularly key role in developing the field and contributing to its further institutionalization.

Key words: sociology of consumption; consumption; institutionalization; university curriculum; academic community; Soviet and post-Soviet Russia.

References

Abbott A. (2001) *Chaos of Disciplines*, Chicago: Chicago University Press.

Abramov R., Yumanova M. (2008) Sostav uchebnykh planov i struktura sotsiologicheskogo obrazovaniya v Rossii: opyt empiricheskogo issledovaniya [A University Curriculum Content and the Structure of Sociological Education in Russia: An Empirical Research]. *Sotsiologicheskii zhurnal*, no 2, pp. 81–94 (in Russian).

Anohina L., Shmeleva M. (1977) *Byt gorodskogo naseleniya srednei polosy RSFSR v proshlom i nastoyashem* [Everyday Life of the Urban Population in Moderate Climate Zones of RSFSR Then-And-Now], Moscow: Nauka (in Russian).

Bobkov I. (1985) Sfera uslug kak ob'ekt gradostroitel'nogo planirovaniya [Service Industry As an Object of Urban Planning]. *Sotsiologicheskie issledovaniya*, no 1, pp. 84–90.

- Boronev A. (2008) Sotsiologicheskie issledovaniya v Leningrade — Sankt-Peterburge (1960–1990-e gody) [Sociological Research in Leningrad — Saint-Petersburg (1960–90s)]. *Sotsiologicheskie issledovaniya*, no 6, pp. 64–69 (in Russian).
- Brednikova O., Kutafyeva Z. (2004) Staraya veshch' kak personazh bloshinogo rynka [Used Thing as a Personage of a Flea Market]. *Neprokosnovennyyi zapas*, vol. 2, no 34. Available at: <http://magazines.russ.ru/nz/2004/34/bred11.html> (accessed on 2 March 2014) (in Russian).
- Byzov L. (2000) Uroven' potrebleniya i imushchestvennye kharakteristiki srednego klassa [Standard of Consumption and Property Characteristics of the Middle Class]. *Sotsiologicheskie issledovaniya*, no 3, pp. 42–48 (in Russian).
- Davydova N., Sedova N. (2004) Material'no-imushchestvennye kharakterisitiki i kachestvo zhizni bogatyh i bednykh [Material and Property Characteristics and Quality of Life of the Rich and the Poor]. *Sotsiologicheskie issledovaniya*, no 3, pp. 40–50 (in Russian).
- Demidov A. (1998) Sotsiokul'turnye stili v Tsentral'noi i Vostochnoi Evrope [Social and Cultural styles in Central and Eastern Europe]. *Sotsiologicheskie issledovaniya*, no 4, pp. 16–28 (in Russian).
- Doktorov B., Kozlova L. (2009) “Teleskop” smotrit v proshloe. Beseda ob izuchenii istorii sovremennoy rossiyskoy sotsiologii [“Telescope” Sees the Past. Discussing Studies in History of Contemporary Russian Sociology]. *Teleskop: zhurnal sotsiologicheskikh i marketingovykh issledovaniy*, vol. 1, pp. 2–15 (in Russian).
- Dukarevich E. (2001) Potrebitel'skoepovedeniye usloviyakh defitsita [Consumption Behavior during the Shortage Period]. *Sotsiologicheskie issledovaniya*, no 2, pp. 65–68 (in Russian).
- Echevskaya O. (ed.) (2005) *Ludi i veshchi v sovetskoj i postsovetskoj kul'ture (sbornik statej)* [People and Goods in Soviet and Post-Soviet Culture (Collection of Articles)], Novosibirsk: Novosibirsk State University (in Russian).
- Echevskaya O. (2011) Sotsial'noe neravenstvo i bednost' v praktikakh povsednevnogo potrebleniya [Social Inequality and Poverty in Everyday Consumption Practices]. *Ekonomika. Voprosy shkol'nogo ekonomicheskogo obrazovaniya*, no 4, pp. 3–11 (in Russian).
- Elutina M. (2009) Pozhilie ludi i starye veshchi v povsednevnoi zhizni [Elderly People and Used Goods in Daily Life]. *Sotsiologicheskie issledovaniya*, no 7, pp. 101–109 (in Russian).
- Firsov B. *Istoriya sovetskoj sotsiologii 1950–1980-kh godov: Kurs leksii* [History of Soviet Sociology in the 1950s — 1980s: A Lecture course]. Saint-Petersburg: European University at St. Petersburg Press (in Russian).
- Firsov B. (2000) Kak sozdavalsya kurs po istorii sovetskoj sotsiologii 50–60-kh godov (rasskaz v dokumentakh) [How a Course on History of Soviet Sociology in the 1950-60s was Created (A Story Based on Documents)]. *Zhurnal sotsiologii i sotsial'noy antropologii*, vol. III, no 2, pp. 154–169 (in Russian).
- Gladarev B., Tsinman Zh. (2009) Dom, shkola, vrachi i muzei: potrebitel'skie praktiki srednego klassa [Home, School, Doctors and Museums: Consumption Practices of the Middle Class]. *Novyi byt v sovremennoi Rossii: gendernye issledovaniya povsednevnosti* [New Way of Life in Contemporary Russia: Gender

- Research on Daily Life] (eds. E. Zdravomislova, A. Rotkirkh, A. Tyomkina), Saint-Petersburg: European University at St. Petersburg Press, pp. 189–221 (in Russian).
- Glotov M. (2010) Nachalo institutsionalizatsii sotsiologii v Rossii [The Beginning of the Institutionalization of Sociology in Russia]. *Sotsiologicheskie issledovaniya*, no 3: 127–133 (in Russian).
- Gofman A. (1980) Tsennosti v strukture mody [Values in the Structure of Fashion]. *Sotsiologicheskie issledovaniya*, no 4, pp. 59–64 (in Russian).
- Gofman A. (1994) *Moda i ludi. Novaya teoriya mody i modnogo povedeniya* [Fashion and People. New Theory of Fashion and Fashion Behavior], Moscow: Nauka (in Russian).
- Golofast V. (2000) Ludi i veshchi [People and Things]. *Sotsiologicheskiy zhurnal*, no 1–2, pp. 58–66 (in Russian).
- Goloshchapov I. (1981) O nekotorykh sotsial'nykh aspektakh obsluzhivaniya gorodskogo naseleniya predpriyatiyami trgovli [On Certain Social Aspects of Retail Services for Urban Population]. *Sotsiologicheskie issledovaniya*, no 4, pp. 146–148 (in Russian).
- Gorban' E. (2013) Obzor sotsiologicheskikh teorii i interpretatsiya ponyatiya "stil' zhizni": ot klassovogo obshchestva do postmoderna [Review of Sociological Theories and Interpretation of "Way Of Life"-Notion: From Class Society to Postmodernism]. *Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 14, no 3, pp. 133–144. Available at: http://ecsoc.hse.ru/data/2013/08/14/1291342150/ecsoc_t14_n3.pdf#page=133 (accessed on 2 March 2014) (in Russian).
- Grushin B., Chikin V. (1961) *Litso pokoleniya* [Generation Face], Moscow: Pravda (in Russian).
- Grushin B., Chikin V. (1962) *Ispoved' pokoleniya* [Generation's Confession], Moscow: Pravda (in Russian).
- Grushin B., Chikin V. (2001) *Chetyre zhizni Rossii v zerkale oprosov obshchestvennogo mneniya. Ocherki massovogosoznaniyarossiyanvremenKhrushcheva, Brezhneva, GorbachevaiYeltsinav 4-khknigakh. Zhizn' 1-ya "Epokha Khrushcheva"* [Four Lives of Russia Reflected in Public-Opinion Polls. Sketches of Russian Mass Mentality during Khrushchev, Brezhnev, Gorbacheva and Yeltsin Epochs in 4 Volumes. Life one "Khrushchev Epoch"], Moscow: Progress-Traditsiya (in Russian).
- Gurova O. (2008) Fast Fashion: bystro sshit', bystro prodats', bystro vybrosit'. Kontseptsiya mody i potreblenie veshchei v sovremennom rossiiskom obshchestve [Fast Fashion: Quickly Sewed, Quickly Sold, Quickly Thrown Away. The Concept of Fashion and Clothes Consumption in Contemporary Russian Society]. *Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 9, no 5, pp. 56–67. Available at: http://ecsoc.hse.ru/data/2011/12/08/1208204979/november%20volume%202008_final.pdf#page=56 (accessed on 2 March 2014) (in Russian).
- Gurova O. (2012) Pochemu peterburzhtsy otpravlyautsya za pokupkami v Finlyandiu? Issledovanie transgranichnogo shoppinga [Why do Dwellers of St. Petersburg Shop in Finland? Research on Cross-Border Shopping]. *Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 13, no 1, pp. 18–37. Available at: http://ecsoc.hse.ru/data/2012/06/29/1255784835/ecsoc_t13_n1.pdf#page=18 (accessed on 2 March 2014) (in Russian).
- Gurova O. (2013) "Vyglyadet' po-russki: sotsial'nye kharakteristiki i potreblenie odezhdy rossiisk imigrantami v Finlyandii ["Looking Russian": Social Characteristics and Clothing Consumption by

- Russian Migrants in Finland]. *Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 14, no 2, pp. 17–41. Available at: http://ecsoc.hse.ru/data/2013/04/05/1294839705/ecsoc_t14_n2.pdf#page=17 (accessed on 2 March 2014) (in Russian).
- Guzanova A. (1989) U myasnogo prilavka [At the Butcher's]. *Sotsiologicheskie issledovaniya*, no 5, pp. 74–77 (in Russian).
- Il'in V. (2008) *Potreblenie kak diskurs* [Consumption as a Discourse], Saint-Petersburg: Intersotsis (in Russian).
- Il'in V. (1998) *Povedenie potrebiteley* [Consumer Behavior], Syktyvkar: Syktyvkar State University (in Russian).
- Il'in V. (2007) *Byt i bytie molodezhi rossiyskogo megapolisa* [Daily Live and Existence of Youth of Russian Megalopolis], Saint-Petersburg: Intersotsis (in Russian).
- Ivanov D. (2001) Fenomen potrebleniya: kriticheskii podkhod [Consumption Phenomenon: A Critical Approach]. *Sotsiologiya potrebleniya* [Sociology of Consumption] (eds. L. Volchkova, J. Gronow, V. Minina), Saint-Petersburg: Saint Petersburg State University, pp. 10–24 (in Russian).
- Ivanov D. (2008) *Glem-kapitalizm* [Glam-Capitalism], Saint-Petersburg: Peterburgskoe vostokovedenie (in Russian).
- Ivanov D. (2011) Glamurnii kapitalizm: logika "sverkhnovoi" ekonomiki [Glamorous Capitalism: The Logics of "Late Modern" Economy]. *Voprosy ekonomiki*, no 7, pp. 44–61 (in Russian).
- Johnson R. (2012) What is Cultural Studies Anyway? *Logos*, no 1, pp. 80–135 (in Russian).
- Kotel'nikova Z. (2008) Tovar s chuzhim litsom, ili Pochemu pravoobladateli torgovykh marok popystitel'stvuyut kontrafaktu? [Goods with Alien Faces or Why do Trademarks' Right Holders Turn a Blind Eye to Counterfeit Goods?]. *Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 9, no 4, pp. 30–48. Available at: http://ecsoc.hse.ru/data/2011/12/08/1208205034/ecsoc_t9_n4.pdf#page=30 (accessed on 2 March 2014) (in Russian).
- Kotel'nikova Z. (2009) Osobennosti razvitiya roznicnikh setei i torgovykh formatov v prodovol'stvennom sektore rossiiskoi trgovli v 2000-kh godakh (regional'nyi aspekt) [Peculiarities in Retail Chains and Retail Formats Development of the Food Industry in Russia during 2000s (Regional Approach)]. *Mir Rossii: Sotsiologiya, etnologiya*, vol. 18, no 3, pp. 151–172 (in Russian).
- Kotel'nikova Z. (2011) Kak veshchi vtorgautsya v otnosheniya (na primere protivokrazhnogo oborudovaniya v magazinakh) [How Things Interfere into Relationships (a Case of Anti-Theft Store Equipments)]. *Zhurnal sotsiologii i sotsial'noy antropologii*, vol. 14, no 4, pp. 105–126 (in Russian).
- Kozlovskiy V. (2011) Obshchestvo potrebleniya i tsivilizatsionnyy poryadok sovremennosti [Consumer Society and Civilization Order of Modernity]. *Zhurnal sotsiologii i sotsial'noy antropologii*, vol. XIV, no. 5, pp. 55–65 (in Russian).
- Lisova E. (2008) Daunshifting: stratifikatsionnye efekty [Downshifting: The Effects of Stratification]. *Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 9, no 2, pp. 56–65. Available at: http://ecsoc.hse.ru/data/2011/12/08/1208204941/ecsoc_t9_n2.pdf#page=56 (accessed on 2 March 2014) (in Russian).

- Lollo A. (2011) Diskurs glyantseвого zhurnala: sotsiokommunikativnye aspekty [Discourse of Glossy Magazine: Social and Cultural Aspects]. *Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 12, no 4, pp. 73–92. Available at: http://ecsoc.hse.ru/data/2011/12/08/1259553409/ecsoc_t12_n4.pdf#page=73 (accessed on 2 March 2014) (in Russian).
- Mikhailova O., Gurova O. (2009) Potrebitel' v molle: mezhdru svobodoi vybora i prostranstvennymi ogranicheniyami [A Consumer in a Shopping Mall: Between Freedom of Choice and Restrictions of Space]. *Zhurnal sotsiologii i sotsial'noy antropologii*, no 1, pp. 5–25 (in Russian).
- Mironov B. (1999) *Sotsial'naya istoriya Rossii perioda imperii (XVIII — nachalo XX v.): Genezis lichnosti, demokraticeskoi sem'i, grazhdanskogo obshchestva i pravovogo gosudarstva* [Russian Social History during the Empire (XVIII — Early XX Century): Genesis of Personality, Democratic Family, Civil Society and Rule-of-Law State], Vol. 1, 2, Saint-Petersburg: Dmitry Bulanin (in Russian).
- Narodnoe blagosostoyanie: tendentsii i perspektivy* (1988) [People's Welfare: Tendencies and Perspectives], Moscow: Nauka (in Russian).
- Narodnoe blagosostoyanie: tendentsii i perspektivy* (1991) [People's Welfare: Tendencies and Perspectives], Moscow: Nauka (in Russian).
- Novozhilova M. (2011) Potrebitel'skoe povedenie detei' v Internete [Childrens' Consumer Behavior in the Internet]. *Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 12, no 1, pp. 81–103. Available at: http://ecsoc.hse.ru/data/2011/12/08/1259551850/ecsoc_t12_n1.pdf#page=81 (accessed on 2 March 2014) (in Russian).
- Ovsyannikov A. (1987) Ratsionalizatsiya potrebleniya: tipologicheskii podkhod [Rationalization of Consumption: Typological Approach]. *Sotsiologicheskie issledovaniya*, no 4, pp. 65–70 (in Russian).
- Pashkova A. (ed.) *Obraz zhizni naseleniya krupnogo goroda: opyt kompleksnogo sotsial'nogo issledovaniya* [Way of Life in a Large City: Experience of Complex Social Research], Leningrad: LGU (in Russian).
- Petrov L. (1974) *Moda kak obshchestvennoe yavlenie (analiz v sotsial'no-kommunikativnom aspekte)* [Fashion as a Social Phenomenon (Analysis Based on Socio-Communicative Aspect)], Leningrad: Znanie (in Russian).
- Protasenko T. (1985) Osnovnye kharakteristiki material'nogo blagosostoyaniya (opyt vyborochnogo issledovaniya) [Main Characteristics of Material Well-Being (Case of Sampling Study)]. *Sotsiologicheskie issledovaniya*, no 3, pp. 101–110 (in Russian).
- Radaev V. (2005) Sotsiologiya potrebleniya: osnovnye podkhody [Sociology of Consumption: Main Approaches]. *Sotsiologicheskie issledovaniya*, no 1, pp. 5–18 (in Russian).
- Radaev V., Kotel'nikova Z., Markin M. (2009) Razvitie rossiiskogo riteila: mery gosudarstvennogo regulirovaniya i ikh posledstviya (zakon o torgovle v zerkale issledovaniy) [The Development of Russian Retailing: State Regulation Measures and Their Consequences (Trade Law Analysis in Research)], *Analitika LESI*. Moscow: HSE Publishing House (in Russian).
- Rimashevskaya N., Levkova L. (1978) O metodakh vyavleniya ustoichivykh tipov potrebleniya [On Methods for Uncovering Stable Consumer Typologies]. *Sotsiologicheskie issledovaniya*, no 2, pp. 133–142 (in Russian).

- Roshchina Y. (2007a) *Differentsiatsiya stilei zhizni v pole dosuga* [Differentiation of Lifestyles in the Field of Leisure]. *Sotsiologicheskie issledovaniya*, vol. 8, no 4, pp. 23–42. Available at: http://ecsoc.hse.ru/data/2011/12/08/1208204942/ecsoc_t8_n4.pdf#page=23 (accessed on 2 March 2014) (in Russian).
- Roshchina Y. (2007b) *Sotsiologiya potrebleniya. Uchebnoe posobie* [Sociology of Consumption. A Textbook], Moscow: HSE Publishing House (in Russian).
- Roshchina Y., Martynenko P. (2014) *Struktura potrebleniya alkogolya kak indikator sotsial'noy gruppy v sovremennykh rossiiskikh gorodakh* [Structure of Alcohol Consumption as Indicator of Social Group in Today's Russian Cities]. *Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 15, no 1, pp. 20–42. Available at: http://ecsoc.hse.ru/data/2014/02/01/1328851429/ecsoc_t15_n1.pdf#page=20 (accessed on 2 March 2014) (in Russian).
- Rukavishnikova T., Sapozhnikov A., Khazova L. (1990) *Moskovskiy pokupatel'* [A Moscow Buyer]. *Sotsiologicheskie issledovaniya*, no 7, pp. 97–101 (in Russian).
- Ryvkina R. (1979) *Obrazhizn i sel'skogaseleniya: metodologiya, metodika i rezul'taty izucheniya sotsial'no-ekonomicheskikh aspektov zhiznedeyatel'nosti* [Rural Way of Life: Methodology, Methods and Results of Research on Socio-Economic Aspects of Daily Living], Novosibirsk: Nauka (in Russian).
- Ryzhova N. (2003) *Transgranichnyi rynek v Blagoveshchenske: formirovanie novoi real'nosti delovymi setyami "chelnokov"* [Transborder Market in the City of Blagoveshchensk: New Reality Formation through Business Networking of "Shuttle-Traders"]. *Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 4, no 5, pp. 54–71. Available at: http://ecsoc.hse.ru/data/2011/12/08/1208204955/ecsoc_t4_n5.pdf#page=54 (accessed on 2 March 2014) (in Russian).
- Shlyapentokh V. (2006) *Problemy kachestva sotsiologicheskoi informatsii: dostovernost', reprezentativnost', prognosticheskii potentsial* [Quality Problems in Sociological Information: Accuracy, Representativeness and Expectation-driven Potential], Moscow: Tsentr sotsial'nogo prognozirovaniya (in Russian).
- Shpakovskaya L. (2009) *Moi dom — moya krepost'. Obustroistvo zhil'ya novogo srednego klassa* [My Home is My Castle. Home Arrangements of New Middle Class]. *Novyi byt sovremennoi Rossii: gendernye issledovaniya povsednevnosti* [New Way of Life in Contemporary Russia: Gender Studies of Everyday Life] (eds. E. Zdravomislova, A. Rotkirch, A. Tyomkina), Saint-Petersburg: European University at St. Petersburg Press, pp. 222–261 (in Russian).
- Sidorov V., Smirnov G. (1990) *Tovarnyi defitsit i ego kriminogennye posledstviya* [The Shortage of Goods and Its Criminal Consequences]. *Sotsiologicheskie issledovaniya*, no 7, pp. 101–106 (in Russian).
- Symonovich Ch. (2009) *Otechestvennaya sotsiologiya za polveka (zainteresovannyi vzglyad izвне)* [National Sociology during Half a Century (Observations by an Interested Outsider)]. *Teleskop*, no 3, pp. 16–23 (in Russian).
- Tarasov A. (2004) *Ne mir, no brend. Vospriyatie brend-agressii provintsial'noi molodezh'u v Rossii* [No Peace, but Brand. The Perception of Brand-wars of Youth in a Small-Town in Russia]. *Neprikosnovennyy zapas*, vol 2, no 34. Available at: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Polit/Article/Tar_NeMir.php (accessed 12 December 2013) (in Russian).
- Titma M., Sildmäe T. (1979) *Faktory formirovaniya domashnei predmetnoi sredy* [The Factors of Formation for Domestic Environment]. *Sotsiologicheskie issledovaniya*, no 3, pp. 108–115 (in Russian).

- Travin I. (1979) *Material'no-veshchnaya sreda i sotsialisticheskii obraz zhizni* [Material Environment and Socialist Way of Life], Leningrad: Nauka (in Russian).
- Uroven' zhizni naseleniya promyshlennogo tsentra i sotsial'nye problemy blagosostoyaniya (Taganrog-I) (1971) [Living Standards in an Industrial Regional Centre and Social Problems], Moscow: Nauka (in Russian).
- Yatina L. (1998) Moda glazami sotsiologa: rezul'taty empiricheskogo issledovaniya [Fashion in the Eyes of a Sociologist: The Results of Empirical Research]. *Zhurnal sotsiologii i sotsial'noy antropologii*, vol. 1, no 2, pp. 120–131 (in Russian).
- Zdravomyslov A. (2007) K voprosu o periodizatsii sotsiologii v Rossii [On the Question of Periodization of Sociology in Russia]. *Zhurnal sotsiologii i sotsial'noy antropologii*, vol. X, no 3, pp. 38–51 (in Russian).
- Zhel'nina A. (2010) Sotsiokulturnoe znachenie prostranstv potrebleniya v postsovetskom gorode (na primere trgovykh tsentrov S-Peterburga) [Sociocultural Meaning of Consumption Space in a Post-Soviet City (Case of St. Petersburg)]. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Seriya 12: Psikhologiya. Sotsiologiya. Pedagogika*, no 2, pp. 330–336. Available at: <http://publications.hse.ru/en/articles/72432544> (accessed on 12 December 2013) (in Russian).
- Zhel'nina A. (2008) Metamorfozy praktiki roznichnoy trgovli v rossiiskom megapolise kak zerkalo postsotsialicheskikh transformatsii [Metamorphoses of Retail Practises in Russian Megapolis as a Reflection of Postsocialist Transformations]. *Landshavty: Optiki gorodskikh issledovaniy* [Landscapes: The Optics of Urban Studies] (eds. N. Milerjus, B. Cope), Vilnius: European Humanities University, pp. 148–169 (in Russian).
- Zhilina L., Frolova N. (1969) *Problemy potrebleniya i vospitanie lichnosti* [Problems of Consumption and Upbringing of an Individual], Moscow: Publishing House "Mysl" (in Russian).
- Zhludova O. (2007) Brend kak mekhanizm sotsial'noi regulyatsii v massovoi kul'ture [Brand as a Social Regulation Mechanism in Mass Culture]. *Zhurnal sotsiologii i sotsial'noy antropologii*, vol. 10, no 1, pp. 38–59 (in Russian).

НОВЫЕ ПЕРЕВОДЫ

Дэни Родрик

Парадокс глобализации: демократия и будущее мировой экономики



РОДРИК Дэни (Rodrik, Dani) — профессор социальных наук им. Альберта Хиршмана Школы социальных наук при Институте фундаментальных исследований. Адрес: США, штат Нью-Джерси, 08540, г. Принстон, ул. Эйнштейн-драйв.

Email: drodrik@ias.edu

Перевод с англ.
Николая Эдельмана.

Научный редактор
перевода —
Артём Смирнов.

Со времён торговых монополий в империях XVII века и вплоть до современных институтов ВТО, МВФ и Всемирного банка страны мира использовали различные инструменты для того, чтобы извлечь для себя выгоду из процесса глобализации. Экономические нарративы этих эпох — «золотой стандарт», Бреттон-Вудские соглашения, «вашингтонский консенсус» — были большим успехом и в то же время большим провалом. Оспаривая общепринятые представления о глобализации, Дэни Родрик предлагает новый нарратив, который указывает на неустранимое противоречие: невозможно одновременно иметь демократию, национальное государство и экономическую глобализацию. Когда социальные механизмы демократии неизбежно сталкиваются с требованиями глобализации, на первый план должны выходить национальные интересы. Сочетая увлекательные исторические экскурсы с глубоким экономическим анализом, автор выступает за ограничение глобализации при помощи международных правил, позволяющих ответить на глобальные вызовы, с которыми мы сталкиваемся сегодня в торговле, финансах и на рынках труда.

Журнал «Экономическая социология» публикует введение к книге Д. Родрика «Парадокс глобализации: демократия и будущее мировой экономики» — «Новый взгляд на глобализацию» («Recasting Globalization's Narrative»). В нём поставлена исследовательская проблема и обозначены основные положения предлагаемого автором подхода к её решению. Свой подход Д. Родрик считает альтернативным консенсусу политиков и экономистов, ратующих за безоговорочную поддержку глобализации. Взгляд Д. Родрика на глобализацию базируется на двух соображениях: (1) рынки и правительства дополняют, а не заменяют друг друга; и (2) существует множество моделей капитализма, способствующих экономическому процветанию.

Ключевые слова: глобализация; демократия; национальное государство; международная торговля; финансовый кризис; капитализм; развивающиеся страны.

Введение. Новый взгляд на глобализацию

В начале 1997 г. я опубликовал небольшую книжку под названием «Has Globalization Gone Too Far?»² («Не слишком ли далеко зашла глобализа-

¹ Родрик Д. (готовится к изданию). Парадокс глобализации: демократия и будущее мировой экономики. М.: Издательство Института Гайдара. Источник: Rodrik D. 2011. *The Globalization Paradox: Democracy and the Future of the World Economy*. New York: Norton & Company. — Примеч. ред.

² Rodrik D. 1997. *Has Globalization Gone Too Far?* Washington, DC: Institute for International Economics. — Примеч. ред.

ция?»). Несколько месяцев спустя экономики Таиланда, Индонезии, Южной Кореи и других стран Юго-Восточной Азии были поражены глубоким кризисом, причиной которого стал болезненный удар со стороны мировой финансовой системы. На протяжении десятилетий эти страны развивались ускоренными темпами, став любимцами международного финансового сообщества и экспертов по развитию. Но затем международные банки и инвесторы вдруг решили, что вкладывать в них деньги стало небезопасно. Началось стремительное изъятие капиталов, местные валюты в одночасье обрушились, корпорации и банки разорялись, и экономика этого региона развалилась. Так было положено начало азиатскому финансовому кризису, который перекинулся сперва на Россию, затем на Бразилию и, наконец, на Аргентину, заодно покончив с Long-Term Capital Management (LTCM) — мощным хедж-фондом, вызывавшим всеобщее восхищение.

Я мог бы поздравить себя с таким предвидением и точным расчётом. Моя книга стала бестселлером, полагаю, не в последнюю очередь потому, что издавший её вашингтонский Институт международной экономики им. Петерсона имел репутацию решительного сторонника глобализации. Получилось что-то вроде ситуации «Никсон в Китае»³. Скептицизм в отношении глобализации вызывает больше интереса, когда слышишь об этом оттуда, откуда меньше всего ожидаешь. «Мозговой трест, выступающий за глобализацию, издаёт книгу гарвардского профессора, предупреждающего, что глобализация — не совсем то, что нам говорили» — такое событие, несомненно, заслуживало внимания!

Увы, оказалось, что суть вопроса от меня во многом ускользнула. В моей книге не было сказано ни слова о кризисе, назревавшем на финансовых рынках. По сути, я не только не сумел предсказать надвигающийся шторм, но и вовсе отказался от разговора о финансовой глобализации, то есть о тех триллионах долларов в валюте, ценных бумагах, деривативах и прочих финансовых активах, находившихся в повседневном глобальном обороте. Вместо этого я уделил основное внимание проблемам, которые создавала международная торговля товарами на рынках труда и в сфере социальной политики. Меня тревожило, что бум международной торговли и аутсорсинга усугубляет неравенство, увеличивает риски на рынках труда и подрывает социальную сплочённость наций. Эти конфликты следует улаживать, утверждал я, принимая более широкие социальные программы и совершенствуя международные правила. Решение написать книгу я принял потому, что мои коллеги-экономисты отмахивались от этих вопросов и упускали возможность продуктивного участия в публичных дискуссиях. Думаю, что в то время я был прав, и экономическая наука за прошедшие годы в целом существенно приблизилась к моей тогдашней позиции. Однако обратная сторона *финансовой* глобализации в тот момент не вызывала у меня беспокойства.

В годы, последовавшие за азиатским финансовым кризисом, мои исследования всё чаще были посвящены вопросу о том, как работает (или не работает) финансовая глобализация. И когда 10 лет спустя Международный валютный фонд обратился ко мне с просьбой написать об этом, я чувствовал себя вполне подготовленным. Написанная мной в 2007 г. совместно с Арвиндом Субраманияном статья называлась «Why Did Financial Globalization Disappoint?» («Почему финансовая глобализация нас разочаровывает?»)⁴. Финансовая глобализация обещала дать предпринимателям необходимые средства и переложить риски на плечи более опытных инвесторов, лучше подготовленных к тому, чтобы принять их. При этом в наибольшем выигрыше оказались бы развивающиеся страны, страдающие от

³ Метафора «Никсон едет в Китай» используется для обозначения того, что только не склонные к компромиссу политики способны нарушать неписанные запреты (только столь известный противник коммунизма, как Р. Никсон, смог поехать в Китай и встретиться с Мао Цзэдуном (1972 г.), не вызвав при этом подозрений в симпатии к коммунизму). Этому же событию была посвящена опера Джона Адамса «Nixon in China» («Никсон в Китае»), мировая премьера которой состоялась в 1987 г. в Хьюстоне. — *Примеч. ред.*

⁴ Эта статья была опубликована в 2009 г.; см.: [Rodrik, Subramanian 2009]. — *Примеч. автора.*

нехватки наличности, подверженные многочисленным потрясениям и не имеющие широких возможностей для диверсификации. На деле всё вышло совсем не так. Страны, достигшие наибольших успехов (такие, как Китай), стали не заёмщиками, а кредиторами богатых стран. Те, кто рассчитывал на международные финансы, в целом демонстрировали неважные результаты. Наша статья представляла собой попытку объяснить, почему глобальные финансовые потоки не принесли особых благ развивающимся странам.

Едва мы отправили статью в печать, как в США разразился ипотечный кризис, быстро охвативший страну. Лопнул пузырь жилищных кредитов, обесценились активы, обеспеченные залогом, кредитный рынок иссяк, и несколько месяцев спустя фирмы с Уолл-стрит совершили коллективное самоубийство. Потребовалось вмешательство властей — сперва в США, а затем и в других развитых экономиках, — сопровождавшееся крупномасштабным выкупом активов и учреждением опеки над финансовыми институтами. Ответственность за этот кризис несла финансовая глобализация. За ростом жилищного пузыря и пирамиды ненадёжных деривативов стояло избыточное накопление капитала в азиатских странах и нефтедобывающих государствах. Тому, что кризис так стремительно перекинулся с Уолл-стрит на другие финансовые центры по всему миру, способствовало смешение балансов вследствие финансовой глобализации. И я снова упустил важное событие, назревавшее за горизонтом.

Конечно, я был отнюдь не одинок. Экономисты за очень немногими исключениями пели осанну финансовым инновациям вместо того, чтобы говорить об опасностях, связанных с ростом «теневого банковского сектора», как был впоследствии назван этот клубок нерегулируемых финансов. Так же, как во время азиатского финансового кризиса, тревожные знамения были оставлены без внимания, риски проигнорированы.

Ни один из этих кризисов не возник на ровном месте. Азиатскому финансовому кризису предшествовали многочисленные аналитические работы, авторы которых подчёркивали, как опасно искусственно поддерживать курс национальной валюты в условиях свободного движения финансового капитала. Хороший экономист не мог не понимать этого задолго до того, как в августе 1997 г. рухнул тайский бат. Ипотечный кризис также привёл к появлению обширной литературы, а с учётом его размаха и грандиозных последствий мы наверняка увидим ещё очень много работ на эту тему. Но кое-какие ключевые выводы, к которым приходят их авторы, было бы нетрудно предугадать: рынки весьма подвержены образованию пузырей, нерегулируемый левверидж порождает системные риски, непрозрачность подрывает доверие, а для выживания финансовых рынков необходимо своевременное вмешательство. Разве мы не знали всего этого ещё со времён знаменитой тюльпаномании XVII века?

Эти кризисы стали для нас откровением не потому, что были непредсказуемыми, а потому, что их *не сумели предсказать*. Экономисты (и те, кто к ним прислушивался) питали чрезмерное доверие к наиболее популярной на тот момент логической схеме: рынки эффективны, финансовые инновации позволяют перекладывать риски на плечи тех, кто в наибольшей степени к ним подготовлен, саморегулирование работает превосходно, а государственное вмешательство неэффективно и вредно. При этом оставлялось без внимания много других соображений, приводящих к совершенно иным выводам. Самоуверенность порождает ошибки. От них не был застрахован даже я, при всём моём критическом отношении к финансовой глобализации. Наряду с прочими экономистами я тоже с избыточной готовностью давал себя убедить в том, что благоразумные законы и политика центральных банков служат вполне надёжной защитой от финансовой паники и экономических катастроф в развитых экономиках; остаётся лишь обеспечить то же самое в развивающихся странах. В чём-то ход моих рассуждений мог отличаться, но в целом он следовал тому же самому общему курсу.

В плену сомнений

В тех случаях, когда кризис поражает страны, расположенные на периферии глобальной системы (такие, как Таиланд или Индонезия), мы обвиняем в неудаче их самих, заявляя, что они не сумели приспособиться к жёстким правилам системы. Когда же аналогичные потрясения переживают страны, занимающие центральное место в мировой экономике, мы возлагаем вину на систему и говорим, что её пора менять. Финансовый кризис 2008 г., потрясший Уолл-стрит и оказавшийся для США столь же болезненным, как и для других крупных индустриальных держав, уже возвестил наступление эпохи решительных призывов к реформам и поднял серьёзные вопросы, связанные с устойчивостью глобального капитализма, по крайней мере, в том его виде, в каком он пребывал последнюю четверть века.

Какие меры могли предотвратить финансовый кризис? Что было причиной всех проблем? Беспринципность ипотечных кредиторов? Расточительность заёмщиков? Порочные практики рейтинговых агентств? Бесконтрольное использование леввериджа финансовыми институтами? Избыточные глобальные накопления? Слишком мягкая монетарная политика Федеральной резервной системы? Гарантии, полученные от государства агентствами Fannie Mae и Freddie Mac? Попытки американского министерства финансов спасти Bear Stearns и AIG? Отказ министерства финансов вытаскивать из долговой ямы Lehman Brothers? Алчность? Моральные риски? Недостаточное регулирование? Избыточное регулирование? Ожесточённые дискуссии по этим вопросам, несомненно, утихнут ещё не скоро.

Но по большому счёту всё это не так уж важно. Гораздо важнее то, что утратила прежнюю репутацию и привлекательность наша ключевая схема. Пройдёт немало времени, прежде чем какого-либо политика снова удастся убедить в том, что финансовые инновации представляют собой огромное благо, что финансовые рынки эффективнее всего работают в режиме саморегулирования и правительства вправе позволить крупным финансовым институтам самим расплачиваться за свои ошибки. Для того чтобы перейти к следующему этапу глобализации, нужен новый подход. От того, насколько продуманным он будет, зависит здоровье нашей экономики.

Глобальные финансы — не единственная сфера, в которой лишились убедительности прежние схемы. В июле 2008 г., на фоне разворачивавшегося ипотечного кризиса, окончились крахом глобальные переговоры по вопросу об устранении препятствий в международной торговле, вылившиеся в череду взаимных обвинений и упреков. Эти переговоры, организованные под эгидой Всемирной торговой организации (ВТО) и получившие название «Дохийский раунд», шли с 2001 г. В глазах многих антиглобалистских группировок они превратились в символ эксплуатации трудящихся, бедных крестьян и окружающей среды мультинациональными корпорациями. В итоге переговоры были приостановлены по более банальным причинам: развивающиеся страны во главе с Индией и Китаем в конце концов пришли к выводу, что уступки со стороны США и Европейского союза не станут достаточной компенсацией за отказ от таможенных тарифов на промышленную и сельскохозяйственную продукцию. Несмотря на то что попытки возобновить переговоры продолжаются, похоже, что у ВТО кончились идеи относительно того, как укрепить свою пошатнувшуюся легитимность и снова стать ключевым игроком.

Мировой торговый режим отличается от финансового режима в одном важном отношении. Трения в системе торговых отношений не нарастают изо дня в день. Если какие-то правила кажутся той или иной стране слишком жёсткими или не отвечающими её потребностям, она всегда в состоянии их обойти. Результаты такого поведения малозаметны, проявляются с течением времени в виде постепенного отступления от краеугольных принципов — многостороннего подхода и отсутствия дискриминации.

Развивающиеся страны всегда сетовали на то, что эта система противоречит их интересам, поскольку её правила устанавливают главные игроки. Помимо этого, против глобализации нередко выступал сло-

жившийся по очевидным причинам пёстрый союз анархистов, защитников окружающей среды, профсоюзов и прогрессивистов. Однако настоящей сенсацией последних лет стало то, что богатые страны тоже недовольны этими правилами. Эту новую тенденцию отражает резкое ослабление поддержки глобализации в таких крупных странах, как США. Согласно данным совместного опроса изданий NBC News и «The Wall Street Journal», заметно сократилось число респондентов, считающих глобализацию благом для американской экономики: 42% в июне 2007 г. и 25% в марте 2008 г. Поразительно, но недовольство всё чаще выказывают даже ортодоксальные экономисты, ставя под сомнение добродетели глобализации, прежде считавшиеся очевидными.

Так, покойный ныне Пол Самуэльсон, автор классического послевоенного учебника экономики, напоминал своим коллегам о том, что выигрыш Китая от глобализации вполне мог обернуться потерями для США; Пол Кругман, лауреат премии по экономике памяти Альфреда Нобеля 2008 г., указывал, что торговля с бедными странами уже не настолько незначительна, чтобы никак не влиять на уровень неравенства в богатых странах; Алан Блайндер, бывший вице-председатель американской Федеральной резервной системы, беспокоился в отношении того, что международный аутсорсинг окажет беспрецедентное негативное воздействие на рынок труда в США; Мартин Вулф, колумнист «Financial Times» и один из самых последовательных защитников глобализации, выражал разочарование тем, какой оборот приняла финансовая глобализация; а Ларри Саммерс, «Мистер Глобализация» в правительстве президента Клинтона и экономический советник президента Барака Обамы, размышлял об опасностях «гонки уступок» в сфере государственного регулирования и о необходимости введения международных трудовых стандартов.

И хотя все эти опасения едва ли сравнятся с полноценной фронтальной атакой, предпринятой, например, нобелевским лауреатом Джозефом Стиглицем, они всё равно свидетельствуют о серьёзном изменении интеллектуального климата. Более того, даже не утратившие веру в глобализацию нередко вступают в яростные споры относительно причин, по которым они хотели бы видеть её продолжение. Например, Джагдиш Бхагвати, видный защитник свободной торговли, и Фред Бергстен, директор такого оплота глобализации, как Институт международной экономики им. Петерсона, рьяно отстаивают убеждение в том, что критики крайне преувеличивают минусы глобализации и недооценивают её плюсы. Но при этом их споры о выгодах региональных торговых соглашений (Бергстен выступает за эти соглашения, Бхагвати — против) достигают не меньшего накала, чем их выпады в адрес вышеупомянутых авторов.

Разумеется, никто из этих экономистов не выступает против глобализации. Они хотят не отмены глобализации, а создания новых институтов и компенсационных механизмов (внутренних или международных), которые сделают глобализацию более эффективной, более справедливой и более устойчивой. Их политические предложения далеко не всегда бывают чётко сформулированы, зачастую носят неопределённый характер и по большей части не находят поддержки. Однако споры по поводу глобализации явно проникли с улицы на страницы финансовой прессы и на трибуны влиятельных мозговых центров.

Интеллектуальный консенсус в поддержку нынешней модели глобализации начал разваливаться ещё до того, как мировую экономику поразил Великий финансовый крах 2008 г. Былую самоуверенность глашатаев глобализации сменили сомнения, вопросы и скептицизм.

Альтернативный подход

Мир однажды уже сталкивался с крахом глобализации. Эпоха «золотого стандарта» — с её свободной торговлей и свободным движением капитала — неожиданно прервалась в 1914 г., и восстановить её

после завершения Первой мировой войны оказалось невозможно. Не станем ли мы в ближайшие годы свидетелями аналогичного распада глобальной экономики?

Этот вопрос отнюдь не относится к области фантазий. Несмотря на то что экономическая глобализация, обеспечивая развитым странам беспрецедентный уровень процветания, вместе с тем стала подарком для сотен миллионов бедных работников в Китае и других странах Азии, она опирается на очень шаткий фундамент. В отличие от национальных рынков, за которыми обычно стоят государственные регулирующие и политические институты, глобальные рынки имеют «слабые корни». У нас нет ни глобальных антимонопольных органов, ни глобальных кредиторов последней инстанции, ни глобальных контролирующих органов, ни глобальной сети социального обеспечения; разумеется, не существует также и глобальной демократии. Иными словами, глобальные рынки слабо управляются и потому нестабильны, неэффективны и не обладают серьёзной массовой легитимностью.

Из этого несоответствия между национальным характером власти и глобальной природой рынков складывается мягкое подбрюшье цивилизации. Здоровая глобальная экономическая система невозможна без тонкого компромисса между тем и другим. Наделив правительства слишком большими полномочиями, вы столкнётесь с протекционизмом и автаркией. Дав рынкам слишком много свободы, вы получите нестабильную мировую экономику при минимуме социальной и политической поддержки для тех, кому она призвана помогать.

Первые три десятилетия после 1945 г. стали эпохой Бреттон-Вудских соглашений, названных так по имени курортного местечка в Нью-Гэмпшире, где в 1944 г. собрались представители США, Великобритании и других союзных держав с целью заложить основы послевоенной экономической системы. Бреттон-Вудский режим основывался на многостороннем подходе, позволявшем политикам сосредоточиться на решении отечественных социальных вопросов и создании рабочих мест; в то же время он способствовал возрождению и процветанию глобальной торговли. Гениальность этой системы состояла в том, что она обеспечивала баланс, исключительно удачно отвечавший достижению сразу нескольких целей. Были устранены некоторые из наиболее вопиющих препятствий к международной торговле, и в то же время ведущие правительства вправе были проводить независимую экономическую политику и строить предпочтительный вариант социального государства. В свою очередь, развивающиеся страны имели возможность проводить избранные ими стратегии роста при отсутствии серьёзных внешних ограничений. Международные потоки капитала при этом жёстко контролировались. Бреттон-Вудская система обернулась оглушительным успехом: промышленно развитые страны восстановили свою экономику и достигли благоденствия, а во многих развивающихся странах наблюдались беспрецедентные темпы экономического роста. Мировая экономика процветала так, как никогда раньше.

Бреттон-Вудский валютный режим в конце концов утратил устойчивость вследствие возрастания международной мобильности капитала, а также нефтяных шоков 1970-х гг., ставших серьёзным потрясением для развитых экономик. Этот режим сменился в 1980–1990-е гг. более амбициозной программой экономической либерализации и глубокой интеграции, представлявшей собой попытку создать то, что можно назвать гиперглобализацией. Торговые соглашения вышли за рамки традиционных мер по ограничению импорта, вторгаясь в сферу внутренней политики, был ликвидирован контроль над международными рынками капитала, а развивающиеся страны столкнулись с жёсткими требованиями открыть свои рынки для внешней торговли и инвестиций. По сути, экономическая глобализация превратилась в самоцель.

Чересчур усердно насаждая послевоенную модель глобализации, экономисты и политики забыли, в чём заключался секрет её изначального успеха. Итогом стала серия разочарований. Финансовая глобализация в большей степени способствовала нестабильности, нежели высокому уровню инвестиций

и ускоренному экономическому росту. На национальном уровне глобализация вместо роста благосостояния для всех без исключения обернулась усилением неравенства и незащищённости. Некоторые страны (в первую очередь Китай и Индия) в этот период достигли колоссальных успехов. Но, как мы увидим, эти страны предпочли играть в глобализацию не по новым, а по Бреттон-Вудским правилам. Вместо того чтобы безоговорочно открывать свои рынки для международной торговли и финансов, они избрали комбинированную стратегию, предусматривавшую активные государственные интервенции, направленные на диверсификацию экономики. При этом страны, следовавшие более стандартным рецептам (в частности, латиноамериканские государства), отставали. В результате глобализация пала жертвой собственных первоначальных успехов.

Чтобы подвести под наш экономический мир более надёжный фундамент, необходимо хорошо осознавать тонкий баланс между рынками и властью. В этой книге будет предложен альтернативный подход, основывающийся на двух простых соображениях. Во-первых, рынки и правительства дополняют, а не заменяют друг друга. Если мы хотим, чтобы у нас было больше рынков и они были более эффективными, нам нужно больше власти, и она должна быть более эффективной. Рынки лучше всего работают не там, где государство слабое, а там, где оно сильное. Во-вторых, мы не обязаны придерживаться одной-единственной модели капитализма. К экономическому процветанию и стабильности можно прийти, применяя различные комбинации институциональных механизмов на рынках труда, в финансах, в корпоративном управлении, социальном обеспечении и других сферах. Отдельные страны имеют право и наверняка будут выбирать разные наборы этих механизмов в зависимости от своих ценностей и потребностей.

Какими бы банальными ни были эти соображения, они имеют колоссальное значение с точки зрения глобализации и демократии, а также необходимости учитывать каждое из них при попытках воплощения их в жизнь. Как только мы поймём, что рынки не в состоянии хорошо работать при отсутствии публичных институтов власти и контроля, а также признаем, что нации могут иметь разные предпочтения в отношении той формы, которую примут эти институты и меры контроля, будем вынуждены свернуть на путь, который приведёт нас к совершенно иным выводам.

В частности, это позволит нам приблизиться к пониманию того, что я называю фундаментальной политической трилеммой мировой экономики: нельзя одновременно поддерживать демократию, национальное самоопределение и экономическую глобализацию. Если нам нужна более глубокая глобализация, следует отказаться либо от национального государства, либо от демократической политики. Чтобы сохранять и укреплять демократию, придётся делать выбор между национальным государством и международной экономической интеграцией. А если приоритетами объявлены национальное государство и самоопределение, то нужно выбирать между углублением демократии и углублением глобализации. Корни наших проблем скрываются в нежелании смириться с неизбежностью этого выбора.

Несмотря на то что мы можем одновременно насаждать и демократию, и глобализацию, из нашей трилеммы следует, что это требует создания глобального политического сообщества, намного более амбициозного, нежели всё то, с чем мы сталкивались до сего дня или можем столкнуться в ближайшем будущем. Понадобится установление глобальных демократических правил, подкреплённых механизмами подотчётности, намного превосходящими всё то, что мы имеем сейчас. Глобальное демократическое правительство такого рода — химера. Как будет показано, национальные государства слишком сильно отличаются друг от друга для того, чтобы их потребности и предпочтения могли быть учтены в рамках единых правил и институтов. Та глобальная власть, которую мы в силах создать, сможет обеспечить лишь ограниченный вариант экономической глобализации. Исключительное разнообразие, которым отличается наш нынешний мир, делает гиперглобализацию несовместимой с демократией.

Нам поэтому придётся выбирать. Хочу сразу же чётко и недвусмысленно заявить: в моих глазах демократия и национальное самоопределение важнее гиперглобализации.

Демократии имеют право защищать свою социальную систему, и в тех случаях, когда это право сталкивается с требованиями глобальной экономики, отступить должны последние.

Кое-кто может подумать, что этот принцип делает глобализацию невозможной. Вовсе нет. Надеюсь, к концу книги мне удастся убедить читателей в том, что укрепление национальных демократий в реальности даст глобальной экономике более надёжную и более здоровую опору. В этом-то и заключается главный парадокс глобализации. Ограниченный свод международных правил, оставляющий национальным правительствам значительное пространство для манёвра, — вот что будет лучшей глобализацией. Сохранив экономические плюсы нынешней глобализации, она будет избавлена от её недостатков. Нам нужна не максимальная, а продуманная глобализация.

Экономисты — тоже люди

Экономисты и политические советники слишком долго оставались близорукими по отношению к трендам и проблемам, порождаемым экономической глобализацией. Каждое препятствие на пути к ней они объясняли невежеством или, хуже того, эгоистичным лоббированием протекционистских интересов. При этом они уделяли недостаточное внимание законному конфликту конкурирующих ценностей и идеалов, усугублявшемуся безоглядным стремлением к глобализации. Они не замечали связи между хорошо функционирующими рынками и целенаправленными действиями государства. Соответственно их предписания порой приносили больше вреда, чем пользы. Кроме того, они упускали бесчисленные возможности для того, чтобы более удачно использовать орудия своего ремесла.

В силу всего этого нам не избежать разговора об экономистах и об их идеях, о том, что они пытаются внушить самим себе и окружающим. Мы покажем, как эти идеи сделали наш мир таким, каков он есть, как они едва не привели к его гибели, и какие из этих экономических идей можно использовать при создании более удачной глобальной экономической системы. Вероятно, нет ничего удивительного в том, что такой экономист, как я, придаёт идеям — и, в частности, идеям экономистов — большое значение. Однако, думаю, сложно переоценить влияние, оказанное этими идеями, на наши представления об окружающем мире, на дискуссии в среде политиков и других ответственных лиц, а также на имеющиеся у нас альтернативы. Политологи, социологи, историки и прочие специалисты, несомненно, также потребуют, чтобы им воздали должное. Пределы политического выбора, безусловно, задаются заинтересованными группировками и их политическими организациями, скрытыми социетальными тенденциями и историческими условиями. Но благодаря технической изошрённости экономической науки и её внешней самоуверенности последнее слово всегда остаётся за ней (по крайней мере, с момента окончания Второй мировой войны). Именно её язык используется при обсуждении публичной политики и определяет топологию нашего коллективного сознания. Дж. М. Кейнсу принадлежит известное изречение о том, что «люди практики, которые считают себя совершенно неподверженными интеллектуальным влияниям, обычно являются рабами какого-нибудь экономиста прошлого»⁵. Думаю, что это не совсем так. Во всяком случае, в отношении — по большей части — тех экономистов, от которых исходили идеи, ставшие основой для политики последних 50 лет.

Экономисты нередко становятся жертвами несправедливости. Их считают рыночными фундаменталистами, не обращающими внимания на судьбы сообществ, социальные ценности или иные публичные

⁵ Цит. по: Кейнс Дж. М. 1978. *Общая теория занятости, процента и денег*. М.: Прогресс (серия «Экономическая мысль Запада»); 458. — *Примеч. ред.*

цели, помимо эффективности и экономического роста. Считается, что они способствуют росту материального потребления, алчности и эгоизма за счёт этических норм и социального сотрудничества. В глазах большинства людей образцом экономиста является Милтон Фридман, бесконечно поющий дифирамбы свободному рынку и осуждающий любое государственное вмешательство, идёт ли речь о жилищном строительстве, об образовании, здравоохранении, занятости, торговле или о любой другой сфере. Всё это очень слабо соответствует действительности. Экономисты анализируют мир с помощью самых разных подходов; при этом одни из них выступают за свободный рынок, а другие — против него. Значительная часть их трудов в реальности посвящена изучению тех типов государственного вмешательства, которое способно повысить эффективность экономики. Всё чаще предметом исследований становятся неэкономические мотивы и социальная кооперация.

Проблема состоит не в том, что экономисты душой и телом преданы свободно-рыночному фундаментализму, а в том, что им свойственны те же эвристические ошибки, что и обычным людям. Экономисты склонны демонстрировать групповое мышление и излишнюю самоуверенность, чрезмерно полагаясь на те факты, которые подтверждают их текущую точку зрения, и отвергая то, что не укладывается в картину. Они следуют веяниям моды, в разные моменты времени поднимая на щит разные идеи. Они придают излишнее значение недавно полученному опыту, недооценивая события более далёкого прошлого. Им свойственно уделять избыточное внимание рецептам, применявшимся во время последнего кризиса, и не замечать противоречий, способных породить новый кризис. Несогласие с их взглядами они зачастую объясняют невежеством или эгоизмом, не признавая возможного расхождения во мнениях при оценке тех или иных конкретных обстоятельств. Им свойственно клановое поведение, и для них очень важно, кто входит в состав их клана (то есть является профессиональным экономистом), а кто — нет. Подобно всем носителям специальных знаний, они во многих случаях высокомерно ведут себя с посторонними, рискнувшими посягнуть на их сферу. Иными словами, экономисты — тоже люди. И они ведут себя как обычные люди, а не как те фантастические гиперрациональные планировщики, стремящиеся к максимизации социальной выгоды, которые порой фигурируют в их собственных моделях.

Но экономисты — это не просто некая группа. Они — архитекторы интеллектуального окружения, в рамках которого ведётся выработка внутренней и внешней политики. Они требуют к себе уважения, и к ним прислушиваются. По иронии судьбы, это происходит тем чаще, чем хуже экономическая ситуация. Ошибки экономистов (а им свойственно время от времени ошибаться) могут обходиться обществу очень дорого.

Однако в тех случаях, когда они оказываются правы, их вклад в благосостояние человечества невозможно переоценить. За некоторыми из величайших экономических успехов нашего времени — возрождение глобальной торговли в послевоенный период или экономический подъём Китая и Индии — стоят простые, но действенные идеи, неустанно пропагандировавшиеся экономистами: торговля лучше самодостаточности; экономические стимулы имеют значение; рынки служат двигателем роста. Как мы покажем далее, многое из того, что предлагает нам экономическая наука, можно и нужно всячески приветствовать.

Таким образом, то, о чём пойдёт речь далее, несводимо к простой нравоучительной сказке о хороших и плохих парнях. Я не выношу ни заявлений, возлагающих на экономистов ответственность за все мировые несчастья, ни самовосхвалений рыночных фундаменталистов и не собираюсь ни разоблачать идеи экономистов, ни рекламировать их. Вместо этого я лишь покажу, как их использовали в прежние эпохи, к чему это приводило и как мы можем с их помощью создать более удачный вариант глобализации — более устойчивый и в то же время более совместимый с ценностями и чаяниями разных стран мира. В настоящий момент экономическая наука на две трети представляет собой чудодейственное

лекарство и на одну треть — шарлатанское снадобье. Надеюсь, наша книга поможет читателю понять, где кончается одно и начинается другое.

Литература

Rodrik D., Subramanian A. 2009. Why Did Financial Globalization Disappoint? *IMF Staff Papers*. 56 (1) (March): 112–138.

NEW TRANSLATIONS

Dani Rodrik

The Globalization Paradox: Democracy and the Future of the World Economy

RODRIK, Dani — Albert O. Hirschman Professor of Social Science, Institute for Advanced Study, School of Social Science. Address: Einstein Drive, Princeton, NJ 08540, USA.

Email: drodrik@ias.edu

Abstract

From trade monopolies in XVII century empires to modern institutions such as WTO, International Monetary Fund and World Bank, countries used different tools to gain advantages from globalization. Economic narratives of those times, including Gold Standard, the Bretton Woods regime, the “Washington Consensus”, were considered to be an overwhelming success as well as a great fail. Challenging the common views on globalization, Dani Rodrik suggests a new narrative indicating the insurmountable contradiction: we cannot simultaneously have democracy, national state and economic globalization. When social mechanisms of democracy inevitably meet globalization’s requirements, national interests have to come to the fore. Combining fascinating historic evidences with sound economic analysis, the author argues for curbing globalization with the help of international rules allowing standing against global challenges that we face in trade, finance and labour markets.

The journal “Economic Sociology” publishes the introduction (“Recasting Globalization’s Narrative”) to the book “The Globalization Paradox” by D. Rodrik. In the introduction, the author indicates the research problem and elaborates his approach to its solution. Rodrik considers his approach to be an alternative to the shared views of economists and politicians, calling for full support of globalization. The author’s narrative is based on two ideas: (1) markets and governments are compliments, not substitutes; (2) there are many models of capitalism, which can contribute to economic growth.

Key words: globalization; democracy; national state; international trade; financial crisis; capitalism; developing countries.

References

Rodrik D., Subramanian A. (2009) Why Did Financial Globalization Disappoint? *IMF Staff Papers*, vol. 56, no 1 (March), pp. 112–138.

РАСШИРЕНИЕ ГРАНИЦ

Фрэнк Бийе

Современность в пространственном измерении: открытые рынки, герметичность и вертикальность в двух приграничных городах России и Китая¹



БИЙЕ Фрэнк (Billé, Franck) — PhD, научный сотрудник факультета антропологии Кембриджского университета. Адрес: Англия, г. Кембридж CB2 3RF, ул. Фри-Скул-лэйн.

Email: franck.bille@gmail.com

Перевод с англ. Марии Ляховской.

Науч. ред. перевода — З. В. Котельникова.

В статье рассматриваются различные подходы к организации городского пространства, характерные для двух городов, расположенных на российско-китайской границе, — Благовеценска (Россия) и Хэйхэ (Китай). Трансграничная торговля, начавшаяся в 1990-х гг. и развивающаяся благодаря экономической активности преимущественно китайской стороны, способствовала быстрому превращению Хэйхэ в современный город; что касается Благовеценска, то складывается такое впечатление, будто за эти годы ничего не происходило или даже существовала стагнация. Ещё одно различие между двумя городами проявляется в том, как идея современности (modernity) встраивается в пространство городскими практиками: в Благовеценске предпочтение отдаётся горизонтальному функционализму, тогда как в Хэйхэ главным образом следуют «культовой» модели вертикальности, характерной для мегаполисов Южного Китая.

Исходя из идеи пространственного дисбаланса, автор демонстрирует, что из-за восприятия современности в горизонтальной плоскости жители российского города невольно сглаживают объёмность вертикальных пространств и не замечают драйверы экономического роста, спрятанные за или под фасадами направленного им навстречу г. Хэйхэ. Иными словами, восприятие пространства формирует культурный фрейм, через который оцениваются развитие, успех и современность Другого.

Работа основывается на материалах антропологического исследования, проведённого в октябре — ноябре 2011 г., включающего серию из 10 полу- и неструктурированных интервью с респондентами различного возраста и социального происхождения, в том числе с предпринимателями, научными сотрудниками, молодыми специалистами и студентами. Исследование выполнено при финансовой поддержке фонда Newton Trust (Кембридж, Великобритания).

Ключевые слова: российско-китайская граница; урбанизм; пространство; вертикальность; торговля; открытые рынки.

¹ Я признателен коллегам за многочисленные комментарии, высказанные в ходе подготовки данной работы. Хочу особенно поблагодарить Кэролайн Хамфри (Caroline Humphrey), Мэрилин Стрэттерн (Marilyn Strathern), Паулу Хаас (Paula Haas), Наянику Матур (Nayanika Mathur), Хюн-Гви Парк (Hyun-Gwi Park), Барбару Боденхорн (Barbara Bodenhorn), Юрия Слезкина, Наталью Рыжову.

Введение

Американский социолог Нил Флигстин замечает, что слишком часто динамизм рыночного общества объясняется с точки зрения рационального спроса и предложения, движение которым придаёт развитие технологий. Однако, утверждает Флигстин, указанный динамизм возможен благодаря взаимосвязанным социальным организациям, образующим окружение. Социальные силы, утверждает он, «не экзогенны по отношению к рыночному обществу, а эндогенны для этих социальных отношений» [Fligstein 2001: 3]. Таким образом, выживание социальных институтов не сводится к экономической эффективности, напротив, социальные силы являются неотъемлемой частью того, что конституирует архитектуру рынков.

В данной статье вслед за Флигстином предпринимается попытка включить социальные процессы в анализ структуры и динамики материального производства и потребления [Fligstein 2001: 6]. При этом представляемую работу от концепции Флигстина отличает тип архитектуры, на котором сфокусировано исследовательское внимание. Изучая материальную архитектуру и подходы к организации городского пространства, я рассматриваю, каким образом современность развивающейся экономики Китая структурирована в пространстве. На примере городов-близнецов Благовещенска и Хэйхэ изучается пространственная организация этих двух городов и особенно различие в их подходах к использованию горизонтального и вертикального пространств.

Согласно китайскому географу и теоретику И-Фу Туану, оппозиция «вертикаль — горизонталь» фундаментальна для восприятия человеком места. Эти разные оси «символически означают то же, что и антитеза “трансцендентность и имманентность”, “идеал бестелесного сознания (возвышенная духовность) и идеал приземлённой идентификации”. Вертикальные элементы пейзажа порождают чувство устремлённости и вызов гравитации, в то время как горизонтальные элементы напоминают о смирении и покое» [Tuan 1974: 28]. В своей недавно вышедшей статье Туан объясняет, что небоскрёбы на городском горизонте в большей степени отвечают потребностям делового и финансового мира, в то время как «работа, связанная с органами власти и управлением, по всей видимости, требует ощущения стабильности и серьёзности (*gravitas*), которое лучше всего передают малоэтажные постройки» [Tuan 2007: 29].

В представляемой статье я описываю эволюцию двух городских пространств; меня, в частности, интересует возникновение открытых розничных рынков в Благовещенске в начале 1990-х гг. Я показываю, что в Благовещенске торговые пространства, организованные по подобию открытых рынков, в целом воспринимались как нечто не соответствующее российской современности и по этой причине подвергались социополитическому давлению, в основе которого было стремление удержать открытые рынки в определённых рамках и сделать их незаметными. Со ссылкой на китайские рынки и базары как нежелательные примеры происходило обоснование необходимости в модернизации этих торговых пространств, в частности, наблюдалось стремление убрать открытые рынки с улицы и вписать их в герметичную структуру. Однако сведение китайских торговых практик к уличным базарам заслонило другие формы экономической деятельности, в том числе и те, которые расположены по вертикали². Выводя на первый план само пространство, где ведётся торговля, я намерен показать, что пространственное измерение служит ещё одной призмой, при помощи которой происходит осмысление экономического обмена.

² Статья фокусируется на российской стороне китайско-русской границы в первую очередь из-за пространственных ограничений, но также из-за реально существующего дисбаланса в потоке людей и товаров между этими городами. Если жители Благовещенска могут легко въехать в Китай и находиться там без визы до 30 дней, то для китайцев из Хэйхэ пересечение границы требует значительных финансовых и временных ресурсов. В результате только Хэйхэ выступает реальным местом встречи этих групп.

В данной статье предлагается преимущественно антропологический анализ. Работа опирается на этнографическое исследование, реализованное мной в Благовещенске в октябре — ноябре 2011 г., материалы которого включают 10 неструктурированных интервью с широким кругом респондентов³ разного возраста и социального происхождения, в том числе с предпринимателями, научными сотрудниками, молодыми специалистами и студентами. В дополнение были проведены три групповые дискуссии в Амурском государственном университете (АмГУ). Респонденты отбирались на основе метода «снежного кома». Целью выборки было представить различные социальные слои населения и не ограничиваться какой-то одной специфической группой, дабы избежать возможных смещений. Этнография разнообразных случаев заключается не в том, чтобы провести анализ репрезентативных точек зрения, а в том, чтобы получить понимание формирующейся социальной и экономической динамики, обнаруживаемой локально.

В данном исследовании также есть феноменологический ракурс, поскольку на первый план выводятся субъективность и соматический опыт моих информантов, зафиксированные с помощью наблюдения за их реакциями на визуальные стимулы горизонта Хэйхэ. В этом отношении моё исследование согласуется с идеями Патрика Асперса, который утверждает, что феноменологический подход по своей сути идеально подходит для изучения холистической среды [Aspers 2006: 127].

В первом разделе статьи представлен краткий обзор истории Хэйхэ и Благовещенска с момента открытия границы в конце 1980-х гг. Далее, во втором разделе, описываются устойчивые различия между этими двумя городами, а также несовпадения во взглядах на развитие городского пространства. В то время как для Хэйхэ характерно сочетание современных зданий и уличных рынков, в Благовещенске наблюдается устойчивое стремление к герметизации торговли. В третьем разделе со ссылкой на психоаналитическую теорию я выдвигаю предположение о том, что уличное пространство играет в России важную роль в локальной культуре, и улица является главной территорией, где мобилизуется и демонстрируется городская современность. Далее, в четвёртом разделе, я показываю, что культурный акцент на горизонтальности не позволил жителям российского города увидеть ни стремительное экономическое процветание, произошедшее в Хэйхэ в последнее время, ни снижение роли покупательной способности россиян в этой тенденции. Наконец, в заключении я утверждаю, что культурный акцент на определённых пространствах или поверхностях служит фреймом, позволяющим понять образы Себя и Другого и осознать их значимость. Я полагаю, что антропологическое и психоаналитическое измерения являются полезным дополнением к экономическим и социологическим исследованиям в области межэтнической приграничной торговли.

Города-близнецы

На протяжении 4000 км российско-китайской государственной границы местом, где формы российской и китайской городской жизни оказываются ближе всего, являются маньчжурские города — Благовещенск (Россия) и Хэйхэ (Китай), расположенные на противоположных берегах реки Амур. Несмотря на экономическую взаимозависимость, эти города не являются близнецами в полном смысле. Так, за последние 20 лет Хэйхэ вырос с головокружительной скоростью, а Благовещенск по сравнению с ним топтался на месте. Эти два города представляют собой уникальное место, поскольку маркируют очевидную границу между двумя абсолютно разными мирами: с одной стороны — Европа, с другой — Азия. Представление о том, что по реке проходит линия разлома двух цивилизаций, крепко сидит в сознании местного населения. И россияне, и китайцы исходят из того, что они фундаментально отличаются друг от друга. На такой предпосылке и строится взаимодействие этих двух групп⁴.

³ В целях соблюдения анонимности настоящие имена моих респондентов в тексте заменены на вымышленные.

⁴ В других приграничных с Азией территориях России наблюдаются похожие дискурсивные практики. Курильские острова на границе России и Японии также обозначены в японских путеводителях как граница Японии с Европой [Morris-Suzuki 1999: 58].

Хэйхэ и Благовещенск разделяет водная линия шириной всего 500 метров, но они находятся в разных часовых поясах. В дополнение к бюрократическим барьерам и бесконечным очередям за билетами на паром, этот временной разрыв увеличивает ощущение расстояния между двумя городами. Также сразу бросается в глаза внешнее несходство их жителей, что делает эти две среды странным образом биполярными: помимо русских и китайцев, в Хэйхэ и Благовещенске практически нет представителей других этнических групп, по крайней мере, так кажется на первый взгляд. Отсюда возникает необычное ощущение перехода из одного мира в другой. Дополнительным фактором, усугубляющим видимый культурный разрыв, служит относительно недавняя история, продолжавшаяся вплоть до конца 1980-х гг., герметично закрытой границы. Разногласия вокруг приграничных территорий, произошедшие в начале 1960-х гг., привели к так называемому советско-китайскому расколу, в результате чего международная граница усиленно охранялась, рядом с ней были сформированы закрытые зоны, которые в настоящий момент остались лишь на российской стороне. На протяжении рассматриваемого периода у людей практически не было возможности пересекать границу и общаться. Для иностранцев въезд на территорию Благовещенска, имевшего статус закрытого города, был воспрещён, а для жителей других регионов России требовалось специальное разрешение на въезд.

Границу открыли в конце 1980-х. Тогда людям впервые за несколько десятилетий разрешили пересекать реку и вести взаимную торговлю. Но продолжительное разобщение оставило свой отпечаток: обе стороны развивались независимо друг от друга, у каждой был свой национальный центр, служивший точкой отсчёта. В результате Благовещенск и Хэйхэ и ныне производят впечатление абсолютно разных городов — по своему виду, «звучанию» и, наконец, атмосфере.

В силу множества административных и политических причин львиная доля локальных российско-китайских торговых сделок осуществлялась в Хэйхэ. В начале 1990-х гг., когда объём финансовых субсидий, выделявшихся из Москвы, начал уменьшаться, а многие товары первой необходимости всё сложнее было достать, открытие международной границы означало для россиян внезапное появление доступа к дешёвым китайским товарам. Теперь россияне могли отправиться на другой берег Амура за покупками и привезти домой широкий ассортимент товаров: от одежды и обуви до кухонных принадлежностей и электроники. Данные обстоятельства способствовали возникновению феномена челночной торговли: российские предприниматели («кирпичи») отправлялись на другой берег реки за оптовыми покупками и стремились совершить как можно больше рейсов за один день⁵. «Кирпичи» не представляют собой уникальное явление Благовещенска или даже Дальнего Востока, но служат мощным символом постсоветской приграничной идентичности Амурской области. В знак признания роли торговой деятельности «кирпичей» и их экономического и символического вклада в развитие региона в центре Благовещенска поставили памятник с надписью: «Труду и оптимизму амурских предпринимателей» (см. рис. 1). Благодаря резко возросшему потребительскому спросу небольшое поселение Хэйхэ на том берегу Амура быстро разрослось до крупного города, который сегодня сравним по своим размерам и количеству населения с Благовещенском.

Одним из значимых последствий того, что международная торговля проходила исключительно на китайской стороне, стало преобразование Хэйхэ в центр экономической деятельности, специализирующийся на России. Большинство торговых точек Хэйхэ, по крайней мере, те, которые расположены в непосредственной близости от берега реки, в части города, где совершается основной объём сделок купли-продажи, имеют вывески на русском языке; многие продавцы там владеют русским языком на уровне, позволяющем вести торговлю. По всему городу развешаны дорожные знаки и указатели улиц

⁵ Некоторые предприниматели осознали, что смогут зарабатывать гораздо больше, создав свою команду «кирпичей» и делегируя им перевозки товаров из Китая. «Кирпичей», переквалифицировавшихся в таких предпринимателей, начали именовать «фонарями». В других регионах Дальнего Востока, в частности в Приморском крае, «кирпичей» называли «верблюдами».

на трёх языках — китайском, русском и английском (перевод надписей на английский является общенациональной политикой). Кроме этого, многочисленные скульптуры и городская мебель в Хэйхэ связаны с российской тематикой (например, скульптуры медведей на набережной или статуи в форме матрёшек).



Рис 1. Скульптура в Благовещенске, изображающая «кирпича»

Интересно, что Хэйхэ сам по себе стилизован как «окно в Европу»: город привлекает не только россиян, но и китайских туристов, которым предлагается почувствовать себя «на побывке в России». Китайские туристы, не пересекая реку физически (это требует получения заграничного паспорта и сопряжено со значительными денежными затратами), могут отправиться в мини-круиз по реке Амур и купить российские товары в Хэйхэ на улице Хайлань, где целый квартал занимают магазины, торгующие ошеломляющим своим разнообразием ассортиментом товаров — от меховых шапок до картин в стиле европейских художников.

У россиян экономическое чудо, произошедшее в Хэйхэ, из небольшого поселения выросшем как на дрожжах в процветающий город, вызывает недовольство. Особенно благовещенцев раздражает то, как дерзко Хэйхэ привлекает внимание к своей недавно обретенной современности. Каждый вечер в 19 часов (21 час по Благовещенску) береговая линия Хэйхэ подсвечивается всеми цветами радуги, а на небе танцует лазерный луч, иногда задевая сонный российский берег. Российскими зрителями это ночное световое шоу воспринимается как огромный рекламный щит, призванный привлечь российских клиентов, а также как демонстрация силы, то есть экономической мощи нового Китая и относительной слабости Благовещенска. Электроэнергия для китайского «светошоу» поступает, как принято утверждать, из России и, предположительно, по льготному тарифу. Широко распространённое мнение россиян о том, что электроэнергия, способствующая развитию Китая, поступает из России, является отголоском ещё менее внятных представлений о том, что Хэйхэ расцвёл «на горбу россиян», в частности за счёт российского потребителя. Также у россиян вызывают раздражение мусорные корзины в форме матрёшек, которые нередко ими расцениваются как проявление неуважения к русской культуре, а также как

символическое напоминание о том, что Китай, который когда-то был «младшим братом», подражавшим более просвещённой «старшей сестре», теперь, кажется, занял лидирующую позицию.

Приведённые примеры свидетельствуют о том, что новые городские практики всегда несут символическую нагрузку. Принимаемое городскими властями решение о воздвижении определённых скульптур, о размещении ключевых зданий в заметных местах или о подсветке конкретных зданий обусловлено культурными традициями, но также проливает свет на культурную обусловленность природы современности. Данное утверждение верно для мест и практик экономического обмена. И в Благовещенске, и в Хэйхэ различия в использовании пространства и его восприятии зачастую неявно подразумевают будущие инвестиции в развитие обоих городов.

Заметность и маскировка

За первое десятилетие после распада Советского Союза экономические модели изменились кардинальным образом. Повсеместная демонетизация и дефицит товаров первой необходимости привели к возникновению бартера и других форм неорганизованного экономического обмена. Одной из таких форм был базар — естественное и в некотором роде хаотичное скопление покупателей и продавцов, вовлечённых в куплю-продажу товаров, которые внезапно исчезли из магазинов.

Когда в Благовещенске такие базары, или уличные рынки, стали заметными, они, как правило, ассоциировались с китайцами, имеющими давнюю репутацию торговцев и деловых партнёров. Что ещё более важно, такие открытые рынки быстро превратились в главную черту города Хэйхэ, ведь, как уже упоминалось выше, именно там осуществлялась основная доля торговых сделок между Россией и Китаем. В начале 1990-х в Хэйхэ места торговли были слабо развитыми: доступными ресторанами были только уличные палатки; большая часть торговли проходила у обочины дороги. Улицы зачастую мало чем отличались от грунтовой дороги. Привожу слова предпринимателя, названного мною Андреем:

Прямо на улице сидели старушки и шили брюки Adidas. С одной стороны у них был материал, с другой — готовые брюки. Их продавали российским туристам, которые прекрасно знали, что это подделка, но очень дешёвая подделка. Эти товары были недолговечны и очень плохого качества. Иногда швы расходились ещё до того, как ты возвращался домой.

Если российских покупателей не особо волновали низкое качество товаров и примитивная организация торговли, с которыми они сталкивались в Хэйхэ, то возникновение похожих экономических явлений в родном Благовещенске оказалось для них более проблематичным. В Благовещенске, как и по всей России, базары считались неблагополучным местом. Тем не менее их становилось в городе все больше. Как отметила Кэрлайн Хамфри, «базары, подвергавшиеся массовому осуждению и считавшиеся тёмными местами спекуляции, аморального поведения и нецивилизованности, возродились в виде ключевых узлов торговли и универсальных центров частного потребления» [Humphrey 2002]. Торговцы же считались тёмными личностями, особенно первые 10 лет, когда экономический и торговый обмен по-прежнему был отягощён социалистическими моральными установками и глубоко укоренившейся неприязнью к «непродуктивной» прибыли, полученной в процессе купли и перепродажи. В своей недавней статье Олег Паченков высказывает мнение, что эти ассоциации по-прежнему актуальны. Уличный рынок воспринимается как позорное, почти криминальное место [Pachenkov 2011: 190], населённое «отверженными, которые чувствуют, что они не соответствуют общественным нормам» [Pachenkov 2011: 191].

Эта социалистическая мораль содержит также этнический компонент, поскольку членам этнических меньшинств часто удавалось занимать доминирующие позиции в экономическом обмене, в то время

как русским отводилась более скромная роль пассивных покупателей. Благовещенск — небогатый город, который не привлекает большого количества приезжих, однако в нём помимо китайских торговцев проживает незначительное число мигрантов, в основном с Кавказа или из Средней Азии. Как правило, каждая группа занимает свою нишу: китайцы продают товары из Китая, таджики — товары из Европы, а армяне и азербайджанцы продают то, что производят в России. Узбеки занимаются экспортом товаров, в частности, в Якутию — на самый север страны: Благовещенск служит неформальным коридором для якутов. Спустя десятки лет отсутствия китайских торговцев их возвращение было воспринято россиянами тяжело и породило страх китайского вторжения, разрастания китайских кварталов и, в конечном счёте, потери территорий. Обеспокоенность подкреплялась растущим экономическим неравенством в российско-китайских отношениях, а также возможным превращением Дальнего Востока в «сырьевой придаток» энергоёмкого китайского локомотива [Kuchins 2007]⁶.

В марте 2007 г. был принят новый регламент, запрещающий иностранцам торговать на рынках, а также вблизи точек продажи медикаментов и алкоголя⁷. Эти правила действовали в течение четырёх лет. Местное русское население в целом поддерживало нововведение, поскольку было заинтересовано в том, чтобы на рынках торговали русские, но это решение лишь привело к закрытию большинства базаров: их было около 80, а осталось менее 10. Потребительский спрос на товары в тот период не сокращался.

Ещё одной важной чертой новых экономических пространств было то, что в них участвовало поразительное количество женщин. Распад СССР и связанный с этим скачок безработицы и невыплат заработной платы особенно сильно ударили по женщинам [Ashwin 2000]. Многие из них начинали с продажи собственных вещей на импровизированных вещевых рынках, а затем более активно занялись челночной торговлей, привозя товары из других городов и из-за рубежа. Весьма вероятно, что доминирующая роль женщин поспособствовала отрицательному отношению к уличным рынкам и базарам в российском обществе постсоциалистического периода⁸. Смена социальных ролей, присущая политическим переворотам, оказалась, по всей видимости, важным фактором. В своём анализе роли бартера в Бурятии Кэролайн Хамфри приводит подходящий для нашего исследования довод⁹: она показала, что новые социальные структуры, на которые опирается бартер, предполагают уровень доверия, не то что не цементирующий социальные взаимоотношения, но даже выступающий новым источником напряжения [Humphrey 2000].

Если трансформация гендерных и социальных ролей послужила, несомненно, главным фактором, породившим российскую неприязнь к базарам и уличным рынкам¹⁰, то моя идея заключается в следующем: само место, где происходит торговый обмен, также поспособствовало низкому статусу этих форм торговли. В официальных и неформальных обсуждениях часто звучит мысль о том, что базары примитивны, нецивилизованны и характерны для переходного периода, их следует заменить «современны-

⁶ Открытие границы в 1990 г. усилило тревогу и опасения среди россиян по поводу предположительной китаизации российского Дальнего Востока и потенциальной балканизации. Для благовещенцев характерна относительная терпимость к присутствию китайцев, тем не менее Благовещенск стал местом настоящей бойни в 1900 г., когда погибли более 5000 китайских жителей [Дятлов 2003; Qi 2009].

⁷ Обсуждение вопросов связи нерегулируемых рынков с этничностью и незаконностью, рассматриваемой на примере Черкизовского рынка в Москве, см.: [Mörtenböck, Mooshammer 2008].

⁸ В Благовещенске и в таких городах на западе России, как Москва и Санкт-Петербург, базары непопулярны и уступают место фермерским рынкам, в то время как в Европе и США положительно относятся к этим формам открытых рынков [Pachenkov 2011].

⁹ Однако К. Хамфри отметила, что в случае бартера обменом в основном занимаются мужчины [Humphrey 2000: 81].

¹⁰ Данная ситуация не подразумевает причинно-следственной связи. Участие женщин в таких видах обмена поспособствовали заведомо низкий статус базаров и нежелание мужчин заниматься этим.

ми» форматами торговли (см. [Humphrey 2000: 260; Spector 2008: 47]). При данной аргументации часто подчёркивается малая степень организованности этих форм экономического обмена. Одна из причин того, почему принятое в марте 2007 г. решение закрыть базары в Благовещенске получило всеобщую поддержку, заключалась в намерении ввести более «цивилизованный формат», а именно — убрать открытые рынки с улицы в закрытое пространство и ввести формальное разделение на торговые и складские зоны, а также оборудовать их кассовыми аппаратами. В Хэйхэ зачастую жилое помещение совмещено с магазином, особенно в случае мелких торговых точек, где часто рядом с кассой можно увидеть кровать. На отсутствие формального зонирования ссылались и некоторые российские респонденты. Именно такие примеры приводили мои российские собеседники в ходе обсуждения «примитивных» и «нецивилизованных» торговых практик, среди которых наиболее примитивной считается уличная торговля. Другими словами, деление на «цивилизованное» и «нецивилизованное» обусловлено, скорее, пространством, где проходит торговля, а не экономическими системами, различия между которыми по-прежнему окутаны тайной для большинства непосвящённых. Важно подчеркнуть двойное значение русского выражения «на улице»: это и буквально «на улице», и «вне помещения». Торговля происходит не просто на обочине дороги, а вне помещения, то есть вне созданных человеческими руками структур. Данное различие не чисто языковое, и, как мы скоро увидим, оно является ключевым для моей статьи.

Когда китайские продавцы, часто приезжавшие по туристическим визам, начинали вести дела в Благовещенске, они раскладывали свои товары и продукты прямо на земле, покрытой брезентом. Позже, без некоторого давления со стороны российских городских властей, они стали торговать в палатках, а в последние годы большая часть торговли наконец-то переместилась в специально отведённые торговые центры. Это, скорее, структурные, а не экономические изменения. Данное обстоятельство наводит на мысль о том, что понятие «торговая современность» (*commercial modernity*) связано прежде всего с местом ведения торговли.

В некоторой степени это верно и для китайского контекста, где наблюдается похожая тенденция: отказ от уличных рынков и переход к торговым центрам. Тем не менее в Китае сосуществование открытых рынков и торговых центров кажется менее проблематичным, базары по-прежнему — привычное явление¹¹. Например, каждый день с шести до девяти часов утра на улице Хайлань в центре Хэйхэ перекрывают движение, и она превращается в большой уличный рынок. Фермеры со всей области привозят фрукты, овощи, одежду и другие товары для дома, выкладывая их на брезент, который расстилается прямо на тротуаре. К девяти часам утра торговцы исчезают, и в Хэйхэ возобновляется обычная городская жизнь. Временной распорядок жизни уличного рынка подкрепляется и тем, что в отведённый для торговли промежуток времени фермеры освобождаются от уплаты налогов. Если бы не существовало налоговых льгот или возможности торговать прямо на улице, фермеры вряд ли смогли бы продавать свои товары в Хэйхэ.

Даже если уличные рынки и не соответствуют образу успешного современного города, который городские власти Хэйхэ старательно пытаются создать, открытые рынки там не считаются проблемой, что характерно для России. Даже в таких крупных китайских городах, как Хух-Хото, административной столице автономного района Внутренняя Монголия, сосуществование широких проспектов и уличных рынков — обычное явление. В России же такие базары считаются несовместимыми с образами современности. В некоторой степени образы современности несут на себе отпечаток западных экономических моделей, введённых в начале 1990-х гг. [Humphrey 2000: 260], но иногда они, по всей видимости, предшествовали появлению рынка. Например, в советскую эпоху в Благовещенске на месте главного

¹¹ В своей конструктивной книге архитекторы Билл Хилье и Жульен Хэнсон утверждают, что физическое оформление пространства всегда обусловлено культурой: каждое общество организует пространство по определенным принципам, или синтаксису [Hillier, Hanson 1984].

торгового центра «Амурская ярмарка» был крупный базар, расположенный на пересечении двух центральных проспектов. Его сочли расположенным слишком близко к центру города и к административным и правительственным зданиям и перенесли на три квартала дальше. Нежеланию терпеть уличные рынки в центре сопутствует популярная практика по перемещению торговых зон за пределы центра во многих российских городах, например, в Санкт-Петербурге. Видимо, устойчивая тяга к выселению и (или) сдерживанию базаров (в буквальном смысле к размещению их в герметичных структурах) связана не столько с нежеланием участвовать в слабоорганизованной форме экономического обмена, которую представляют собой базары, сколько с культурным стереотипом, предполагающим, что базары несовместимы с городской современностью. Именно так обосновывалось принятое в 2003 г. официальное решение о закрытии в Санкт-Петербурге десятка блошиных рынков, появившихся в начале 1990-х гг. Во время подготовки к празднованию 300-летия города уличные рынки убрали, чтобы «не уродовать и не позорить город в глазах уважаемых иностранных гостей» [Pachenkov 2011: 198]. Единственный выживший блошиный рынок у станции метро «Удельная», расположенный на окраине города, даже не упоминается в туристических путеводителях [Pachenkov 2011: 182]. Считается, что этот рынок портит современное лицо города, поэтому он просто отсутствует в официальном дискурсе.

Многочисленные киоски и другие места частной торговли, которые составляли городской пейзаж постсоциалистической России 1990-х, хотя к ним отношение было менее проблематичным по сравнению с базарами, также рассматривались с позиции лишь элементов, не в полной мере вплетённых в городскую ткань. Их называли «комок» (коммерческий киоск) или «коммерческая точка» и воспринимали как «то, что откололось от существующей среды (*комки*), или то, что лишь проводило по ней пунктирную линию (*точки*)» [Oushakine 2009: 20]. Чужеродная природа новых видов коммерческой деятельности была заметна и по новым способам их наименования. В отличие от таких типичных и описательных названий, как «Средняя школа № 17», которые ранее картографировали городскую среду, частным магазинам и киоскам присваивались экзотические наименования, и эту тенденцию Ушакин считает симптомом попытки «перепланировать публичное пространство, создавая новые историко-географические связи» [Oushakine 2009: 17].

Согласно известному высказыванию историка Дипеша Чакрабарти, современность — понятие, упорно избегающее определения [Chakrabarty 2002: xix]. Если и в русском, и в китайском контекстах такие термины, как «прогресс» (*jinbu*) и «отсталость» (*luohou*), по-прежнему поддерживают целенаправленное движение к современному обществу, то понимание того, *что такое* современность, пока ещё очень туманно. Однако и русские, и — в большей степени — китайцы лучше знают, *где* может находиться эта неуловимая современность. Для русских современность — это, несомненно, Запад, а точнее, мечта о Западе, который представляется им здоровым и рациональным, то есть без уличных рынков и неорганизованной торговли. Образное измерение играет здесь ключевую роль: если в развитии своих городов Россия и Китай равняются на такие международные города, как Нью-Йорк или Лондон, они не следуют единому линейному пути (см.: [Ferguson 1999; Hosagrahar 2005]). Несмотря на схожий архитектурный ориентир, со структурной точки зрения Хэйхэ и Благовещенск фундаментальным образом отличаются друг от друга.

Таким образом, различия в представлениях о будущем и о современности выходят далеко за рамки заметности или незаметности базаров, а Хэйхэ и Благовещенск отличает друг от друга содержательная сторона их структурной организации. Благовещенск кажется замкнутым и почти сосредоточенным на самом себе. Главная улица — улица Ленина — идёт параллельно реке Амур, но на некотором расстоянии от неё. Нет открытых панорамных видов на другую сторону реки. У гостей города создаётся впечатление, будто река вообще не имеет большого значения для Благовещенска. Аналогично немногочисленные отели, расположенные у реки, не пытаются извлечь выгоду из своего местоположения: в лучших номерах окна выходят не на реку, а на противоположную сторону. В Хэйхэ всё наоборот: весь

город обращён к России; самые высокие и самые современные здания, в том числе лучший отель в городе, стоят на набережной.

В некоторой степени эти различия объяснимы. Хэйхэ — новый город, который вырос и развивался благодаря трансграничной торговле с Россией. Благовещенск же намного старше, и большая часть его истории прошла без соседа на той стороне реки. Он был основан в 1856 г. как Усть-Зейский военный пост; во второй половине XX века находился под усиленной охраной и считался стратегически значимым объектом. С архитектурной точки зрения город сохраняет некоторые качества форпоста: вдоль всего берега расставлены наблюдательные пункты, являющиеся историческим наследием, в том числе и советско-китайского раскола. Но это, по всей видимости, неполная картина. За 20 лет, прошедшие с открытия границы, береговая линия Благовещенска не развивалась. Набережная Хэйхэ, в свою очередь, превратилась в пешеходный променад с многочисленными деревьями, небольшими парками и летними кафе и ресторанчиками. Как уже упоминалось, контраст усиливается ночью, когда весь берег реки на китайской стороне сверкает иллюминацией. Этот явный дисбаланс напомнил моему другу, китайскому архитектору, такую метафору: «*yi zhang re lian tie zai leng pigu shang*» (一张热脸贴在冷屁股上), что буквально означает: «Горячее лицо, прижатое к холодным ягодицам».

Спокойный Благовещенск воспринимает это ежедневное световое шоу неоднозначно. Мои информанты высказывали разное отношение. Некоторые из них отзывались положительно («Отсюда это смотрится очень красиво»), некоторые — скептически («Это всего лишь шоу для привлечения туристов из России»), а некоторые респонденты были настроены очень критично и утверждали, что на эти огни идёт российская электроэнергия, поставляемая в Китай по сниженным ценам. Хотя и нельзя сказать, что большинство жителей Благовещенска положительно оценивают ночную иллюминацию Хэйхэ, но стоит заметить, что для них она бесспорно важна. Тема ночной подсветки Хэйхэ то и дело возникала в разговорах, а ночная панорама Хэйхэ даже представлена на открытках и сувенирах, которые в очень небольшом ассортименте продаются в Благовещенске.

Символизм этих огней принимает важный ещё и из-за кампании по электрификации, развернувшейся во времена раннего социализма, и значения, которое придавалось этой кампании на пути всей страны к развитию: электрическое освещение и его мощная ассоциативная связь с представлениями о просвещённости и культуре считались метонимическим символом великой идеологии — идеологии прогресса [Sneath 2009: 87]. В связи с этим привычные перебои в электроснабжении и кража медных и алюминиевых проводов, из-за которых целые районы сибирских городов в начале 1990-х гг. иногда погружались в темноту, зачастую рассматриваются как ни много ни мало провал той великой идеи прогресса. Ушакин пишет о привычных жалобах народа на то, что их «оставили в темноте» и «отрезали от мира» [Oushakine 2009: 21]. Соответственно тот факт, что именно китайская сторона теперь расцветивается яркими огнями, является очень мощным и одновременно с этим дестабилизирующим фактором.

Итак, ясно, что символическое значение ночного Хэйхэ для жителей Благовещенска выходит за рамки образа экономически успешного города, который Хэйхэ рекламирует и которым гордится. Для кого-то это всего лишь блестящий фасад современности, едва скрывающий бедность, грязь и необразованность сельского населения. Для других это бренд нового пограничного города, построенного с помощью покупательной способности его российского соседа и напоминающего об обновлённом и экономически уверенном Китае. Для большинства жителей Благовещенска яркая набережная Хэйхэ — это ещё и отражающая поверхность, зеркало, напоминающее встревоженным зрителям об их собственных неудачах. Действительно, если Хэйхэ процветает и расширяется высокими темпами, то Благовещенск по-прежнему в плену административных и политических барьеров, которые в совокупности оказывают серьёзным фактором, подавляющим его рост.

Все без исключения варианты прочтения символического значения набережной Хэйхэ, несмотря на то что они опираются на разные интерпретации, исходят из общего предположения: движение города в сторону современности считается прежде всего с его поверхности. Та поверхность, о которой я здесь рассуждаю, разумеется, не одна; фактически это две пересекающиеся поверхности: горизонтальная поверхность улиц, ассоциирующаяся с «нецивилизованными» открытыми рынками, и вертикальная поверхность панорамы набережной, носящей бренд современности, которая тем не менее, хотя и не без проблем, позиционирована по отношению к аутентичным элементам городской жизни.

В следующем разделе я раскрою сложно устроенную природу поверхности как маркера и проекции Себя и покажу, что современность отображается на поверхности города. В то же время поверхность может действовать и как инструмент, позволяющий скрыть нечто от глаз, а также рассматриваться как симптом поверхностности. Как следствие этого, современность Другого имеет тенденцию к сглаживанию и превращению в плоскую и хрупкую поверхность без объёма. Кроме того, как я утверждаю в заключительном разделе, фокусирование на поверхности часто не позволяет разглядеть различные формы современности, находящиеся в других плоскостях. В частности, вертикальная плоскость, буквально прорезая горизонтальные поверхности, приоткрывает стратегии развития города и их намечающиеся траектории, которые ещё не заметны на поверхности (аналогично тому, как для большинства гостей из России фасад береговой линии скрывает то, что происходит за ним).

Поверхности

Возможно, самая первая ассоциация, которая возникает относительно поверхностей, — аналогия с покровом. Эту убедительную метафору для отделения видимого от скрытого успешно использовал Зигмунд Фрейд в своей интерпретации человеческой психики, которую он представлял в виде различных страт, особенно при противопоставлении сознательного и бессознательного. Описывая их взаимосвязь, Фрейд сравнивал сознание с поверхностью кожи: «Это щит, ограждающий личность от разрушительных воздействий» (см.: [Williams 2008: 48]). Такой щит, или покров, жизненно важен для самого существования сознательного «я», но только в той степени, в которой он остаётся невидимым. Структурное пересечение между психологическим и городским здесь видно настолько, насколько нормальное функционирование городов опирается на невидимые сети канализации, кабелей и подземных коммуникаций. Несмотря на то что эта подземная сеть спрятана, она тем не менее питает то, что на поверхности, и даёт ему возможность существовать.

Метафорическое сравнение поверхности с покровом позволяет плавно распространить его и на понимание обмана, жульничества и хитрости, ловкости, а также на бинарную оппозицию «поверхностность — глубина». Видимая поверхность защищает внутренние механизмы «я» или города, выполняя функцию кожи и оставаясь полной иллюзией. На данное измерение обращали внимание многие жители Благовещенска в разговоре со мной. Развитие береговой линии Хэйхэ (единственной поверхности этого города, видимой с противоположного берега Амура) часто описывали мне как потёмкинскую деревню, оптический обман, сотворённый китайцами. Мне говорили, что это всего лишь «пыль в глаза», шоу для привлечения российских клиентов. Мои собеседники из России указывали на замечаемое ими несоответствие, с одной стороны, поверхностного образа успешного современного города и, с другой стороны, настоящего Хэйхэ — бедного и опасного города с низким уровнем культуры. Для них это несоответствие отражено в самой структуре города, где высокие современные здания и главная пешеходная улица вдоль Амура контрастируют с уходящими вглубь дорогами, вдоль которых, как утверждается, находятся ветхие дома и обитают люди, одетые в лохмотья. Фасад Хэйхэ описывается как изошрённая бутафория, пустая рекламная приманка. Двадцатилетний студент из АмГУ объяснял мне: *«Они построили колесо обозрения, которое в два раза выше аналогичного колеса в Благовещенске, прямо напротив главной артерии нашего города, и, когда кто-то приезжает в Благовещенск, первое, что открывается его взору, — это китайское колесо».*

Хотя подавляющее большинство моих российских собеседников, не раздумывая, называют «береговое шоу» Хэйхэ бессмысленным мероприятием, которое никого не может обмануть, в этих оценках, по всей видимости, присутствует понимание того, что у Благовещенска нет необходимых финансовых средств для соперничества со своим китайским соседом. Ситуация внезапно изменилась после официального визита Владимира Путина (занимавшего тогда пост премьер-министра) летом 2011 г., когда он призвал жителей города последовать примеру своего китайского соседа. После этого обращения было выделено централизованное финансирование для полной реконструкции российского берега¹². К моменту моего приезда в Благовещенск, в октябре 2011 г., начались земляные работы, грузовики подвозили песок и выгружали его на набережной, чтобы выровнять земляное полотно под строительство престижной недвижимости с видом на реку.

Яркие огни Хэйхэ, несмотря на лишь внешнюю эффектность и искусственность, выполняют функцию отражающей поверхности, демонстрирующей зрителям на российском берегу сравнительную отсталость их собственного города. Поверхность Хэйхэ, даже если она и неподлинная, стала одной из главных достопримечательностей Благовещенска. Хотя картинка, проецируемая Хэйхэ, в некоторой степени не вписывается, как мы увидим далее, в российское понимание современности, она тем не менее смогла оставить свой отпечаток в сознании жителей Благовещенска. У обоих городов есть собственные ориентиры для развития, в их числе — национальные столицы, но оба города также притягивают друг к другу прямое соперничество и взаимное сравнение. В результате Благовещенск заимствовал некоторые городские ловушки, типичные для Китая: например, использование фасадов зданий для освещения улиц или громкую музыку в общественных местах. Интегрируя эти новые черты, Благовещенск не пытается ни стилизовать себя под азиатский город, ни осознанно копировать Хэйхэ; он просто развивается и модернизируется, используя доступный ему набор маркеров современности.

Таким образом, отражающее качество поверхности тесно переплетено с более широкими представлениями о проекции, подражании и различении. Надписи на поверхности обладают особенной силой, так как именно в них проявляется самоидентификация. Как показал антрополог Майкл Тауссиг, различные культуры постоянно заимствуют что-то друг у друга через обоюдный процесс имитации — мимикрии и дифференциации — различения [Taussig 1993]. Данный тезис верен и для городских постановок современности, где городские символы становятся частью общей грамматики. Это особенно актуально для таких городов-близнецов, как Благовещенск и Хэйхэ, которые втянуты в постоянный диалог. Если Благовещенск для своей модели развития недавно заимствовал определённые азиатские черты, то Хэйхэ аналогичным образом инкорпорировал такие европейские элементы, как скульптуры, привычные для российских и других европейских городов, но совсем необычные для китайских поселений.

Хорошей иллюстрацией служит система знаков и указателей, утверждённая городскими властями в Хэйхэ и в Благовещенске. Все названия улиц в Благовещенске даны по-русски и по-английски, а в Хэйхэ они написаны на китайском, русском и английском языках. Учитывая полное отсутствие иностранных туристов в этих городах, наличие английского следует истолковывать не утилитарно, а скорее, как маркер современности, то есть не как носитель языкового значения, а как самостоятельный метазнак. Можно даже утверждать, что используемые повсеместно в центре Хэйхэ обозначения на русском языке отчасти являются метазнаками и указательными сообщениями, особенно учитывая то, что подавляющее большинство этих меток содержат ошибки в написании, либо в них вообще нет значимой информации. На многих из них, например, есть только русское слово «магазин» без каких-либо указаний на виды предлагаемых в нём товаров. Для владельцев китайских магазинов наличие надписи на русском языке на вывеске имеет лишь косвенное значение, подразумевающее их предприимчивость и активное участие в экономическом развитии Хэйхэ. Такое использование русского и английского язы-

¹² Это действие является частью еще более масштабных планов правительства России по развитию Дальнего Востока через создание «мегагоскорпорации» [RIA Novosti 2012].

ков согласуется с нынешним трендом применения QR-кодов¹³ в рекламных материалах в Великобритании и других странах Европы. Как отметили журналисты «Гардиан» К. Вилламор и Б. Фрост, эти коды часто размещаются в труднодоступных для сканирования точках — на рекламных щитах на обочине дороги или на заднем стекле движущихся транспортных средств [Villamor, Frost 2012]. Хотя авторов материала в английской газете явно раздражает бесполезность таких кодов, они, возможно, упускают из виду главное: подобно использованию английского языка в Хэйхэ и Благовещенске, эти коды фактически являются показателями участия рекламодателей в инновационных практиках электронной коммерции, что автоматически позиционирует их как современных и успешных.

Из вышеизложенного следует, что поверхность города всегда имеет символическое значение. Аналогично коже человека, на которую надевается одежда и наносятся макияж или татуировки, выступающие средствами проявления индивидуальности их носителя, поверхность служит для мобилизации и демонстрации идентичности города [Ahmed, Stacey 2001]. Возвращаясь к психоаналитической трактовке, о которой я писал выше, стоит отметить, что именно Фрейд ввёл понятие «поверхностная сущность» (*surface entity*) [Freud 1962: 26], которое позже развил Дидье Анзье [Anzieu 1989]. Для таких психоаналитиков, как Анзье, кожа — это не только сцена или интерфейс между внешними стимулами и внутренними побудителями; именно на пересечении внутреннего и внешнего находится «я».

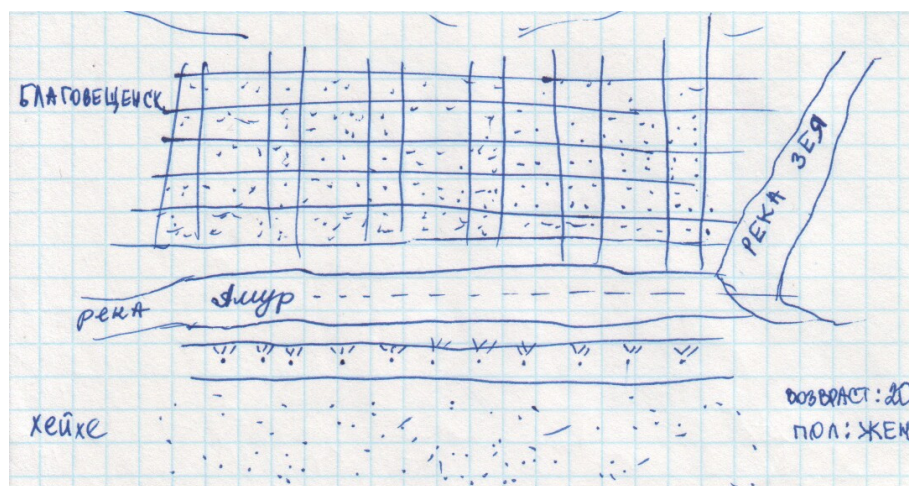
Эти идеи психоаналитической теории важны для понимания существования и заметности уличных базаров в Благовещенске. Российское нежелание полностью интегрировать базары в местные торговые практики выходит за рамки экономического измерения или даже вопросов санитарии и безопасности. Здесь на кону лицо города как таковое. Желание сдержать эти практики, переместить открытые рынки в закрытое пространство и структурно превратить их в торговые центры, как уже ранее говорилось, свидетельствует о российском стремлении перенять определённые западные практики [Humphrey 2000: 260]. Это также может свидетельствовать о доминировании культурного акцента на поверхности. В следующем разделе я разовью мысль о том, что современность в российском контексте связана прежде всего с горизонтальной плоскостью. Именно на поверхности пространство становится местностью, а глушь превращается в цивилизацию.

Аналогичным образом доминирующий российский акцент на горизонтальности также играет роль призмы, сквозь которую оценивается современность Других. Данное обстоятельство невольно сжало Хэйхэ до двумерного пространства, приспособленного для торговли с российскими клиентами, полностью уподобляя его городу-базару и пряча другие формы городского развития и торгового обмена, в которых не участвуют россияне. Действительно, несмотря на широко распространённые утверждения, что дальнейшая эволюция и даже выживание Хэйхэ зависит от Благовещенска, недавние события показывают, что российские потребители больше не служат ресурсом для последующего городского расширения Хэйхэ.

Горизонтальность и вертикальность

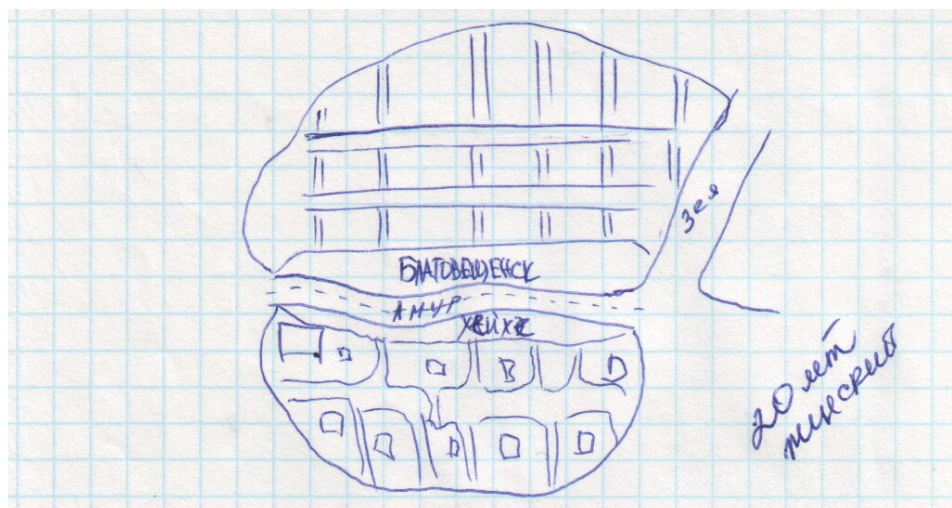
Описывая мне свой город, жители Благовещенска часто ссылались на то, что он имеет решётчатую структуру. Многие из моих собеседников гордятся сетью параллельно-перпендикулярных широких улиц, по краям которых рядами растут деревья. С их точки зрения, это делает город современным и комфортным для жизни. Когда я попросил студентов АмГУ нарисовать Хэйхэ и Благовещенск, многие из них подчёркивали решётчатое устройство своего города (см. рис. 2, 3).

¹³ QR-коды (или Quick Response codes) — это матричный штрихкод в виде квадратного изображения на белом фоне, состоящего из черных модулей (квадратных точек), которое можно сканировать с помощью большинства мобильных устройств.



Примечание: На схеме Благовещенска, представленной наверху рисунка, подчёркивается решётчатое устройство улиц. В качестве точек по обе стороны реки изображены жители двух городов.

Рис. 2. Различия Хэйхэ и Благовещенска (студенческие рисунки)



Примечание: На изображении Благовещенска, расположенном наверху рисунка, подчёркивается ортогональное качество дорожного сообщения.

Рис. 3. Различия Хэйхэ и Благовещенска (студенческие рисунки)

Если сеть параллельно-перпендикулярных городских дорог характерна не только для России (большинство американских городов построено по похожей схеме), то, возможно, нечто специфическое с точки зрения культурной значимости она приобретает в российском контексте. Как отметил китайский географ И-Фу Туан, если для американцев открытые равнины символизировали возможности и свободу, то русские крестьяне воспринимали безграничное пространство прежде всего как источник тревоги: «Оно подразумевает, скорее, отчаяние, чем возможности; оно скорее подавляет, чем побуждает к действию. Оно свидетельствует о ничтожности человека перед необъятностью и равнодушием природы» [Туан 1977: 56]. На самом деле на протяжении всей истории России образ необъятных просторов служил мощным символом осознания себя [Widdis 2004: 33]. И, возможно, в большей степени, чем в других культурах, обозначение масштабов географического пространства воспринимается как нечто крепко связанное с судьбой страны¹⁴ и притязаниями на современность и цивилизованность. Таким образом, из-за «навязчивой идеи о том, что вся территория должна быть заселена для того, чтобы владеть и управлять ею» [Hill, Gaddy 2003: 15], в России появилось большое количество средних

¹⁴ Можно вспомнить, например, слова: «География — это судьба России» (см.: [Дугин 1997]; см. также: [Oushakine 2009: 59; Humphrey 2012: 59]).

по размеру городов, разбросанных на огромных сибирских просторах. В результате пространственная демография населения России сильно отличается от стран, для которых характерна низкая плотность населения, например, от Канады или Австралии, где население распределено менее однородно. По словам Ирины, политолога из благовещенского научного института, предпочтение, которое отдаётся в российской культуре решётчатой разметке улиц как маркеру прогресса и современности, ещё сильнее проявляется в таких городах, как Благовещенск, который в прошлом был военным аванпостом и сохраняет качество римского форта¹⁵.

Главным в этом горизонтальном сетчатом слое, разумеется, являются сами дороги. В связи с этим в интервью и в неформальных разговорах вскрылось очень интересное напряжение между структурой и поверхностью. Хотя решётчатая сеть дорог Благовещенска рассматривалась и описывалась респондентами в терминах превосходства над менее жёсткой инфраструктурой Хэйхэ, о самой поверхности российских дорог они говорили с осуждением. Таня, молодая женщина чуть старше 30 лет, живущая в Хэйхэ и удалённо работающая в головном офисе в Благовещенске, отметила: *«Российские дороги в целом очень плохие. Как говорится, “в России две беды: дураки и дороги”. Наши дороги в Благовещенске небезопасны, на них полно выбоин. Когда к нам приезжал Путин, на всех улицах, где должен был проехать его кортеж, положили новый асфальт. И больше нигде!»*

Сравнивая Благовещенск и Хэйхэ, респонденты всегда положительно отзывались о качестве дорожного покрытия в Китае. Но, как и поверхность береговой линии, о которой я писал в предыдущем разделе, ровные дороги в Хэйхэ истолковываются прежде всего с позиции обмана и маскировки. С метафорической точки зрения такое прочтение поверхности резонирует широко распространённому восприятию китайской культуры как чего-то таинственного и непроницаемого, а также общим подозрениям, будто китайцы стоят за «якобы русскими» предприятиями в Благовещенске.

Как ни парадоксально, именно за пределами поверхности — и за фасадом набережной, и под землёй — следует искать ключи к непрерывному росту и возникающей современности Хэйхэ. Набережная города срежиссирована как большой щит, рекламирующий недавно приобретённое богатство и экономическое процветание, однако преждевременно отбрасывать его в сторону как полную иллюзию. Несмотря на распространённые заявления россиян о том, что все самые высокие здания в Хэйхэ поставлены вплотную к реке, а за ними скрывается хозяйственная и культурная бедность, именно в удалённых районах, расположенных вглубь от прибрежной полосы, находятся новейшие и самые высокие достижения Хэйхэ. В последние годы на юго-восточной окраине города развернулась гигантская стройка, но так как большинство российских туристов редко осмеливаются шагнуть за пределы главных торговых улиц, прилегающих к набережной, эти изменения остались для них незаметными. Тем не менее именно там, на окраинах, а не на самом фасаде расположена основная современность Хэйхэ.

Хэйхэ, если не считать его центральный узел, открыто сфокусированный на России, очень типичен для Китая как город, отдающий явное предпочтение строительству высоток. Голландский теоретик архитектуры Рем Колхас отметил этот современный виток эволюции китайских строительных проектов и пришёл к выводу, что «небоскрёбы встают на Востоке» [Koolhaas 2004]. Аналогично Айхва Ong, анализируя новейшие городские практики в Китае, обратила внимание на появление гиперархитектуры и того, что она назвала театрализацией городского успеха (*spectacularization of urban success*) [Ong 2011: 207]. Разумеется, Китай не единственная страна, у которой есть амбиции в области вертикальной современности, но преобладание таких форм в Китае оказывается очевидным при сопостав-

¹⁵ На самом деле такая решётчатая сеть характерна не для всех российских городов. Для более старых городов, например для Москвы или Иркутска, которые естественно развивались в ходе своей истории, не характерна застройка по такой четкой схеме. Благовещенск же, несмотря на то что его основали в 1850-х гг., приобрёл свою нынешнюю форму в основном в 1940-х и 1950-х гг., когда появилась промышленность, и многие перебрались туда из западной части России.

лении Хэйхэ и Благовещенска. В Благовещенске высотные здания менее привычны и менее важны для создаваемого имиджа. Фактически самая высокая и самая современная структура, расположенная в самом центре Благовещенска, — это гостиница «Азия», которую построили и которой владеют китайцы. С верхнего этажа этого 65-метрового здания, где расположен вращающийся ресторан, открываются панорамные виды Хэйхэ. «Азия» — ещё и лучшая гостиница в городе, которая рекламируется в Хэйхэ как «китайская народная гостиница в Благовещенске» (中国人的饭店).

Лучшей гостиницей в Хэйхэ является «Международная» (黑河国际饭店). Она стоит на берегу реки, и это самое высокое здание в данной части города, а также одно из тех, которые ярко освещаются в ночное время. Но, несмотря на превосходное расположение и кажущуюся ориентацию на русских клиентов, останавливаются в ней в основном китайские предприниматели. В действительности «Международная» — одно из немногих коммерческих заведений города, где не говорят по-русски, что сильно отличает её от многочисленного уличного малого бизнеса в этой части города. Таким образом, в отличие от местных продавцов, которые заывают потенциальных клиентов приветствием «Друга! Друга!»¹⁶, персонал гостиницы (от работников на ресепшене до посыльного) не говорит даже на ломаном русском. Ярким символом снижения роли российской покупательной способности в развитии Хэйхэ и противопоставления экономических реалий горизонтальной и вертикальной плоскостей служит гостиничная вывеска с её названием на русском языке, выброшенная на крышу гостиницы и забытая там (см. рис. 4).

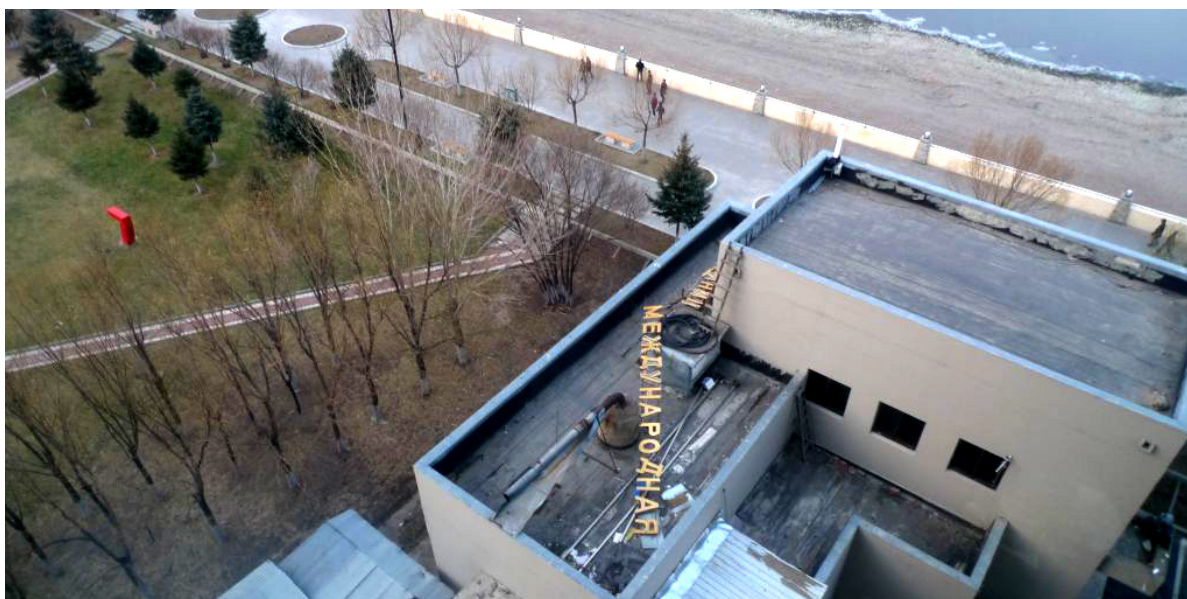


Рис. 4. Выброшенная на крышу гостиницы «Международная» вывеска с её названием на русском языке

Что интересно, «вид с крыши» российско-китайской торговли получает неожиданное зеркальное отражение в деятельности, происходящей под землёй. Прямо под одной из главных торговых улиц, где отовариваются гости из России, проходит длинный подземный коридор, нацеленный в основном на китайских клиентов. Ширина этого коридора примерно 3 м, с обеих сторон располагаются мелкие магазинчики, каждый из которых примерно такой же ширины, как главный проход. Торговый коридор тянется несколько кварталов под улицей Синань (兴安街), от Иньэньлу (迎恩路) до Дунсинлу (东兴路), а в его западном конце находится ресторанная зона. Этот коридор вытянут с востока на запад; ис-

¹⁶ От слова «друг»: языковая форма, ставшая символом русско-китайских торговых контактов. Преобладание таких разговорных выражений некоторые российские ученые объясняют не более чем возвращением торгового пиджина, на котором говорили в этом регионе до революции [Оглезнева 2007; Перехвальская 2008].

ключением является небольшое ответвление, начинающееся в середине коридора и уходящее на один квартал на юг¹⁷. В отличие от пространства над его потолком, на уровне земли, где российских покупателей постоянно зазывают продавцы и посредники (*помогайки*), а в витринах есть вывески на русском, клиентов под землёй редко окликают, и почти все вывески — на китайском. Фактически там очень мало клиентов из России. Под землёй, как и в лучшей гостинице Хэйхэ или вокруг новых районов на юге города, бросается в глаза отсутствие россиян.

Большая часть выставленных товаров, особенно под землёй, но и всё в большей степени на улице, с недавних пор предназначены для внутреннего китайского рынка. Явный признак этой тенденции заключается в том, что российским женщинам все сложнее найти себе одежду по размеру. Если в начале 1990-х гг. одежду шили с прицелом на российский рынок, то в последние годы предложение переключилось на местных потребителей.

Отчасти этот сдвиг можно объяснить изменениями в российских таможенных нормах. В начале 1990-х гг. россияне могли везти на родину до 100 кг товаров за одну поездку, но за последние 10 лет эта квота была значительно снижена — до 10 кг. Недавно квоту снова увеличили до 50 кг в день, при условии, что перевозчик пробыл в Китае не менее трёх дней. Это значит, что деятельность бывших «кирпичей» более нежизнеспособна. Если кто-то и выполняет функцию «кирпичей», то только если едет в Хэйхэ с какой-то целью, а заодно может привезти с собой максимальную квоту товаров и отбить затраты на поездку.

Если введение новых таможенных норм и имело широкие последствия для жителей Благовещенска, Хэйхэ от этого вроде не пострадал. По словам Ивана, экономиста из АмГУ, в данный момент всего 5% товаров, продаваемых в Хэйхэ, предназначены для российских потребителей, а остальные 95% — для китайцев: *«Россия всего лишь ускорила развитие Хэйхэ. Сейчас город набрал свои обороты. Если завтра граница закроется, Хэйхэ будет по-прежнему процветать. В Благовещенске же ситуация может очень сильно ухудшиться».*

Заключение

В статье было показано, что для россиян, проживающих в Благовещенске, современность города заключается прежде всего в явлениях, находящихся на поверхности, и этот культурный акцент сильно влияет на то, как они воспринимают соседний Хэйхэ. Я коснулся двух видов поверхности. Одна из них — горизонтальная, где преобладают уличные базары и рынки; жители России её расценивают как настоящий Хэйхэ: город, населённый необразованными, грубыми и нецивилизованными сельскими жителями. Ко второй относится вертикальная плоскость, которую видно из Благовещенска в виде суперсовременной, кричащей и ослепительно яркой набережной, истолковываемой как всего лишь оптический обман, но при этом вызывающей раздражение, отражающее собственные неудачи Благовещенска.

Я предположил, что идея пересечения горизонтального и вертикального является продуктивной. Локальный российский акцент на горизонтальной плоскости как места, где мобилизуется и обнаруживается современность, оставляет незаметными торговые и социальные явления, происходящие над и под этой поверхностью. Если смотреть на горизонтальную плоскость сквозь эту культурную призму, то получается, что горизонтальная плоскость представляет собой эффективное пространство современности, в то время как вертикальная оказывается иллюзорной, более того, в контексте взаимоотношений Хэйхэ и Благовещенска последняя ещё воспринимается и как манипулятивная.

¹⁷ Брезент в конце этого небольшого ответвления наводит на мысль, что возможно его расширение.

В интервью и групповых обсуждениях респонденты не поднимали тему вертикальности, но в Благовещенске также есть ряд высотных зданий, главное из которых — сверхсовременная гостиница «Азия». В свою очередь, все без исключения элементы, которые устойчиво считаются маркерами прогресса, современности и цивилизации, расположены в горизонтальной плоскости. Они включают решётчатую структуру транспортной системы, качество дорог, чистоту тротуаров. Как я отмечал выше, желание сдерживать нерегулируемую (или «нецивилизованную») уличную торговлю и буквально вытеснить её с улицы взяло вверх над её практическим преимуществом, а именно над продажей товаров по более низким ценам. Если открытые места торговли, постоянно описываемые в терминах криминала, грязи и нецивилизованности, и представляют собой угрозу, то в первую очередь — структурную.

В Хэйхэ нет фокуса на горизонтальности, по крайней мере, в той же степени, в какой он присущ России. Я показал, что в Хэйхэ также наблюдается структурное движение в сторону герметизации торговли, в том числе перемещение её в торговые центры и другие современные торговые форматы, однако наибольшее признание там получила вертикальная плоскость, что, видимо, можно назвать общекитайским трендом, где акцент в настоящее время делается на архитектурной зрелищности. Уличная деятельность (в буквальном смысле совершаемая на тротуаре, с тележками и осликами), возможно, и не является тем самым образом, который такие современные города, как Хэйхэ, стараются сформировать, однако её там не считают помехой для развития, что происходит в России.

Разумеется, взаимоотношения жителей Благовещенска и Хэйхэ выходят за рамки описанного здесь материала — и по своему объёму, и по своей сложности. Измерение, затрагиваемое мною, относится к отражающей природе прибрежной части Хэйхэ, и оно показывает наблюдателям из России относительную отсталость их собственного города. Но горизонтальная плоскость Хэйхэ может служить и поверхностью, на которую можно активно проектировать разные вещи и обстоятельства. Очень интересный аспект отношений изучаемых городов-близнецов — это статус Хэйхэ как места развлечения для россиян. Если у жителей Благовещенска появление в их городе базаров вызывает дискомфорт, то на другой стороне реки посещение базаров приносит удовольствие. В Хэйхэ этой устаревшей, «нецивилизованной» торговлей можно свободно наслаждаться без угрозы для субъективного восприятия собственного положения относительно современности. Возможно, ещё одно возникшее измерение — это аспект поверхности как места проекции чувств и желаний; внешнее выражение тайно желаемой, но не совсем вписывающейся в имеющуюся структуру деятельности.

Проекция видна и с китайской стороны в той мере, в которой ночные огни Хэйхэ, особенно упоминаемый выше лазерный луч, выполняют функцию факела, освещающего другую сторону¹⁸. Таким образом, берег реки (и это уже не просто двухмерный фасад) получает значительную глубину и возможность воздействовать на развитие другой стороны. Я уже писал о символическом перевороте социальных и культурных иерархий, обозначаемом яркими огнями Хэйхэ. Возможно, наиболее красноречивый аспект такого преобразования — это недавно принятое в Благовещенске решение провести полную модернизацию своей набережной. Реагируя на визуальные сигналы Хэйхэ, Благовещенск не только начинает проявлять активную инициативу в этой обоюдной и зеркальной эволюции, но и сообщает о своей готовности соприкоснуться с вертикальной современностью Хэйхэ.

Литература

Дугин А. 1997. Пётр Савицкий — идеолог великой Евразии. *Finis Mundi (Конец мира)*. 12. URL: <http://profismart.org/web/bookreader-122475-18.php>

¹⁸ Благодарю Мэрилин Стрэттерн за высказанное предположение об этом аспекте береговой поверхности Хэйхэ.

- Дятлов В. 2003. Благовещенская «Утопия»: из истории материализации фобий. В сб.: Панарин С. А. (сост. и отв. ред.). *Евразия: люди и мифы*. М.: Наталис; 123–141.
- Оглезнева Е. 2007. *Русско-китайский пиджин*. Благовещенск: Изд-во АмГУ.
- Перехвальская Е. 2008. *Русские пиджины*. СПб.: Алетейя.
- Ahmed S., Stacey J. 2001. *Thinking through the Skin*. London: Routledge.
- Anzieu D. 1989. *The Skin Ego*. New Haven, CT: Yale University Press.
- Ashwin S. 2000. *Gender, State and Society in Soviet and Post-Soviet Russia*. London: Routledge.
- Aspers Pk. 2006. *Markets in Fashion: A Phenomenological Approach*. London: Routledge.
- Billé F. 2010. Sounds and Scripts of Modernity: Language Ideologies and Practices in Contemporary Mongolia. *Inner Asia*. 12 (2): 231–252.
- Chakrabarty D. 2002. *Habitations of Modernity: Essays in the Wake of Subaltern Studies*. Chicago: University of Chicago Press.
- Ferguson J. 1999. *Expectations of Modernity: Myths and Meanings of Urban Life on the Zambian Copperbelt*. Berkeley: University of California Press.
- Fligstein N. 2001. *The Architecture of Markets: An Economic Sociology of Twenty-First-Century Capitalist Societies*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Freud S. 1962. *The Ego and the Id*. New York: W. W. Norton.
- Hill F., Gaddy C. G. 2003. *The Siberian Curse: How Communist Planners Left Russia Out in the Cold*. Washington, DC: Brookings Institution Press.
- Hillier B., Hanson J. 1984. *The Social Logic of Space*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hosagrahar J. 2005. *Indigenous Modernities: Negotiating Architecture and Urbanism*. London: Routledge.
- Humphrey C. 2000. An Anthropological View of Barter in Russia. In: Seabright P. (ed.) *The Vanishing Rouble: Barter Networks and Non-Monetary Transactions in Post-Soviet Societies*. Cambridge: Cambridge University Press; 71–92.
- Humphrey C. 2002. *The Unmaking of Soviet Life: Everyday Economies after Socialism*. Ithaca, NY: Cornell University Press.
- Humphrey C. 2012. Concepts of «Russia» and their Relation to the Border with China. In: Billé F., Humphrey C., Delaplace G. (eds) *Frontier Encounters: Knowledge and Practice at the Russian, Chinese and Mongolian Border*. Cambridge: Open Book Publishers; 55–70.
- Koolhaas R. 2004. Beijing Manifesto. *Wired*. 12 August: 120–129. URL: http://www.wired.com/wired/archive/12.08/images/FF_120_beijing.pdf

- Kuchins A. 2007. Russia and China: The Ambivalent Embrace. *Current History*. 106: 321–327.
- Morris-Suzuki T. 1999. Lines in the Snow: Imagining the Russo-Japanese Frontier. *Pacific Affairs*. 72 (1): 57–77.
- Mörtenböck P., Mooshammer H. 2008. Spaces of Encounter: Informal Markets in Europe. *Architectural Research Quarterly*. 12: 347–357.
- Ong A. 2011. Introduction: Worlding Cities, or the Art of Being Global. In: Roy A., Ong A. (eds) *Worlding Cities: Asian Experiments and the Art of Being Global*. Chichester: Blackwell Publishing; 1–26.
- Oushakine S. A. 2009. *The Patriotism of Despair: Nation, War, and Loss in Russia*. Ithaca, NY: Cornell University Press.
- Pachenkov O. 2011. Every City has the Flea Market it Deserves: The Phenomenon of Urban Flea Markets in St. Petersburg. In: Tsypylma D., Kaschuba W., Krebs M. (eds) *Urban Spaces after Socialism: Ethnographies of Public Places in Eurasian Cities*. Frankfurt/Main: Campus Verlag; 181–206.
- Qi Xuejun [祁学俊]. 2009. 黑河史话. Harbin: Heilongjiang Renmin Chubanshe.
- RIA Novosti. 2012. *Putin Ready to Revive Russia's Far East Mega Plan*. 29 November. URL: <http://en.rian.ru/business/20121129/177822312.html>
- Sneath D. 2009. Reading the Signs by Lenin's Light: Development, Divination and Metonymic Fields in Mongolia. *Ethnos*. 74 (1): 72–90.
- Spector R. A. 2008. Bazaar Politics: The Fate of Marketplaces in Kazakhstan. *Problems of Post-Communism*. 55 (6) (November–December): 42–53.
- Taussig M. 1993. *Mimesis and Alterity: A Particular History of the Senses*. London: Routledge.
- Tuan Y.-F. 1974. *Topophilia: A Study of Environmental Perception Attitudes and Values*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Tuan Y.-F. 1977. *Space and Place: The Perspective of Experience*. Minneapolis, MN: University of Minnesota Press.
- Tuan Y.-F. 2007. Time, Space, and Architecture: Some Philosophical Musings. In: Ruan X., Hogben P. (eds) *Topophilia and Topophobia: Reflections on Twentieth-Century Human Habitat*. London: Routledge; 22–30.
- Villamor C., Frost B. 2012. WTF, QR Codes? *The Guardian*. 7 March. URL: <http://www.guardian.co.uk/commentisfree/2012/mar/07/qr-codes-tumblr-advertising>
- Widdis E. 2004. Russia as Space. In: Franklin S., Widdis E. (eds) *National Identity in Russian Culture*. Cambridge: Cambridge University Press; 30–50.
- Williams R. 2008. *Notes on the Underground. An Essay on Technology, Society and the Imagination*. Cambridge, MA: The MIT Press.

BEYOND THE BORDERS

Franck Billé

Surface Modernities: Open-Air Markets, Containment and Verticality in two Siberian Border Towns

BILLÉ, Franck — PhD, Postdoctoral Researcher, Department of Anthropology, University of Cambridge. Address: Free School Lane, Cambridge, CB2 3RF, England.

Email: franck.bille@gmail.com

Abstract

This article focuses on the contrasting urbanisms that characterize the two cities of Heihe and Blagoveshchensk on the Sino-Russian border. Since 1990, with the bulk of international trade taking place on the Chinese side, Heihe has rapidly developed into a modern town; by contrast, Blagoveshchensk appears sedate and almost stagnant. Another stark contrast between the two cities is in the ways in which ideas of modernity are spatialized through their urban practices, with Blagoveshchensk demonstrating a preference for horizontal functionalism while Heihe largely follows the iconic and vertical model found in the megacities of the Chinese south.

Foregrounding this very spatial imbalance, the paper argues that the Russian association between horizontality and modernity unwittingly collapses Heihe's riverfront skyline into a smooth surface lacking depth, and renders invisible those economic drivers that operate below this surface as well as along a vertical axis. As a result of this, spatiality provides an initial cultural grid through which the development, success and modernity of the Other is assessed.

The methodology followed in this article is primarily anthropological. The research was carried out in October and November 2011. A dozen semi-structured and open-ended interviews were conducted with informants of diverse ages and social backgrounds, including businessmen and women, academics, young professionals and students. This research was funded through a grant by the Newton Trust (Cambridge, UK).

Key words: Sino-Russian border; urbanism; space; verticality; trade; open-air markets.

References

Ahmed S., Stacey J. (2001) *Thinking through the Skin*, London: Routledge.

Anzieu D. (1989) *The Skin Ego*, New Haven: Yale University Press.

Ashwin S. (2000) *Gender, State and Society in Soviet and Post-Soviet Russia*, London: Routledge.

Aspers P. (2006) *Markets in Fashion: A Phenomenological Approach*, London: Routledge.

Billé F. (2010) Sounds and Scripts of Modernity: Language Ideologies and Practices in Contemporary Mongolia. *Inner Asia*, vol. 12, no 2, pp. 231–252.

- Chakrabarty D. (2002) *Habitations of Modernity: Essays in the Wake of Subaltern Studies*, Chicago: University of Chicago Press.
- Dugin A. (1997) Petr Savitskiy — ideolog velikoy Evrazii [Petr Savitskiy is an Ideologist of the Great Eurasia]. *Finis Mundi (Konec mira)*. 12. Available at: URL: <http://profismart.org/web/bookreader-122475-18.php> (accessed on 24 March 2014) (in Russian).
- Dyatlov V. (2003) Blagoveshchenskaya “Utopia”: Iz istorii materializatsii fobii [The Blagoveshchensk “Utopia”: On the History of a Materialization of Phobias]. *Evrazia: Liudi i Mify* [Eurasia: People and Myths], (ed. S. A. Panarin), Moscow: Natalis, pp. 123–141 (in Russian).
- Ferguson J. (1999) *Expectations of Modernity: Myths and Meanings of Urban Life on the Zambian Copper Belt*, Berkeley: University of California Press.
- Fligstein N. (2001) *The Architecture of Markets: An Economic Sociology of Twenty-First-Century Capitalist Societies*, Princeton: Princeton University Press.
- Freud S. (1962) *The Ego and the Id*, New York: W. W. Norton.
- Hill F., Gaddy C. G. (2003) *The Siberian Curse: How Communist Planners Left Russia Out in the Cold*, Washington, DC: Brookings Institution Press.
- Hillier B., Hanson J. (1984) *The Social Logic of Space*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Hosagrahar J. (2005) *Indigenous Modernities: Negotiating Architecture and Urbanism*, London: Routledge.
- Humphrey C. (2000) An Anthropological View of Barter in Russia. *The Vanishing Rouble: Barter Networks and Non-Monetary Transactions in Post-Soviet Societies* (ed. P. Seabright), Cambridge: Cambridge University Press, pp. 71–92.
- Humphrey C. (2002) *The Unmaking of Soviet Life: Everyday Economies after Socialism*, Ithaca: Cornell University Press.
- Humphrey C. (2012) Concepts of “Russia” and their Relation to the Border with China. *Frontier Encounters: Knowledge and Practice at the Russian, Chinese and Mongolian Border* (eds. F. Billé, C. Humphrey, G. Delaplace), Cambridge: Open Book Publishers, pp. 55–70.
- Koolhaas R. (2004) Beijing Manifesto. *Wired*, 12 August, pp. 120–129. Available at: http://www.wired.com/wired/archive/12.08/images/FF_120_beijing.pdf (accessed on 18 January 2011).
- Kuchins A. (2007) Russia and China: The Ambivalent Embrace. *Current History*, vol. 106, pp. 321–327.
- Morris-Suzuki T. (1999). Lines in the Snow: Imagining the Russo-Japanese Frontier, *Pacific Affairs*, vol. 72, no 1 (Spring), pp. 57–77.
- Mörtenböck P., Mooshammer H. (2008) Spaces of Encounter: Informal Markets in Europe. *Architectural Research Quarterly*, vol. 12, pp. 347–357.
- Oglezneva E. (2007) *Russko-kitaiskii pidzhin* [Sino-Russian Pidgin], Blagoveshchensk: Amur State University Press (in Russian).

- Ong A. (2011) Introduction: Worlding Cities, or the Art of Being Global. *Worlding Cities: Asian Experiments and the Art of Being Global* (eds. A. Roy, A. Ong), Chichester: Blackwell Publishing, pp. 1–26.
- Oushakine S. A. (2009) *The Patriotism of Despair: Nation, War, and Loss in Russia*, Ithaca: Cornell University Press.
- Pachenkov O. (2011) Every City has the Flea Market it Deserves: The Phenomenon of Urban Flea Markets in St. Petersburg. *Urban Spaces after Socialism: Ethnographies of Public Places in Eurasian Cities* (eds. T. Darieva, W. Kaschuba, M. Krebs), Frankfurt/Main: Campus Verlag. pp. 181–206.
- Perekhval'skaya E. (2008) *Russkie pidzhiny* [Russian Pidgins], Saint Petersburg: Aleteiya (in Russian).
- Qi Xuejun [祁学俊] (2009) 黑河史话. [Heihe History], Harbin: Heilongjiang Renmin Chubanshe (in Chinese).
- RIA Novosti (2012) *Putin Ready to Revive Russia's Far East Mega Plan*, 29 November. Available at: <http://en.rian.ru/business/20121129/177822312.html> (accessed on 15 February 2013).
- Sneath D. (2009) Reading the Signs by Lenin's Light: Development, Divination and Metonymic Fields in Mongolia. *Ethnos*, vol. 74, no 1 (March), pp. 72–90.
- Spector R. A. (2008) Bazaar Politics: The Fate of Marketplaces in Kazakhstan. *Problems of Post-Communism*, vol. 55, no 6 (November/December), pp. 42–53.
- Taussig M. (1993) *Mimesis and Alterity: A Particular History of the Senses*, London: Routledge.
- Tuan Y.-F. (1974) *Topophilia: A Study of Environmental Perception Attitudes and Values*, Englewood Cliffs: Prentice-Hall.
- Tuan Y.-F. (1977) *Space and Place: The Perspective of Experience*, Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Tuan Y.-F. (2007) Time, Space, and Architecture: Some Philosophical Musings. *Topophilia and Topophobia: Reflections on Twentieth-Century Human Habitat* (eds. X. Ruan, P. Hogben), London: Routledge, pp. 22–30.
- Villamor C., Frost B. (2012) WTF, QR Codes? *The Guardian*, 7 March. Available at: <http://www.guardian.co.uk/commentisfree/2012/mar/07/qr-codes-tumblr-advertising> (accessed on 26 February 2014).
- Widdis E. (2004) Russia as Space. *National Identity in Russian Culture* (eds. S. Franklin, E. Widdis), Cambridge: Cambridge University Press, pp. 30–50.
- Williams R. (2008) *Notes on the Underground. An Essay on Technology, Society and the Imagination*, Cambridge: The MIT Press.

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ОБЗОРЫ

Д. Х. Ибрагимова

Когортный анализ потребительских ожиданий населения России (1996–2010): теоретико-методологические основы исследования¹



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

Опросы потребителей, на основе которых измеряется индекс потребительских настроений (ИПН) (Consumer Sentiment Index), проводятся более чем в 50 странах, в том числе и в России. Различных исследований, опирающихся на данные потребительских опросов относительно ожиданий, немало, однако большая их часть посвящена проверке и объяснению предсказательной силы прогнозов, основанных на данных опросов населения. В немногочисленных работах, посвящённых исследованию детерминант потребительских ожиданий, анализируется взаимосвязь компонент ИПН и различных социально-демографических характеристик, в том числе и возраста. Однако при оценке влияния возраста следует различать собственно эффект возраста, проявляющийся в определённых экономических и статусных характеристиках, и эффект когорты, то есть эффект жизненного опыта поколения, прошедшего социализацию и жившего в определённых исторических условиях. В данной статье представлен обзор теоретических подходов и результатов эмпирических исследований, которые могут быть использованы для когортного анализа потребительских ожиданий населения. В работе рассматриваются психологическая экономика Дж. Катоны, теория поколений К. Мангейма, концептуальная рамка использования когортного подхода в социальных науках, предложенная Н. Райдером. Особое внимание уделено обсуждению возможных стратегий решения так называемой проблемы идентификации, то есть дифференциации влияния эффектов (1) возраста, (2) когорты и (3) исторического периода. На базе эмпирических исследований потребительского и сберегательного поведения населения анализируются преимущества и недостатки как формально-количественных процедур решения данной проблемы, связанных с различными допущениями и ограничениями, так и разнообразных содержательных подходов, нацеленных на поиск факторов, обуславливающих изменения отмеченных трёх эффектов. В статье ставится и вопрос о том, как соотносятся когортный и поколенческий анализ, а также принципы исторической социологии в качестве методологической парадигмы подобных исследований.

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

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

Введение

Воздействие объективных экономических условий на поведение людей неизбежно опосредуется их субъективными воззрениями на экономику. Иными словами, покупки и (или) сбережения, к примеру, зависят не только от измеряемой экономическими переменными возможности отложить часть дохода на будущее, но и от желания это сделать. Теория психологической экономики была разработана Дж. Катоной (G. Katona) на основе эмпирических исследований и нашла многочисленных последователей во всём мире. Индекс потребительских настроений (*Consumer Sentiment Index*), рассчитываемый с конца 1940-х гг. в США на основе потребительских опросов, входит сейчас в число индикаторов, составляющих опережающий индекс (*Leading Economic Index*), используемый для краткосрочного прогнозирования экономического развития страны. По данным CIRET (Centre for International Research on Economic Tendency Surveys — Центр международных исследований экономических тенденций), к началу 2000-х гг. обследования потребительских настроений в рамках концепции психологической экономики проводятся более чем в 50 странах. В России первые такие обследования относятся к 1993 г., на регулярной основе они проводятся с мая 1996 г. [Ибрагимова, Николаенко 2005]. Необходимо подчеркнуть, что потребительские ожидания — это не ожидания относительно *всего*, а показатель, отражающий изменения в оценках и ожиданиях людей относительно собственного материального положения, перспектив экономического развития страны и ситуации на потребительском рынке².

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

Однако сама по себе переменная «возраст» достаточно коварна. Исследователи уже давно обратили внимание на то, что необходимо различать эффекты возраста, времени и когорты [Shorrocks 1975]. Являясь в арифметическом выражении разностью между текущим годом и годом рождения, переменная «возраст» представляет собой смещение трёх факторов — собственно возраста, то есть биологических и отчасти психологических характеристик; когорты (в данном случае когорты по году рождения), то есть условий социализации и становления жизненного опыта в определённых условиях; и времени, отражающегося в социально-политических, экономических, информационных явлениях макросреды.

Иными словами, будут ли различаться, и если да, то каким образом, потребительские ожидания 18-летнего гражданина России в 1998 г. и россиянина такого же возраста в 2007 г.? Или каковы, к примеру, потребительские ожидания поколения россиян, вступившего в трудоспособный возраст в 2000-х гг., и когорты, чьё личностное становление пришлось на переходный период конца 1980-х —

² Индекс потребительских настроений строится на основе систематических массовых социологических опросов населения. Для построения индекса используются пять базовых вопросов, отражающих (1) оценки респондентами изменений в личном материальном положении за прошедший год; (2) ожидания относительно изменения личного материального положения в предстоящий год; (3) ожидания относительно экономических перспектив развития страны в предстоящий год; (4) ожидания относительно экономических перспектив развития страны в предстоящие пять лет; (5) оценки респондентами экономических условий для того, чтобы покупать товары длительного пользования. На основании ответов респондентов на каждый из этих пяти вопросов балансовым методом рассчитываются частные индексы, средняя арифметическая которых представляет собой совокупный индекс. Отметим, что формулировки вопросов и методика расчета ИПН в разных странах могут отличаться, соответствуя однако при этом самой концепции психологической экономики.

начала 1990-х гг.? Как менялись ожидания в зависимости от возраста? Каковы сходства и различия профиля потребительских ожиданий по возрасту в различных когортах?

Изучение данных вопросов представляет, на наш взгляд, интерес с нескольких позиций. Во-первых, если существует какая-либо закономерность в профиле потребительских ожиданий по возрасту, то в условиях изменения возрастной структуры населения она может влиять на общую динамику ожиданий. Например, если в молодости общеэкономического оптимизма больше, то с ростом старения населения совокупный оптимизм будет вследствие указанных причин снижаться. Однако если эффект когорты значим, то можно предположить, что, к примеру, люди, чьё взросление пришлось на благоприятный экономический период 2000-х гг., могут быть и в зрелом возрасте более оптимистичны, чем поколения их отцов и дедов. Или же, напротив, ощущая в последнее время усиление застойных явлений в экономике, они и в среднем возрасте будут проявлять меньший оптимизм, чем люди того же возраста в другое время. А поскольку, как было установлено, «потребительские настроения предсказывают будущие изменения в тратах домохозяйств» [Carroll, Fuhret, Wilcox 1994: 1398], эти психологические, по сути, факторы могут оказать значимое влияние на макроэкономические процессы, если большая группа людей одновременно изменит своё поведение, решив потратить или, наоборот, сберечь денежные средства.

Во-вторых, начало измерений ожиданий потребителей в послевоенной Америке было в основном стимулировано желанием бизнеса знать, собирается ли население тратить сбережения, однако со временем выяснилось, что ИПН даёт ответ и на более общий вопрос об уровне и динамике оптимизма в отношении экономического и социального развития страны в целом [Ибрагимова, Николаенко 2005: 11–12]. А эта динамика может являться, в свою очередь, индикатором стабильности и (или) нестабильности социально-экономических отношений, а уровень оптимизма различных социальных групп свидетельствовать об их адаптивном потенциале³.

В-третьих, исследование динамики потребительских настроений в разрезе когорт в изучаемый период может обогатить имеющиеся знания о процессе становления рыночного поведения населения. Концепция ИПН изначально предполагает достаточно высокий уровень развития рыночных отношений и институтов, но уже на первом этапе измерений в России стало ясно, что данный индекс имеет и дополнительные области применения, отражая общую динамику отношения населения к переменам, происходящим в стране [Ибрагимова, Николаенко 2005: 32–33]. Возникает вопрос: можно ли, и если да, то в какой мере, говорить об адаптации представителей различных когорт к новым экономическим реалиям или же об их, условно говоря, «рыночной социализации»⁴? К примеру, как было выявлено Ю. Левадой, уровень поддержки населением экономических реформ в 1994–1999 гг. изменялся незначительно, тогда как по возрастным группам, наблюдаемыми со сдвигом во времени, наоборот, весьма заметно [Левада 1999]. Это свидетельствует как раз о наличии эффекта когорты, то есть о различиях в результатах социализации, возникших в переходный период.

В данном обзоре будут (1) рассмотрены теоретические подходы, которые могут быть использованы, с одной стороны, для применения когортного анализа в социальных науках в целом, а с другой — для изучения потребительских ожиданий населения; и (2) на примере эмпирических работ продемонстри-

³ См., например: [Кесельман, Мацкевич 1998].

⁴ В широком смысле слова адаптация означает процесс приспособления человека к изменяющимся внешним условиям. Однако это приспособление к новой среде и обстоятельствам не отрицает, а, напротив, подразумевает и сохранение, хотя бы частичное, своей организованности и идентичности в этой среде. Иными словами, самая устойчивая адаптация, как указывает Ю. А. Левада, «не означает полной ассимиляции человека с системой социальных требований» [Левада 2000: 469]. В противном случае можно говорить о социализации. В кризисных условиях адаптация может приобретать «функциональную эквивалентность с процессом социализации и ресоциализации» [Головин 2004: 22].

рованы возможные способы решения возникающих методологических проблем в подобного рода исследованиях.

Психологическая экономика Дж. Катоны

Различных исследований, опирающихся на данные потребительских опросов относительно ожиданий, немало, начиная с первопроходческих работ Дж. Катоны. Именно он в конце 1940-х гг. предложил методологию учёта в моделях потребительского и сберегательного поведения населения психологических переменных, которые до этого считались неизмеряемыми. В своей теории психологической экономики Катона исходил из того, что экономика без психологии не будет успешной в объяснении важных экономических явлений, в то время как психология без экономики лишена шансов на объяснение некоторых наиболее общих, широко распространённых видов человеческого поведения [Katona 1951: 9]. Связь между психологией людей и макроэкономикой появляется, по мнению Катоны, благодаря тому, что в экономике, особенно в современной, поведение людей обусловлено не только объективными, но и субъективными факторами. Соответственно потребительские расходы (имеются в виду прежде всего расходы на товары длительного пользования) зависят не только от возможности, но и от желания покупать. Под возможностью покупать (*ability to buy*) подразумеваются уровень текущего дохода потребителей, имеющиеся финансовые активы, а также доступ к кредитам. Желание же покупать (*willingness to buy*) обусловлено личными оценками и ожиданиями людей относительно своего материального положения и общеэкономических перспектив развития страны в целом [Katona 1968: 22]. Катона предположил, что люди будут тратить сбережения и даже увеличивать расходы, если снижение дохода рассматривается как временное, но долгосрочные ожидания в целом оптимистичны, однако если ожидается дальнейшее падение дохода, то люди предпочтут сократить потребление и увеличить сбережения [Katona 1975: 242].

Катона предвидел всёвозрастающую роль потребителей в экономике, что связывалось им с двумя основными факторами. Во-первых, рост личных доходов и активов домохозяйства, а также расширение спектра финансовых инструментов даёт людям бóльшую финансовую самостоятельность. Это означает, что потребители становятся более активными в принятии решений, способными оценить и выбрать подходящий момент для покупок с целью удовлетворения своих текущих и будущих потребностей. Во-вторых, происходит рост в потребительских расходах удельного веса товаров длительного пользования (недвижимость, автомобили, крупные предметы домашнего обихода и т. д.). Покупка таких товаров не является неотложным, автоматически выполняемым действием, решения по их поводу принимаются относительно реже, покупка может осуществляться за счёт сбережений или в кредит (то есть за счёт прошлых или будущих доходов), а значит, не зависит прямолинейно от величины текущего дохода. В результате принятие решения о таких покупках становится всё более зависимым от ожиданий людей относительно личных доходов, цен на потребительском рынке, уровня безработицы, ставок процента и т. д. [Curtin 2007a: 12].

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

От чего зависят потребительские ожидания?

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

Директор Мичиганского центра обследования потребителей (Survey Research Center, University of Michigan, Ann Arbor) Р. Куртин, изучая формирование ожиданий безработицы как «зеркало» ожиданий относительно личных трудовых доходов, сравнивает влияние личной и публичной информации (*private and public information*). В качестве личной информации выступают ответы респондентов на вопрос о том, слышали ли они о каких-либо экономических новостях в последнее время, и если да, то каких именно, а также оценки людьми перспектив развития экономики в ближайший год. В качестве публичной информации используются данные официальной статистики о темпах роста ВВП и безработицы [Curtin 2003: 548–549]. Автор приходит к выводу, что именно субъективные факторы (то есть отражающие личностное, частное восприятие людьми экономических процессов) доминируют в формировании ожиданий безработицы над объективной макроэкономической информацией [Curtin 2003: 552]. При этом, естественно, люди не оперируют используемыми профессиональными экономистами моделями; представления населения об экономике более фрагментарны, неоднородны, основаны на житейском опыте, а не на научных знаниях и т. д.⁵ Однако именно этот личный опыт потребителей, приобретаемый ими в процессе изменения локальных условий дохода и занятости, цен и наличия товаров на местных рынках, а также многие другие ассоциативные связи с текущими событиями в обстановке быстро меняющейся конъюнктуры и являются значимым фактором формирования ожиданий. Применительно к нашей проблематике отметим, что этот жизненный опыт и есть отражение эффекта когорты, то есть общих условий социализации группы людей, родившихся в определённый период времени.

В одном из недавних исследований авторы ставят задачу выяснить, от чего зависят потребительские настроения (совокупный ИПН и его частные составляющие), и используют многолетние первичные данные социологических опросов [Lahiri, Zhao 2013]. Регрессионный анализ показал, что наиболее значимыми детерминантами являются показатели, отражающие восприятие людьми экономических новостей и деятельности правительства в области экономики, а также ожидания самих респондентов относительно изменений процентных ставок, уровня цен, безработицы, личного дохода. Тогда как макроэкономические показатели (темпы роста инфляции, располагаемых доходов, промышленного производства и др.), а также оценки профессиональных экономистов (консенсус-прогноз) относительно роста ВВП, инфляции и безработицы, также включённые в качестве предикторов, имеют гораздо меньшую объясняющую силу [Lahiri, Zhao 2013: 22]. Роль социально-демографических характеристик в объяснении колебаний зависимой переменной невелика, большее значение по сравнению с остальными имеют пол и уровень образования респондента.

В исследовании Р. Куртина проводится анализ различий в уровне потребительского оптимизма населения России и США в зависимости от дохода и возраста респондентов [Curtin 2000]. Анализируя объединённые массивы первичных данных, автор приходит к выводу, что возрастные различия в оценках личного материального положения и ожиданиях его изменения в будущем практически идентичны у населения двух стран, чего не наблюдается по вопросу об оценке перспектив экономического развития страны и условий для того, чтобы делать крупные покупки. Казалось бы, ожидания относительно будущего национальной экономики не должны особо отличаться у разных возрастных групп, однако такое представление оказывается неоправданным. Молодые люди, имея современное по качеству образование, могут быть более квалифицированными в восприятии и анализе экономической информации,

⁵ Вопрос о том, что люди знают об экономике, представляет отдельный интерес и требует специального изучения. В качестве такового можно привести исследование: [Curtin 2007b].

тогда как лица старшего возраста, напротив, обладают бóльшим опытом, который может оказывать влияние на их интерпретацию текущих экономических событий. Корреляционный анализ показывает наличие отрицательной взаимосвязи между возрастом и оценкой экономических перспектив развития страны, однако на массиве российских данных эта связь проявляется гораздо сильнее, чем на американских. Это означает, что молодые люди в России гораздо более оптимистичны в оценках относительно будущего экономики страны, чем люди среднего и старшего возрастов. Действительно, эмпирические данные свидетельствуют о том, что разрыв в значениях соответствующего индекса между крайними возрастными группами (18–24 года, с одной стороны, и 65+, с другой) достигает в России 40 пунктов, тогда как в США эта вариация весьма незначительна — составляет не более 10 пунктов [Curtin 2000: 8]. Особенно отчётливо возрастные различия в России и США проявляются в вопросе о крупных покупках⁶. В американских данных разрыв в уровне оптимизма относительно ситуации на потребительском рынке между старшей и младшей возрастными группами минимален (в диапазоне 10 пунктов), тогда как в России он достигает 55 пунктов, то есть молодёжь оптимистичнее лиц старшего возраста в этом вопросе более чем в 1,5 раза [Curtin 2000: 9].

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

Однако и «классическая» кривая в форме горба, отражающая изменения в доходе и (или) объёме накопленных ресурсов с возрастом, может не соответствовать действительности, если не учитывать эффект когорты, на что обратил внимание А. Шоррокс. Снижение объёма имеющихся активов с определённого возраста, наблюдаемое на данных одномоментных опросов (*cross-section data*), может быть результатом того, что рассматриваются разные поколения в разные периоды их жизни, а следовательно, вывод о соответствии кривой модели жизненного цикла будет ложным [Shorrocks 1975: 158]. Графики для людей из одной и той же возрастной когорты, построенные автором на основе комбинирования данных британской статистики налогов на наследство, демонстрировали отсутствие значительного снижения объёма накопленных ресурсов в пенсионный период. Но с учётом уровня смертности и коэффициентов дожития, различающихся от поколения к поколению, Шоррокс показал, что сберегательное поведение британцев вполне вписывается в модель жизненного цикла [Shorrocks 1975: 161]. Нам же важно отметить, что с этого времени практически стало общепринятым учитывать когортный и временной эффекты в эмпирических исследованиях потребительского и сберегательного поведения населения.

Концептуальные основы когортного анализа

Конечно же на анализ различий в рамках когорт исследователи обращали внимание и ранее. Сам термин, как и метод когортного анализа, пришёл в социологию из демографии. В демографическом понимании когорта — это группа людей, у которых в один и тот же период времени произошло определённое демографическое событие (рождение, вступление в брак и т. д.). Теоретической основой

⁶ Имеется в виду вопрос респондентам об оценке экономических условий для покупки товаров длительного пользования, на основе которого строится частный индекс целесообразности приобретения товаров длительного пользования (его часто называют просто индексом крупных покупок — *buying conditions index*).

социологического же подхода к пониманию когорт является концепция поколений Карла Мангейма. В ней можно выделить два основных постулата. Первый из них заключается в исторической локализации, что и формирует поколенческое единство: «Индивидам, принадлежащим к одному и тому же поколению, родившимся в один год, свойственно общее местоположение (*location*) в исторической протяжённости социального процесса» [Mannheim 1952: 290], при этом каждому такому местоположению свойственны «определённые способы поведения, чувствования и мышления» [Mannheim 1952: 291]. Однако историческая локализация для поколения имеет лишь потенциальную значимость, поскольку о поколении как реальности следует говорить лишь в том случае (и в этом заключается второй тезис), если между современниками существуют узы (*bond*), проявляющиеся в сфере ментальности через социальные и интеллектуальные симптомы. С социологической точки зрения факты, относящиеся к сфере ментальности, важны не только ввиду их реального содержания, но и потому, как указывает Мангейм, что им принадлежит «социализирующий эффект» [Mannheim 1952: 303–304]. Таким образом, поколения рассматриваются как общности, отражающие разные этапы человеческой жизни с точки зрения социализации и наличия определённых социокультурных характеристик. Данный подход относится и к когортам в их социологическом понимании.

Концептуальная рамка использования когортного анализа именно в социальных науках была очерчена знаменитым демографом Норманом Райдером, который прямо призывал социологов обратить пристальное внимание на изучение эффекта когорты для лучшего понимания глубинных факторов общественных изменений [Ryder 1965: 861]. В ставшей классической работе «The Cohort as a Concept in the Study of Social Change» («Когорта как концепт для изучения социальных изменений») (1965) он определял когорту как «агрегат индивидов... переживших одно и то же событие в одном и том же временном интервале», при этом каждая когорта представляет собой «не просто сумму индивидуальных историй», а «обладает отличительной структурой и характером, отражающим условия её уникальной организации и истории» [Ryder 1965: 845]. Райдер указывал на возможности интеркогортного (сравнение различных когорт между собой) и интракогортного (изучение одной когорты на протяжении её жизненного цикла) анализа, а также, основываясь на положениях возрастной психологии, подробно описывал феномен социализации, особо обращая внимание на роль семьи и отдельные этапы детства и юношества; говорил о важности жизненного опыта в поведении людей: «Когортный подход к социальному анализу получает сильную поддержку от непрерывности индивидуальной жизни, от специфического временного и потому исторически локализованного основания. Прошлое личности влияет на её настоящее, а её настоящее влияет на её будущее» [Ryder 1965: 856].

В этом взаимозависимом влиянии трёх факторов (возраст, когорта и исторический период) и заключается специфика когортного анализа. Все три признака взаимосвязаны между собой, поскольку возраст представителей когорт и исторический период измеряются по одной и той же линейной шкале времени с годичным интервалом. Априори невозможно исключение ни одного из эффектов: каждый из них описывается уравнением, включающим два других эффекта. Дифференциация влияний эффектов, известная как «проблема идентификации» (*identification problem*), и составляет основную сложность при проведении когортного анализа [Науэн 2006: 139]. Не случайно в зарубежной литературе даже есть специальный термин — APC-анализ (Age—Period—Cohort Analysis), подразумевающий когортный анализ, направленный на разделение указанных эффектов. К настоящему времени исследователями накоплен определённый опыт в решении указанной проблемы, хотя идеального и универсального варианта нет, да и вряд ли он возможен.

«Проблема идентификации»: возможные стратегии решения

Одна из возможных стратегий решения проблемы идентификации заключается в её устранении ещё в самом начале исследования путём введения различных ограничений и допущений (как теоретических,

так и математических). Наиболее «радикальное» на первый взгляд ограничение состоит в том, чтобы пренебречь одним из измерений, например, календарным временем [Baltes, Reinert 1969: 169] или возрастом [Heckman, Robb 1985]. Хотя возможны ситуации, в которых данный подход оправдан, он, по мнению ряда авторов, во многих случаях может приводить к ложным выводам, особенно если эффекты возраста, когорты и периода объясняются разными причинами (*distinct causal interpretations*) [Mason et al. 1973: 243]⁷. Безусловно, исключение одной из переменных требует убедительной аргументации и прежде всего аргументации теоретического характера, поскольку в этом исключении лежит ещё, как отмечает Н. А. Головин, «методологический водораздел между психологическим и социологическим подходами к исследованию социализации» [Головин 2004: 87–88]. Исключение эффекта времени, что часто делается в возрастной психологии при изучении проблем социализации, приближает нас к классическому психологическому подходу, а пренебрежение переменной возраста — к социологическому. При этом возрастной параметр не теряется, а сохраняется в эффекте когорты, который «есть не что иное, как дифференцированное проявление эффекта исторического периода у тех или иных возрастных групп, т. е., по сути дела, это различия в результатах социализации на массовом уровне» [Головин 2004: 86].

Другое возможное допущение может быть в установлении ограничений на коэффициенты. А. Дитон и К. Паксон, исследуя влияние эффекта когорты на потребительское и сберегательное поведение в течение жизненного цикла, предложили такую спецификацию, в которой временные эффекты в сумме приравниваются нулю и считаются ортогональными временному тренду [Deaton, Paxson 1994]. Это означает, что любые эффекты времени приписываются совместному эффекту когорты и возраста, а временные эффекты рассчитываются как отклонения от среднего значения [Deaton, Paxson 1994: 347]⁸. Основанием для такого допущения является то, что временные эффекты в сберегательном поведении обусловлены главным образом макроэкономическими шоками, тогда как на длительном периоде они усредняются. Авторы на основе анализа опросных данных населения Тайваня за 15-летний период (1976–1990) приходят к выводу, что сбережения реагируют на уровень дохода внутри когорты, который у молодых когорт выше, однако у представителей более пожилых когорт не наблюдается превышения расходов над доходами или снижения объёмов накоплений, оценка эффекта возраста показывает устойчивый рост сбережений на протяжении жизненного цикла [Deaton, Paxson 1994: 356].

Ещё один способ решения проблемы идентификации, получивший немалое распространение, был предложен К. Мэйсоном и его соавторами [Mason et al. 1973]. Идея заключается в оценке влияния эффектов с помощью регрессионного анализа. Для этого возраст, период и когорты преобразуются в множество дамми-переменных (каждая из них представляет определённый временной интервал), которые служат предикторами в модели. При этом для запуска программы с наборами фиктивных переменных одна переменная из какого-либо множества должна быть пропущена. Это исключение, необходимое для построения регрессионной модели, базируется на допущении одинакового действия эффектов на зависимую переменную, по крайней мере, в двух (или более) когортах и (или) возрастных группах, и (или) временных периодах [Mason et al. 1973: 247]. Однако в этом допущении и кроется уязвимость метода, ставшая основой для критики. Н. Гленн указывает, что субъективный выбор двух идентичных эффектов может быть ошибочным, а следовательно, существенно изменить результаты анализа [Glenn 2005]. Такой технический способ решения проблемы, по его мнению, не может быть признан удовлетворительным, поскольку главное допущение об аддитивном характере эффектов⁹ представля-

⁷ Авторы иллюстрируют данный тезис на примере динамики заработной платы мужчин в США.

⁸ Этот же подход был использован в работе О. Аттаназио, посвященной сберегательному поведению американских домохозяйств, принадлежащих к разным когортам [Attanasio 1998], применён к анализу сберегательного поведения домохозяйств Норвегии [Halvorsen 2003] и в других случаях.

⁹ Такое допущение означает, что эффект возраста является одинаковым во все исторические периоды и для всех когорт, эффект периода — идентичным для всех возрастов и когорт, а эффект когорты — одинаковым для всех возрастов и периодов.

ется некорректным [Glenn 2005: 15–16]. Тем не менее поиски сравнительно универсального способа дифференциации эффектов возраста, периода и когорты с использованием различных статистических процедур продолжаются¹⁰, хотя рядом авторов эти усилия представляются бесполезными («*a futile quest*»), если только не допустить вероятность нелинейного характера взаимосвязи между тремя переменными [Glenn 2005: 6, 20–21].

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

В рамках этого подхода весьма продуктивным представляется решение проблемы идентификации, реализованное известным немецким социологом-эмпириком Х.-П. Блоссфельдом в исследовании, посвящённом карьерным возможностям немецкой молодёжи [Blossfeld 1986]. Остановимся на нём подробнее. Для моделирования эффекта времени он использовал данные социально-экономической статистики. С помощью факторного анализа временных рядов (за 1950–1982 гг.) из 14 показателей экономического и социального развития ФРГ было выделено два латентных фактора (используется метод главных компонент), объясняющих 96,4% дисперсии. Первый фактор, названный автором «уровень модернизации», коррелирует с такими показателями: уровень производительности труда, дефлированный доход на душу населения и на одного работающего (экономически активного населения), объём личного потребления (дефлированный), доля расходов на услуги в потребительских расходах, доля занятых в общественном секторе экономики (*public sector*), доля 13-летних учащихся гимназий, доля работников сферы услуг в общем числе занятых, доля студентов в численности населения, доля чиновников (*civil servants*) и доля служащих (*white-collar employees*) в экономически активном населении. Второй фактор показывает высокие значения коэффициентов корреляции с уровнем безработицы (отрицательная взаимосвязь), долей инвестиций в здания и оборудование в ВВП, долей зарегистрированных вакансий в общем числе рабочих мест. Все три индикатора чётко измеряют цикличность развития рынка труда, поэтому фактор был обозначен автором соответствующим образом: «условия на рынке труда». Поскольку выделенные факторы являются ортогональными, возникает возможность включить их в одно уравнение, тем самым решив проблему разделения когортных и временных эффектов. Для оценки эффекта когорты исследователь анализирует изменение факторов «уровень модернизации» и «положение на рынке труда» в те годы, когда рассматриваемые респонденты выходят на рынок труда [Blossfeld 1986: 215].

Ценность решения Блоссфельда состоит в том, что оно даёт «...конкретный пример анализа латентного влияния исторического периода на социализацию когорт» [Головин 2004: 115]. Подход Блоссфельда

¹⁰ М. Сасаки и Т. Сузуки был предложен метод дифференциации эффектов с использованием критерия Байеса (*Bayesian criterion*), который базируется на идее о том, что изменения в следующих друг за другом «отрезках» (категориях) возраста, периода и когорт происходят постепенно; при этом отмечается, что допущение К. Мэйсона является частным случаем данного метода [Sasaki, Suzuki 1987]. Р. О'Брайеном и его соавторами была предложена смешанная модель для дифференциации эффектов: возраст и период измеряются дамми-переменными с фиксированным эффектом (*fixed-effect*), а когорты — дамми-переменными со случайным эффектом (*random-effect*) [O'Brien, Hudson, Stockard 2008]. Это позволяет, по мнению авторов модели, оценить, являются ли изменения, вызванные членством в когорте, статистически значимыми при контроле эффектов возраста и времени; такая оценка не имеет ограничений на форму функциональной зависимости между членством в когорте и зависимой переменной. Авторы тестируют предложенную ими смешанную модель дифференциации эффектов на данных статистики самоубийств. Схожие принципы использования случайных и (или) фиксированных эффектов в модели при решении проблемы идентификации используются и при анализе микроданных проекта General Social Survey (GSS) [Yang, Land 2008].

полезен ещё и тем, что помогает понять, какие статистические показатели могут быть использованы для отражения социально-экономических особенностей исторического периода. А поскольку все индустриальные общества имеют сходные параметры социально-экономического и демографического развития (хотя, конечно, необходимо учитывать специфику страны), то идея может быть перенесена и на российские реалии.

В работе А. Каптейна и его соавторов ставится вопрос о причинах дифференциации объёмов накопленных в домохозяйствах, принадлежащих к разным когортам [Kapteyn, Alessie, Lusardi 2005]. Авторы предлагают для тестирования два фактора, определяющих когортные эффекты: «рост производительности», выраженный в уровне ВВП на душу населения в те годы, когда глава домохозяйства выходит на рынок труда, и суммарные изменения в системе социального страхования (*Social Security*) в течение всего периода трудовой жизни главы домохозяйства. Используя панельные данные опроса населения Нидерландов, исследователи показывают, что фактор производительности может объяснить когортные эффекты в динамике доходов, а в совокупности с фактором изменений в пенсионном обеспечении — эффект когорты в динамике чистых активов [Kapteyn, Alessie, Lusardi 2005: 1363].

В поисках ответа на вопрос, какие показатели могут быть использованы для отражения сущностных характеристик изучаемого в нашем исследовании периода (1996–2010), следует обратить внимание на исследование Н. Головина, посвящённое процессам политической социализации [Головин 2004]. Изучая эту проблему применительно к российскому обществу 1992–2000 гг., автор рассматривает широкий спектр социально-экономических и демографических показателей с целью выявления объективных факторов, отражающих содержание данного периода¹¹. Использование статистических методов факторного анализа в данной ситуации, по мнению автора, проблематично, поскольку «...обнаруживается довольно неравномерная факторная нагрузка на переменные и слишком высокая чувствительность результатов статистических процедур к структуре и динамике переменных, обусловленной кризисными процессами» [Головин 2004: 153]. Экспертным путём Н. Головин приходит к выводу, что рассматриваемый им период характеризуется действием четырёх латентных факторов. Первый из них учитывает переменные, характеризующие ситуацию с занятостью населения и важнейшие макроэкономические показатели, то есть численность занятых в экономике, в том числе в промышленности, сельском хозяйстве, жилищно-коммунальной сфере и бытовом обслуживании, науке и её обслуживании, количество безработных, численность управленцев, число лиц старше трудоспособного возраста, а также объём ВВП, инвестиций, уровень инфляции и др. Фактор отражает ситуацию в экономике и нагрузку на население от её структурной перестройки. Вторым фактор, обозначенный автором как «противоречивость возможностей социальной мобильности молодёжи», объединяет такие показатели, как численность студенчества, выпуск специалистов с высшим образованием, количество получивших среднее образование, численность больных алкоголизмом и наркоманией. Третьим латентным фактором, действующим в рассматриваемый период, является совокупное влияние высокой естественной убыли населения, смертности и общей заболеваемости. В качестве четвёртого фактора исследователем выделяется преступность [Головин 2004: 153–154]. Эти факторы действуют дифференцированно на людей разного возраста, тем самым создавая эффект когорты. Автор указывает, что «первый фактор касается прежде всего поколений перестройки, “застоя” и поколения шестидесятых. Вторым фактор особенно сильно воздействует на молодёжь (поколение общесистемного кризиса), ставя её в отмеченную противоречивую ситуацию как раз в годы выбора жизненного пути. Третьим фактор сильнее всего действует на военное и послевоенное поколение и другие старшие возрасты, а от высокой преступности страдают все» [Головин 2004: 154].

¹¹ Помимо объективных, автор выделяет ещё субъективные факторы, под которыми подразумевается социальное настроение общества как «проявление социально-психологического климата политической социализации» [Головин 2004: 148]. Мы не рассматриваем эти факторы, поскольку изучение динамики настроений и так входит в цели нашего исследования.

Когортный, поколенческий анализ и историческая социология как методологическая парадигма

Здесь необходимо сказать, что в отечественной социологии вплоть до последнего времени речь традиционно шла о поколениях, а не о когортах. Своего рода обобщением данной традиции явилась вышедшая в 2005 г. под редакцией Ю. Левады и Т. Шанина книга «Отцы и дети: поколенческий анализ современной России» [Левада, Шанин 2005]. При всём богатстве теоретических подходов к исследованию проблемы поколений¹² единства по поводу эмпирического использования данного концепта нет. Это связано с трудностями операционализации данного понятия. К примеру, «каковы границы, разделяющие поколения? Как отличить одно поколение от другого в непрерывной череде смены поколений? На основании каких критериев можно судить о поколении?» [Семёнова 2005: 81]. Каждый исследователь отвечает на эти вопросы по-своему в зависимости от понимания теории вопроса.

Нам, если не вдаваться в подробности дифференциации поколений, видится обоснованным тезис М. Науэн о том, что «по сравнению с поколенческим подходом в социологии метод когортного анализа позволяет проводить более дифференцированный анализ общественной динамики, т.к. “когорта” представляет собой меньшую социальную общность, чем “поколение”, легче поддающуюся описанию, операционализации и эмпирическому анализу» [Науэн 2006: 142]. Иными словами, поколение может выступать в качестве совокупности различного числа когорт, выделенных, к примеру, по году рождения. Вместе с тем это ни в коем случае не означает, что когортный анализ является чисто «техническим». Суть его состоит именно в объяснении динамики каких-либо процессов различиями в социализации людей и сменой когорт, образующихся под влиянием отдельных событий или их совокупности.

Из этого следует, что при проведении когортных исследований целесообразно придерживаться историко-социологического подхода в качестве методологической парадигмы. Это означает, что временные периоды как прошлого, так и современности необходимо рассматривать как социально-исторические целостности со своими конфигурациями общественных условий и уникальными событиями, со своими альтернативами и многонаправленностью различных процессов¹³.

Заключение

Когортный подход к анализу потребительских ожиданий открывает большие возможности, во-первых, для исследования процесса адаптации людей к изменяющимся экономическим условиям и — применительно к России — механизма «рыночной социализации» населения. Во-вторых, анализ профиля потребительских ожиданий по возрасту в разрезе различных когорт полезен для понимания динамики настроений людей относительно экономического развития страны в будущем. Однако реализация данного подхода требует, с одной стороны, многолетних данных, собранных по единой методологии, а с другой — выбора стратегии решения проблемы идентификации, то есть разделения эффектов возраста, когорты и исторического периода.

Фундаментом выбора процедуры дифференциации эффектов должна быть теоретическая концепция исследователя. Применительно к анализу потребительских ожиданий отправной точкой таковой может являться психологическая экономика Дж. Катоны, из которой следует, что в условиях неопределённости экономические ожидания потребителей существенно влияют на экономику в целом. Опыт измерений потребительских настроений в различных странах показывает, что ИПН — это обобщённый ма-

¹² См., например: [Дубин 1995а; 1995b; Савельева, Полетаев 1997; Глозов 2004; Левада 2005; Шанин 2005] и др.

¹³ Подробнее об исторической социологии как о подходе к изучению общества см.: [Шанин 1997]; об исторической социологии как о стратегии исследования социализации см.: [Головин 2004: 78–89].

кросэкономический показатель, действительно отражающий, а зачастую и прогнозирующий динамику экономического развития страны в целом. Соответственно можно предположить, что значение индекса аккумулирует в себе эффект периода, понимаемого в данном случае как совокупность социально-экономических характеристик в конкретную единицу времени.

Наше дальнейшее эмпирическое исследование предполагает использование данной теоретической концепции с целью выявления эффекта когорты в изменении потребительских ожиданий россиян в 1996–2010 гг.

Литература

- Глотов М. Б. 2004. Поколение как категория социологии. *Социологические исследования*. 10: 42–49.
- Головин Н. Л. 2004. *Теоретико-методологические основы исследования политической социализации*. СПб.: Издательство СПбГУ.
- Дубин Б. В. 1995а. О поколенческом механизме социальных сдвигов. В сб.: Заславская Т. И. (отв. ред.) *Куда идёт Россия? Альтернативы общественного развития*. М.: Аспект-Пресс; 237–247.
- Дубин Б. В. 1995b. Социальный статус, культурный капитал и разрыв поколений. *Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены*. 1: 12–16.
- Ибрагимова Д. Х., Николаенко С. А. 2005. *Индекс потребительских настроений*. М.: Поматур.
- Кесельман Л. Е., Мацкевич М. Г. 1998. Межгенерационный сдвиг индивидуального оптимизма/пессимизма в современном российском обществе. *Журнал социологии и социальной антропологии*. 1 (2): 113–120.
- Левада Ю. А. 1999. Пятилетние группы — пятилетние сдвиги (опыт ретроспективного анализа). *Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены*. 2: 19–24.
- Левада Ю. А. 2000. Человек приспособленный. В кн.: Левада Ю. *От мнений к пониманию: социологические очерки 1993–2000*. М.: Московская школа политических исследований; 467–488.
- Левада Ю. А. 2005. Поколения XX века: возможности исследования. В сб.: Левада Ю. А., Шанин Т. (ред.). *Отцы и дети: поколенческий анализ современной России*. М.: Новое Литературное обозрение; 39–60.
- Левада Ю. А., Шанин Т. (ред.). 2005. *Отцы и дети: поколенческий анализ современной России*. М.: Новое Литературное обозрение.
- Науэн М. С. 2006. Метод когортного анализа в социологии. *Журнал социологии и социальной антропологии*. 9 (3): 137–144.
- Савельева И. М., Полетаев А. В. 1997. Смена поколений. В кн.: Савельева И. М., Полетаев А. В. *История и время: в поисках утраченного*. М.: Языки русской культуры; 360–371.
- Семёнова В. В. 2005. Современные концепции и эмпирические подходы к понятию «поколение» в социологии. В сб.: Левада Ю. А., Шанин Т. (ред.). *Отцы и дети: поколенческий анализ современной России*. М.: Новое Литературное обозрение; 80–107.

- Шанин Т. 1997. Постскрипtum: Вопросы выбора. В кн.: Шанин Т. *Революция как момент истины: Россия 1905–1907 — 1917–1922 годы*. Пер. с англ. Е. М. Ковалёва. М.: Весь мир.
- Шанин Т. 2005. История поколений и поколенческая история. В сб.: Левада Ю. А., Шанин Т. (ред.). *Отцы и дети: поколенческий анализ современной России*. М.: Новое Литературное обозрение; 17–39.
- Adams F. 1964. Consumer Attitudes, Buying Plans, and Purchases of Durable Goods: A Principal Components, Time Series Approach. *The Review of Economics and Statistics*. 46 (4): 347–355.
- Attanasio O. P. 1998. Cohort Analysis of Saving Behavior by U.S. Households. *The Journal of Human Resources*. 33 (3). Summer: 575–609.
- Baghestani H. 1992. Survey Evidence on the Muthian Rationality of Inflation Forecasts of US consumers. *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*. May: 173–186.
- Baltes P. B., Reinert G. 1969. Cohort Effects in Cognitive Development of Children as Revealed by Cross-sectional Sequences. *Developmental Psychology*. 1 (2): 169–177.
- Blossfeld H.-P. 1986. Career Opportunities in the Federal Republic of Germany: A Dynamic Approach to the Study of Life-Course, Cohort, and Period Effects. *European Sociological Review*. 2 (3). December: 208–225.
- Carroll C. 2003. Macroeconomic Expectations of Households and Professional Forecasters. *The Quarterly Journal of Economics*. 118 (1): 269–298.
- Carroll C., Dunn W. 1997. Unemployment Expectations, Jumping (S, s) Triggers, and Household Balance Sheets. In: Bernanke B. S., Rotemberg J. (eds). *NBER Macroeconomics Annual*. 12; 165–230. URL: <http://www.nber.org/chapters/c11039.pdf>
- Carroll C., Fuhrer J., Wilcox D. 1994. Does Consumer Sentiment Forecast Household Spending? If So, Why? *The American Economic Review*. 84 (5): 1397–1408.
- Curtin R. 2000. *The Structure of Consumer Confidence: Comparisons between the United States and Russia*. URL: <http://www.sca.isr.umich.edu/fetchdoc.php?docid=24781>
- Curtin R. 2003. Unemployment Expectations: The Impact of Private Information on Income Uncertainty. *Review of Income and Wealth*. 49 (4): 539–554.
- Curtin R. 2007a. Consumer Sentiment Surveys: Worldwide Review and Assessment. *Journal of Business Cycle Measurement and Analysis*. 3 (1): 7–42.
- Curtin R. 2007b. *What U.S. Consumers Knows about the Economic Conditions*. Paper presented at OECD World Forum on Statistics, Knowledge and Policy. June. URL: <http://www.sca.isr.umich.edu/fetchdoc.php?docid=34884>
- Curtin R. 2010. Inflation Expectations: Theoretical Models and Empirical Tests. In: Sinclair P. (ed.). *Inflation Expectations*. London: Routledge; 34–36.

- Das M., Soest A. van. 2000. *Expected Versus Realized Income Expectations: A Test of the Rational Expectations Hypothesis*. URL: <http://fmwww.bc.edu/RePEc/es2000/1750.pdf>
- Deaton A., Paxson C. 1994. Saving, Aging, and Growth in Taiwan. In: Wise D. (ed.). *Studies in the Economics of Aging*. Chicago: University of Chicago Press; 331–362.
- Easaw J., Garratt D., Heravi S. 2005. Does Consumer Sentiment Accurately Forecast UK Household Consumption? Are There Any Comparisons To Be Made With The US? *Journal of Macroeconomics*. 27: 517–532.
- Glenn N. 2005. *Cohort Analysis*. 2nd rev. ed. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications (Quantitative Applications in the Social Sciences Series).
- Grant A. P., Thomas L. B., Jr. 1999. Inflationary Expectations and Rationality Revisited. *Economic Letters*. 62: 331–338.
- Heckman J., Robb R. 1985. Using Longitudinal Data to Estimate Age, Period and Cohort Effects in Earnings Equations. In: Mason W. M., Fienberg S. E. (eds) *Cohort Analysis in Social Research*. New York: Springer; 137–150.
- Halvorsen E. 2003. *A Cohort Analysis of Household Saving in Norway*. Discussion Papers No. 354, August 2003. Statistics Norway, Research Department. URL: <http://www.ssb.no/a/publikasjoner/pdf/DP/dp354.pdf>
- Heim J. 2010. The Impact of Consumer Confidence on Consumption and Investment Spending. *The Journal of Applied Business and Economics*. 11 (2). August: 37–54.
- Howrey P. 2001. The Predictive Power of the Index of Consumer Sentiment. *Brookings Papers on Economic Activity*. 1: 175–216.
- Juster T., Wachtel P. 1972. Anticipatory and Objective Models of Durable Goods Demand. *The American Economic Review*. 62 (4): 564–579.
- Kapteyn A., Alessie R., Lusardi A. 2005. Explaining the Wealth Holdings of Different Cohorts: Productivity Growth and Social Security. *European Economic Review*. 49 (5). July: 1361–1391.
- Katona G. 1951. *Psychological Analysis of Economic Behaviour*. New York: McGraw-Hill.
- Katona G. 1968. Consumer Behavior: Theory and Findings on Expectations and Aspirations. *The American Economic Review*. 58 (2). Papers and Proceedings of the Eightieth Annual Meeting of the American Economic Association (May, 1968); 19–30.
- Katona G. 1975. *Psychological Economics*. New York: Elsevier.
- Kwan A., Cotsomitis J. 2004. Can Consumer Attitudes Forecast Household Spending in the United States? Further Evidence from the Michigan Survey of Consumers. *Southern Economic Journal*. 71 (1). July: 136–144.

- Lahiri K., Zhao Y. 2013. *Determinants of Consumer Sentiment: Evidence from Household Survey Data*. Discussion Papers from University at Albany, SUNY, Department of Economics. URL: <http://econpapers.repec.org/paper/nyaalbaec/13-12.htm>
- Ludvigson S. 2004. Consumer Confidence and Confidence Spending. *Journal of Economic Perspectives*. 18 (2): 29–50.
- Mannheim K. 1952. *The Problem of Generations*. In: Mannheim K. (ed.). *Essays on the Sociology of Knowledge*. New York: Oxford University Press; 276–321.
- Mason K. O. et al. 1973. Some Methodological Issues in Cohort Analysis of Archival Data. *American Sociological Review*. 38 (2): 242–258.
- Mishkin F. et al. 1978. Consumer Sentiment and Spending on Durable Goods. *Brookings Papers on Economic Activity*. 1: 217–232.
- Noble N., Windsor Fields T. 1982. Testing the Rationality of Inflation Expectations Derived from Survey Data: A Structure-Based Approach. *Southern Economic Journal*. 49 (2): 361–373.
- O'Brien R. M., Hudson K., Stockard J. 2008. A Mixed Model Estimation of Age, Period, and Cohort Effects. *Sociological Methods & Research*. 36: 402–428.
- Ryder N. 1965. The Cohort as a Concept in the Study of Social Change. *American Sociological Review*. 30 (6): 843–861.
- Sasaki M., Suzuki T. 1987. Changes in Religious Commitment in the United States, Holland, and Japan. *American Journal of Sociology*. 92: 1055–1076.
- Shorrocks A. F. 1975. The Age-Wealth Relationship: A Cross Section and Cohort Analysis. *Review of Economics and Statistics*. 57 (2). May: 155–163.
- Souleles N. 2004. Expectations, Heterogeneous Forecast Errors, And Consumption: Micro Evidence Form. The Michigan Consumer Sentiment Surveys. *Journal of Money, Credit and Banking*. 36 (1). February: 39–72.
- Thomas L. B., Jr. 1999. Survey Measures of Expected U.S. Inflation. *Journal of Economic Perspectives*. 13 (4): 125–144.
- Yang Y., Land K. C. 2008. Age—Period—Cohort Analysis of Repeated Cross-Section Surveys: Fixed or Random Effects. *Sociological Methods & Research*. 36: 297–327.

PROFESSIONAL REVIEWS

Dilyara Ibragimova

Cohort Analysis of Consumer Expectations of Russian Population (1996–2010): Theoretical and Methodological Backgrounds

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

Email: dibragimova@hse.ru

Abstract

Consumer confidence surveys are regularly conducted in more than 50 countries, including Russia. Most of them measure how optimistic or pessimistic consumers are with respect to the economy in the near future and test the predictive power of CSI components. Only a few studies analyze the determinants of consumer expectations and examine various socio-demographic determinates of CSI components, including age. However, when assessing the effects of age one should separate age and cohort effects. The term cohort effect is used to describe the effects of being born at about the same time, exposed to the same events in the process of their socialization. The paper provides an overview of theoretical approaches and empirical research which can be used for cohort analysis of consumer expectations. The paper deals with the psychological economics of G. Katona, generation theory of K. Mannheim, N. Ryder's conceptual approach to cohort analysis in social sciences. Special attention is given to the discussion of possible

strategies to address the “identification problem”, i. e. the linear dependency of cohort membership, age, and period. Based on consumer surveys data on saving and consumption, the paper analyzes the advantages and disadvantages of both “formal” and ‘substantive’ approaches aimed at clarifying the definitions and interpretations of age, period and cohort effects. The article raises the question of how to relate the generational and cohort analysis, as well as describing the principles of historical sociology as a methodological paradigm of such studies.

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

References

- Adams F. (1964) Consumer Attitudes, Buying Plans, and Purchases of Durable Goods: A Principal Components, Time Series Approach. *The Review of Economics and Statistics*, vol. 46, no 4, pp. 347–355.
- Attanasio O. P. (1998) Cohort Analysis of Saving Behavior by U.S. Households. *The Journal of Human Resources*, vol. 33, no 3, Summer, pp. 575–609.
- Baghestani H. (1992) Survey Evidence on the Muthian Rationality of Inflation Forecasts of US consumers. *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, May, pp. 173–186.
- Baltes P. B., Reinert G. (1969) Cohort Effects in Cognitive Development of Children as Revealed by Cross-Sectional Sequences. *Developmental Psychology*, vol. 1, no 2, pp. 169–177.

- Blossfeld H.-P. (1986) Career Opportunities in the Federal Republic of Germany: A Dynamic Approach to the Study of Life-Course, Cohort, and Period Effects. *European Sociological Review*, vol. 2, no 3, December, pp. 208–225.
- Carroll C. (2003) Macroeconomic Expectations of Households and Professional Forecasters. *The Quarterly Journal of Economics*, vol. 118, no 1, pp. 269–298.
- Carroll C., Dunn W. (1997) Unemployment Expectations, Jumping (S, s) Triggers, and Household Balance Sheets. *NBER Macroeconomics Annual* (eds. B. S. Bernanke, J. Rotemberg), vol. 12, pp. 165–230. Available at: <http://www.nber.org/chapters/c11039.pdf> (accessed on 27 February 2014).
- Carroll C., Fuhrer J., Wilcox D. (1994) Does Consumer Sentiment Forecast Household Spending? If So, Why? *The American Economic Review*, vol. 84, no 5, pp. 1397–1408.
- Curtin R. (2000) *The Structure of Consumer Confidence: Comparisons between the United States and Russia*. Available at: <http://www.sca.isr.umich.edu/fetchdoc.php?docid=24781> (accessed on 27 February 2014).
- Curtin R. (2003) Unemployment Expectations: The Impact of Private Information on Income Uncertainty. *Review of Income and Wealth*, vol. 49, no 4, pp. 539–554.
- Curtin R. (2007a) Consumer Sentiment Surveys: Worldwide Review and Assessment. *Journal of Business Cycle Measurement and Analysis*, vol. 3, no 1, pp. 7–42.
- Curtin R. (2007b) *What U.S. Consumer Knows about the Economic Conditions*. Paper presented at OECD World Forum on Statistics, Knowledge and Policy, June 007. Available at: <http://www.sca.isr.umich.edu/fetchdoc.php?docid=34884> (accessed on 27 February 2014).
- Curtin R. (2010) Inflation Expectations: Theoretical Models and Empirical Tests. *Inflation Expectations* (ed. P. Sinclair), London: Routledge, pp. 34–36.
- Das M., Soest A. van. (2000) Expected Versus Realized Income Expectations: A Test of the Rational Expectations Hypothesis. Available at: <http://fmwww.bc.edu/RePEc/es2000/1750.pdf> (accessed on 27 February 2014).
- Deaton A., Paxson C. (1994) Saving, Aging, and Growth in Taiwan. *Studies in the Economics of Aging* (ed. D. Wise), Chicago: University of Chicago Press, pp. 331–362.
- Dubin B. (1995a) O pokolencheskom mekhanizme sotsial'nykh sdvigoov [On Generational Mechanism of Social Shifts]. *Kuda idet Rossiya? Al'ternativy obschestvennogo razvitiya* [Where is Russia Going? Alternatives for Social Development] (ed. T. I. Zaslavskaja), Moscow: Aspekt-Press, pp. 237–247 (in Russian).
- Dubin B. (1995b) Sotsial'ny status, kul'turny capital i razry v pokolenii [Social Status, Cultural Capital and the Generation Gap]. *The Russian Public Opinion Monitor*, vol. 1, pp. 12–16 (in Russian).
- Easaw J., Garratt D., Heravi S. (2005) Does Consumer Sentiment Accurately Forecast UK Household Consumption? Are There Any Comparisons To Be Made With The US? *Journal of Macroeconomics*, vol. 27, pp. 517–532.
- Glenn N. (2005) *Cohort Analysis*. 2nd rev. ed., Thousand Oaks, CA: SAGE Publications (Quantitative Applications in the Social Sciences Series).

- Glotov M. (2004) Pokoleniye kak kategoriya sociologii [Generation as a Sociological Category]. *Sotsiologicheskie issledovaniya*, vol. 10, pp. 42–49 (in Russian).
- Golovin N. (2004) *Teoretico-metodologicheskie osnovy issledovaniya politicheskoi sotsializatsii* [Theoretical and Methodological Foundations of Studies in Political Socialization], Saint-Petersburg: St.-Petersburg State University (in Russian).
- Grant A. P., Thomas L. B., Jr. (1999) Inflationary Expectations and Rationality Revisited. *Economic Letters*, vol. 62, pp. 331–338.
- Heckman J., Robb R. (1985) Using Longitudinal Data to Estimate Age, Period and Cohort Effects in Earnings Equations. *Cohort Analysis in Social Research* (eds. W. M. Mason, S. E. Fienberg), New York: Springer, pp. 137–150.
- Halvorsen E. (2003) *A Cohort Analysis of Household Saving in Norway*. Discussion Papers No. 354, August 2003 Statistics Norway, Research Department, Available at: <http://www.ssb.no/a/publikasjoner/pdf/DP/dp354.pdf> (accessed on 27 February 2014).
- Heim J. (2010) The Impact of Consumer Confidence on Consumption and Investment Spending. *The Journal of Applied Business and Economics*, vol. 11, no 2, August, pp. 37–54.
- Howrey P. (2001) The Predictive Power of the Index of Consumer Sentiment. *Brookings Papers on Economic Activity*, vol. 1, pp. 175–216.
- Ibragimova D., Nikolayenko S. (2005) *Index potrebitel'skikh nastroyenii* [Consumer Sentiment Index], Moscow: Pomatur (in Russian).
- Juster T., Wachtel P. (1972) Anticipatory and Objective Models of Durable Goods Demand. *The American Economic Review*, vol. 62, no 4, pp. 564–579.
- Kapteyn A., Alessie R., Lusardi A. (2005) Explaining the Wealth Holdings of Different Cohorts: Productivity Growth and Social Security. *European Economic Review*, vol. 49, no 5, July, pp. 1361–1391.
- Katona G. (1951) *Psychological Analysis of Economic Behaviour*. New York: McGraw-Hill.
- Katona G. (1968) Consumer Behavior: Theory and Findings on Expectations and Aspirations. *The American Economic Review*, vol. 58, no 2. Papers and Proceedings of the Eightieth Annual Meeting of the American Economic Association (May), pp. 19–30.
- Katona G. (1975) *Psychological Economics*. New York: Elsevier.
- Kesel'man L., Matskevich M. (1998) Mezhhgeneratsionnyy sdvig individual'nogo optimizma/pessimizma v sovremennom rossiiskom obschestve [The Intergenerational Shift of Individual Optimism/Pessimism in Contemporary Russian Society]. *Zhurnal sotsiologii i sotsial'noy antropologii*, vol. 1, no 2, pp. 113–120 (in Russian).
- Kwan A., Cotsomitis J. (2004) Can Consumer Attitudes Forecast Household Spending in the United States? Further Evidence from the Michigan Survey of Consumers. *Southern Economic Journal*, vol. 71, no 1, July, pp. 136–144.

- Lahiri K., Zhao Y. (2013) *Determinants of Consumer Sentiment: Evidence from Household Survey Data*. Discussion Papers from University at Albany, SUNY, Department of Economics. Available at: <http://econpapers.repec.org/paper/nyaalbaec/13-12.htm> (accessed on 27 February 2014).
- Levada Yu. (1999) Pyatiletnie gruppy — pyatiletnie sdvigi (opyt retrospektivnogo analiza) [Five-Year Groups — the Five-Year Changes (A Retrospective Analysis)]. *The Russian Public Opinion Monitor*, vol. 2, pp. 19–24 (in Russian).
- Levada Yu. (2000) Chelovek prisposoblenny [Adapted Human]. Levada Yu. *Ot mnenii k ponimaniyu: sociologicheskie ocherki 1993–2000* [From Opinion toward Understanding: Sociological Essays 1993–2000], Moscow: Moscow School of Political Research, pp. 467–488 (in Russian).
- Levada Yu (2005) Pokoleniya 20-go veka: vozmozhnosti issledovaniya [Generations of the 20-th Century: Possibilities for Studying]. *Otsy i deti: pokolencheskii analiz sovremennoi Rossii* [Daddies and Children: A Generational Analysis of Contemporary Russia] (eds. Yu. Levada, T. Shanin), Moscow: New Literary Review; pp. 39–60 (in Russian).
- Levada Yu., Shanin T. (eds) (2005). *Otsy i deti: pokolencheskii analiz sovremennoi Rossii* [Daddies and Children: A Generational Analysis of Contemporary Russia], Moscow: New Literary Review (in Russian).
- Ludvigson S. (2004) Consumer Confidence and Confidence Spending. *Journal of Economic Perspectives*, vol. 18, no 2, pp. 29–50.
- Mannheim K. (1952) *The Problem of Generations. Essays on the Sociology of Knowledge* (ed. K. Manheim), New York: Oxford University Press, pp. 276–321.
- Mason K. O., Mason W. M., Winsborough H. H., Poole K. W. (1973) Some Methodological Issues in Cohort Analysis of Archival Data. *American Sociological Review*, vol. 38, no 2, pp. 242–258.
- Mishkin F., Hall R., Shoven J., Juster T., Lovell M. (1978). Consumer Sentiment and Spending on Durable Goods. *Brookings Papers on Economic Activity*, no 1, pp. 217–232.
- Nauen M. (2006) Metod kogortnogo analiza v sociologii [Method of Cohort Analysis in Sociology]. *The Journal of Sociology and Social Anthropology*, vol. 9, no 3, pp. 137–144 (in Russian).
- Noble N., Windsor Fields T. (1982) Testing the Rationality of Inflation Expectations Derived from Survey Data: A Structure-Based Approach. *Southern Economic Journal*, vol. 49, no 2, pp. 361–373.
- O'Brien R. M., Hudson K., Stockard J. (2008) A Mixed Model Estimation of Age, Period, and Cohort Effects. *Sociological Methods & Research*, vol. 36, pp. 402–428.
- Ryder N. (1965) The Cohort as a Concept in the Study of Social Change. *American Sociological Review*, vol. 30, no 6, pp. 843–861.
- Sasaki M., Suzuki T. (1987) Changes in Religious Commitment in the United States, Holland, and Japan. *American Journal of Sociology*, vol. 92, pp. 1055–1076.
- Savel'eva I., Poletayev A. (1997) Smena pokoleniy [Generational Replacement]. Savel'eva I., Poletayev A. *Istoriya i vremya: v poiskakh utrachennogo* [History and Time: Searching the Past], Moscow: Yazyki russkoi kul'tury, pp. 360–371 (in Russian).

- Semenova V. (2005) Sovremennye kontseptsii i empiricheskie podkhody k ponyatiyu “pokolenie” v sociologii [Contemporary Concepts and Empirical Approaches to the Notion of Generation in Sociology]. *Otsy i deti: pokolencheskii analiz sovremennoi Rossii* [Daddies and Children: A Generational Analysis of Contemporary Russia] (eds. Yu. Levada, T. Shanin), Moscow: New Literary Review, pp. 80–107 (in Russian).
- Shanin T. (1997) Postskriptum: Voprosy vybora [Postscript: Questions of Choice]. Shanin T. *Revolution as a Moment of Truth 1905–1907 — 1917–1922* (Translated by E. Kovalev), Moscow: Ves’ mir (in Russian).
- Shanin T. (2005). Istoriya pokolenii i pokolencheskya istoriya [History of Generations and Generational History]. *Otsy i deti: pokolencheskii analiz sovremennoi Rossii* [Daddies and Children: A Generational Analysis of Contemporary Russia] (eds. Yu. Levada, T. Shanin), Moscow: New Literary Review, pp. 17–39 (in Russian).
- Shorrocks A. F. (1975) The Age-Wealth Relationship: A Cross Section and Cohort Analysis. *Review of Economics and Statistics*, vol. 57, no 2, May, pp. 155–163.
- Souleles N. (2004) Expectations, Heterogeneous Forecast Errors, And Consumption: Micro Evidence Form. The Michigan Consumer Sentiment Surveys. *Journal of Money, Credit and Banking*, vol. 36, no 1, February, pp. 39–72.
- Thomas L. B., Jr. (1999) Survey Measures of Expected U.S. Inflation. *Journal of Economic Perspectives*, vol. 13, no 4, pp. 125–144.
- Yang Ya., Land K. C. (2008) Age—Period—Cohort Analysis of Repeated Cross-Section Surveys: Fixed or Random Effects. *Sociological Methods & Research*, vol. 36, pp. 297–327.

НОВЫЕ КНИГИ

Т. А. Алимова

Современные исследования предпринимательства: всё включено

Рецензия на книгу: *Современные классики теории предпринимательства. Лауреаты Международной премии за вклад в исследования предпринимательства и малого бизнеса (1996–2010)*. 2013. Перевод с англ. М.: Изд. дом ВШЭ. 526 с.¹



АЛИМОВА Татьяна Александровна — кандидат экономических наук, доцент кафедры экономической социологии, ведущий научный сотрудник Научно-учебной лаборатории исследований предпринимательства НИУ ВШЭ.
Адрес: Россия, 101000, Москва, ул. Мясницкая, д. 20.

Email: talimova@hse.ru

Предпринимательство как междисциплинарная область исследований привлекает сегодня повышенное внимание представителей разных школ, активно развиваясь в теоретическом и прикладном направлениях. При этом обращает внимание одна досадная особенность: исследовательский мейнстрим представлен по большей части зарубежными учёными, чьи достижения ушли далеко вперёд от основ, заложенных Максом Вебером и Йозефом Шумпетером, но остались малоизвестными широкой аудитории российских преподавателей и студентов, сообщая штурмующих экономические, социологические, психологические и управленческие основы предпринимательства. Рецензируемая книга имеет все шансы восполнить этот информационный пробел, так как вводит читателя в курс сформировавшихся подходов и продолжающихся дискуссий по вопросам теории, методологии, практики исследований предпринимательства на международном уровне. Перед нами — сборник специально подготовленных лекций лауреатов Международной премии за вклад в исследования предпринимательства и малого бизнеса, а также эссе об их творческих биографиях. Эта премия (самая престижная в своей области) была основана в 1996 г. Шведским центром по изучению малого бизнеса (Swedish Foundation for Small Business Research, FSF) и Шведским агентством по экономическому и региональному росту (Swedish Agency for Economic and Regional Growth, NUTEK). Лекции лауреатов акцентируют внимание на приоритетных и наиболее перспективных направлениях дальнейших исследований предпринимательства. В эссе анализируются основные идеи лауреатов, уже разработанные в их наиболее известных публикациях, обобщается вклад лауреатов в развитие теории предпринимательства. А обширная библиография, завершающая каждую из лекций и эссе, формирует «площадку знаний» по основным направлениям исследований на международном уровне.

Составители сборника придерживаются хронологии, представляя лауреатов премии за исследования в области предпринимательства 1996–2010 гг. Мы же оцениваем содержание сборника, рассматривая его наиболее важные тематические блоки: вклад предпринимательства в экономическое развитие; стадии предпринимательства; типы предпринимательских

¹ Научный редактор перевода, автор предисловия и послесловия — д. э. н. А. Ю. Чепуренко. Переводы подготовлены по текстам, размещённым на портале премии (www.e-award.org), сотрудниками и участниками научного семинара Научно-учебной лаборатории исследований предпринимательства НИУ ВШЭ.

структур и формы организации предпринимательской деятельности; социальные сети предпринимателей, инновации и венчурное финансирование и др. Анализируя, сравнивая позиции лауреатов, заочно участвуя в их полемике, читатель с любым уровнем осведомлённости пополнит свои знания передовыми достижениями в современной теории предпринимательства.

Ключевые слова: предпринимательство; экономическое развитие; малый бизнес; инновации; государство; социальные сети; международные сравнения.

Предприниматель, предпринимательство: роль в экономическом развитии

Концептуальные основы роли предпринимателя и предпринимательской функции в рыночной экономике, заложенные Й. Шумпетером, разделяются большинством исследователей, что не является табу для развития понимания их ролевых особенностей в зависимости от контекста анализа. Израэль М. Кирцнер (лауреат премии за 2006 г.) делает акцент на роли предпринимателя как агента, который сначала фиксирует нарушение рыночного равновесия из-за произошедших изменений в ресурсах и ценах, а затем способствует восстановлению равновесия с помощью конкуренции. Этим стремлением к равновесию «пассивный» предприниматель Кирцнера отличается от креативного предпринимателя Шумпетера, сознательно вносящего изменения, выводящие рынок из равновесия, но не противоречит ему, если речь идёт о динамике рыночной системы. Долгосрочные рыночные тенденции определяются креативным даром генерировать инновации «шумпетеровского» предпринимателя. Восприимчивость «кирцнеровского» предпринимателя к вновь появившимся условиям и возможностям трансформирует инновации других в равновесие для всех.

Обнаружить и использовать предпринимательские возможности, связанные с появлением новых товаров, услуг, способов организации и проч., позволяют, по Скотту Шейну (лауреат премии за 2009 г.), присущие именно предпринимателю и отличающие его от непредпринимательского большинства личные качества. Их перечень широк, но, как полагает Шейн, качества индивида важны не столько сами по себе, сколько применительно именно к тем предпринимательским возможностям, которые он стремится использовать.

Влияние предпринимательства на экономическое развитие большей частью подтверждается его вкладом в обеспечение занятости и приращение инноваций. Дэвид Бёрч (лауреат премии за 1996 г.) в результате расчётов пришёл к выводу о непропорционально большом (в сравнении с долей в общей занятости в экономике) вкладе малых предприятий в создание рабочих мест. Развивая свой подход, Бёрч акцентирует внимание на приоритете в этой области быстрорастущих компаний, названных «газелями» и описанных в терминах основных характеристик и требований к среде их появления.

Золтан Б. Акс и Дэвид Одретч (лауреаты премии за 2001 г.) определяют роль предпринимательства в современной экономике возможностью малых фирм реализовывать инновации, быть агентами изменений, а не просто менее эффективными клонами крупных компаний на сформированных рынках. Исследователи выделяют детерминанты инновационной активности, к которым относятся следующие факторы: доля ресурсов, вложенных в инновации; количество патентов; выпуск инновационного продукта. Отраслевые различия в технологических режимах, рутинизированных или предпринимательских, создают преимущественные возможности для инновационной активности крупных и малых фирм соответственно. Вход в отрасль новых инновационных фирм затруднён, если знания накапливаются преимущественно внутри отрасли.

Инновационный вклад малых и крупных предпринимательских фирм в экономическое обновление и рост, по Уильяму Баумолю (лауреат премии за 2003 г.), различен и комплементарен. Инновационные прорывы обычно обеспечиваются малыми предприятиями; крупные же фирмы за счёт накапливаемых

частичных улучшений способствуют расширению возможностей и увеличению скорости распространения инноваций.

Но не любое предпринимательство основано на инновациях, а, по типологии Баумоля, только производительное. Другие типы предпринимательства — это непроизводительная предпринимательская активность, основанная на поиске ренты (например, использование административного ресурса в качестве конкурентного преимущества) и на преступной деятельности (так называемое деструктивное предпринимательство; например, перераспределение прав собственности в результате рейдерства). Стимулирует экономическое развитие, способствует приращению благосостояния только производительное предпринимательство, тогда как непроизводительное, и тем более деструктивное, предпринимательство продуцирует стагнацию. Таким образом, экономический рост зависит не столько от общего числа предпринимателей, сколько от их распределения между производительной и непроизводительной деятельностью. Институциональная среда формирует для предпринимателей «правила игры», определяет, какие средства и стратегии достижения цели (получения прибыли) более эффективны в конкретных условиях, какие издержки и выгоды связаны с каждым видом деятельности. Государственная политика может (и должна) поэтому влиять, скорее, на распределение предпринимателей между производительными и непроизводительными видами деятельности, чем на количество людей, обладающих предпринимательскими способностями. Институциональная среда, побуждающая к производительному предпринимательству, является решающей детерминантой экономического развития.

Стадии предпринимательства

Этапы предпринимательской деятельности — от «рождения» до «смерти» — порой кардинально различны в своих целях, проблемах и возможностях. Новаторским вкладом Пола Рейнольдса (лауреат премии за 2004 г.) в понимание процесса создания бизнеса явилось исследование так называемых нарождающихся предпринимателей, то есть тех лиц трудоспособного возраста, кто делает первые шаги к воплощению задуманного бизнес-проекта, но чей бизнес ещё не функционирует. Вовлечённость населения в создание нового бизнеса, не фиксируемая показателями рынка труда, оказалась масштабным явлением. Для её изучения использовались новые эмпирические методы, базирующиеся на репрезентативной выборке нарождающихся предпринимателей, введены концепты различных стадий предпринимательской активности (прежде всего показатель ранней предпринимательской активности (*Total Early-Stage Entrepreneurial Activity, TEA*)), предложена система индикаторов, отражающих индивидуальные характеристики предпринимателей и внешние условия предпринимательской деятельности.

Исследуя причины удачи одних стартапов и провала других, Арнольд Купер (лауреат премии за 1997 г.) анализирует процесс создания и запуска новых предприятий с учётом характеристик предпринимателя, предприятия и окружающей среды.

Ховард Олдрич (лауреат премии за 2000 г.), придерживаясь эволюционного подхода, концентрирует внимание на этапах рождения и смерти фирм, на важности новых организаций как источников изменений в обществе, роли индивидов и групп в создании новой организации, формировании новых популяций фирм и отношениях между популяциями. А главной проблемой новых фирм в новых отраслях он считает недостаток институциональной легитимации.

Дэвид Стори (лауреат премии за 1998 г.), исследуя факторы, влияющие на уровень образования новых фирм, выделяет основной из них: интенсивность сокращения рабочих мест с единственной альтернативой получения дохода — самозанятостью. Тем самым он подтверждает гипотезу «выталкивания», то есть связь между ростом безработицы и созданием новых фирм в ситуации сокращения спроса и низкого пособия по безработице. Альтернативный механизм создания новых фирм запускается в связи с расширением возможностей выхода на рынок и прежде всего с ростом спроса (рынок «притягивает»).

Типы предпринимательских структур и формы организации предпринимательской деятельности

Разнообразие типологий предпринимательства, основывающихся на таких признаках, как размер фирмы, участие семьи в управлении бизнесом, этнические и гендерные характеристики предпринимателей, внутрифирменное предпринимательство и связанное с созданием новой организации, нацеленность на рост прибыли или обеспечение приемлемого дохода и проч., предопределяет широту спектра исследований в данной области. Ховард Олдрич анализирует этническое предпринимательство с позиций трёхмерного теоретического подхода, разграничивающего и синтезирующего такие аспекты, как доступ к предпринимательским возможностям, характеристики этнических групп и стратегии этнических фирм. В числе его достижений также исследование командного предпринимательства: новые фирмы, преимущественно те, что ориентированы на рост и высококапитализированны, основываются предпринимательскими командами и имеют ряд инструментальных и социально-психологических выгод, более успешны в сравнении с индивидуальными предпринимателями. Основные модели процесса формирования команд следующие: рационально-инструментальные критерии отбора членов команды и социально-психологическая совместимость, межличностные отношения внутри команды.

Феномен социального предпринимательства, когда деятельность, не отказывающаяся от прибыли, нацелена в первую очередь на решение социальных проблем и умножение общественного благосостояния, исследует Ян К. Макмиллан (лауреат премии за 1999 г.). Основные ограничения социального предпринимательства: нехватка стартового капитала и низкая прибыльность. В их преодолении ведущая роль отводится университетам (разработка бизнес-идеи социально ориентированного бизнеса вплоть до модели стартапа) и меценатам (спонсирование исследований университетов и этапа старта бизнеса). За предпринимателем остаются запуск нового бизнеса и управление им, обеспечение коммерческого успеха. Исследуя корпоративное предпринимательство, когда новый бизнес создаётся в рамках существующих фирм, Ян К. Макмиллан основное внимание уделяет вопросам его стимулирования и управления новыми фирмами.

Основной «приток знаний» о женском предпринимательстве обеспечил проект «Диана» (лауреат премии за 2007 г.), межуниверситетская исследовательская программа, инициированная пятью женщинами — исследователями предпринимательства. В её фокусе — «женский» бизнес, имеющий потенциал роста, и факторы, способствующие развитию бизнеса, главный из которых — доступ к венчурному финансированию. Есть ли гендерные — в пользу женщин-предпринимателей — предпочтения при заключении сделок, если решения в венчурной индустрии принимают женщины? Оказывается, что нет, но готовность венчурных компаний иметь в своих портфолио бизнес, управляемый женщинами, в этом случае всё-таки выше.

Инкубирование в предпринимательстве, когда существующие предприятия становятся источниками формирования новых организаций, исследует Арнольд Купер. Он приходит к выводам, что новые фирмы связаны со своими компаниями-инкубаторами видом бизнеса и географически близким расположением, а небольшие организации чаще, чем крупные предприятия, создают предпосылки для возникновения новых частных фирм и развития новых отраслей.

Социальные сети предпринимателей

Разрабатывая тему социальных сетей, Ховард Олдрич сформулировал общие принципы, связывающие сетевое поведение и предпринимательский успех, выявил влияние социальных сетей на возможности предпринимательского старта в зависимости от модели сети — случайная, фрагментированная, неиерархическая — и от модели сети малого мира.

Бенгт Йоханниссон (лауреат премии за 2008 г.), рассматривая предпринимательство как социальное явление, акцентировал внимание на исследовании межличностных сетевых практик, где сочетаются просчитанные и спонтанные взаимодействия, реактивные и проактивные стратегии. Роль предпринимательской сети меняется от социальной поддержки и легитимации на старте до формы контроля и источника ресурсов, знаний на этапе развития бизнеса. Но неизменно то, что для предпринимателя межличностная сеть является средством взаимодействия с внешней средой и инструментом использования её в предпринимательских целях.

Инновации и венчурное финансирование

Отталкиваясь от определяющей роли инноваций в обеспечении экономического роста, Йош Лернер (лауреат премии за 2010 г.) в центр внимания своих исследований ставит взаимодействие между венчурным капиталом, инновациями и предпринимательством. Раскрывая, как работает венчурный капитал, его структуру и организацию, Лернер разъясняет механизмы венчурного стимулирования инноваций. Контраргументом против расхожего представления о повсеместном дефиците венчурного капитала являются результаты исследований Лернера, подтверждающие избыточность капитала по сравнению с предложением перспективных предпринимательских проектов. Влияние венчурного финансирования на предпринимательство порождает долгосрочный эффект «предпринимательского инкубирования», когда фирмы, основанные на венчурном капитале, со временем становятся «сеятелями» новых предприятий, также созданных с его участием.

Ян К. Макмиллан, исследуя роль венчурных капиталистов в генерации новых компаний, делает акцент на критериях отбора при оценке проектов, предлагаемых к финансированию. Предпринимательские качества стартаперов и наличие предпринимательской команды значат для положительного решения венчуристов больше, чем характеристики предполагаемых продуктов и рынков.

Территориальное размещение, региональные и межстрановые сопоставления

Джакомо Бекаттини и Чарлз Сейбл (лауреаты премии за 2002 г.) исследуют феномен промышленных районов, где за счёт внешнего разделения труда между большим числом малых предприятий, сконцентрированных на ограниченной территории, возникает эффект внешней экономии, аналогичный эффекту внутренней экономии от масштаба в случае больших фирм с высокой степенью вертикальной интеграции. Формирование таких территориальных групп мелких фирм характерно преимущественно для определённых типов продуктов, тех, по отношению к которым покупательский спрос подвержен частым изменениям по величине и разнообразию. Факторами, способствующими формированию промышленных районов, являются культурный и исторический бэкграунд конкретных территорий.

Дэвид Стори, введя в научный оборот показатель «потенциал предпринимательства» отдельных регионов, установил, что меры государственной поддержки новых и малых предприятий дадут лучший эффект в более богатых регионах. А в регионах, где высок уровень безработицы, их эффективность сомнительна.

Пол Рейнольдс, исследуя региональные вариации в предпринимательской активности, акцентирует внимание на их природе, факторах рождаемости новых фирм, а также на влиянии предпринимательства на развитие регионов. Его межстрановые сопоставления базируются на изучении предпринимательства как процесса, объединяющего стадии от нарождающегося предпринимательства до устоявшегося, нацелены на выявление причин и последствий различий предпринимательской активности на макро- и микроуровне.

Международные исследования предпринимательства Яна К. Макмиллана ставят во главу угла вопросы существования тех базовых ценностей — верований и убеждений, — которые разделяются всеми предпринимателями независимо от культурного разнообразия, определяют главные детерминанты предпринимательского поведения. Кросскультурные сопоставления предпринимателей проводились им с использованием четырёх характеристик:

- «дистанция власти» (выражает уровень неравенства в обществе);
- «индивидуализм» (указывает на отношения между индивидом и коллективом);
- «неприятие неопределённости» (позиция по отношению к будущему);
- «мужественность» (описывает гендерное распределение ролей).

Полученные эмпирические данные доказали: предприниматели независимо от страновой принадлежности считают, что существует взаимосвязь между социальными преимуществами, свободой и личной инициативой, в сравнении с непредпринимателями демонстрируют более низкий уровень избегания неопределённости и более выраженную маскулинность, в которой успех связан с признанием и богатством.

Скотт Шейн, исследуя международное предпринимательство, делает акцент на изучении национальных различий, влияющих на предпринимательскую активность. Определяя национальные культурные особенности по тем же четырём характеристикам, что и Макмиллан, Шейн приходит к следующему выводу: в странах, где меньше уровней в социальной иерархии и выражен индивидуализм, выше показатели инновационной предпринимательской активности.

Государственная политика в области предпринимательства

Заслуга разработки методологии оценки результативности государственной политики поддержки малых предприятий принадлежит Дэвиду Стори. Основной принцип — разграничение процедур мониторинга и оценивания. Мониторинг определяется как система сбора информации о фирмах-бенефициарах мер господдержки, об их мнениях по поводу результативности полученной помощи и не может дать адекватную оценку эффективности политики. Оценивание предполагает сравнение результатов деятельности фирм-бенефициаров с результатами субъектов малого предпринимательства, на которых программные мероприятия не распространялись. Необходимое условие оценивания — спецификация целей и задач для всех компонент государственной политики поддержки в измеримых показателях в противовес повсеместно практикуемым сводным спискам различных мероприятий.

Скотт Шейн доказывает, что стремиться к появлению всё новых и любых стартапов — значит проводить неудачную государственную политику в отношении предпринимательства, если перед государством стоят цели экономического роста и обеспечения занятости. Меры господдержки в этом случае должны стимулировать создание и способствовать развитию «высококачественных» новых фирм, которые имеют потенциал и устремлённость к росту. Чтобы заранее отделить зерна от плевел, идентифицировать будущих «газелей», разработчики мер поддержки должны воспользоваться опытом венчурных инвесторов, чьё дело строится на умении «узнавать» и выбирать тот новый бизнес, который эффективнее уже существующих компаний.

По мнению Йоша Лернера, государство должно содействовать росту экономики, внедряя собственные инвестиционные программы развития новых компаний с высоким потенциалом роста и программы поддержки негосударственного венчурного финансирования. Но как избежать ошибочных мер, использовать адекватные рычаги, стимулирующие предпринимательство и венчурных инвесторов? Для этого, рекомендует Лернер, государственные инвестиционные программы должны не конкурировать с

частным венчурным капиталом, а взаимодействовать с ним, используя инструмент софинансирования и доверяя опыту инвесторов в том, в каких секторах искать инновационные прорывы, что учитывать при принятии решений, как оценивать результаты инвестиций. В компетенции государства находится формирование законодательного поля, стимулирующего развитие венчурной отрасли, приток в неё заёмного капитала. И нельзя допускать «захвата регулятора» — селективного влияния на организацию схем государственного венчурного финансирования со стороны отдельных групп предпринимателей.

* * *

Утверждать, что все современные достижения в области исследования предпринимательства включены в рецензируемый сборник, было бы, конечно, преувеличением. Анализ публикаций по теории предпринимательства в ведущих журналах за 2003–2008 гг.² показал, что степень изученности проблем в данной области различна, внимание исследователей к отдельным проблемам со временем может как повышаться, так и ослабевать. В настоящее время наиболее исследованы такие темы, как проблемы стартапов, мотивация предпринимательской деятельности и роль личных качеств предпринимателя, финансирование бизнеса, государственная политика в области предпринимательства и проч. Относительно разработаны темы влияния предпринимательства на экономический рост, инновационное и этническое предпринимательство, предпринимательство и региональное развитие, гендерные аспекты предпринимательства и проч. Слабо изученными остаются пока темы молодёжного, «возрастного», теневого предпринимательства, этические и социальные факторы предпринимательства, роль знаний и венчурного капитала, закрытие бизнеса и др.

Вклад лауреатов Международной премии в развитие теории предпринимательства концентрируется преимущественно в области хорошо изученных тем применительно к развитым рынкам, что неудивительно, так как в соответствии с уставом эта премия присуждается исследователям, чьи результаты уже позволили сформировать теоретическую платформу для изучения конкретных аспектов предпринимательства и малого бизнеса. По той же причине лауреатами премии с начала её присуждения в 1996 г. являются в первую очередь представители США, а также Великобритании и Швеции, то есть стран, входящих в число лидеров в изучении предпринимательства, где наблюдается наиболее высокая плотность публикаций, развита сеть исследовательских центров и проектов, проводятся наиболее значимые конференции.

На портале премии (<http://www.e-award.org>) размещена информация о лауреатах за более поздний период (2011–2013 гг.), не вошедший в рецензируемый сборник. Самостоятельное знакомство с их работами может оказаться полезным для дополнения и расширения знаний.

Для российского читателя знание передовых достижений в теории предпринимательства, безусловно, необходимо, как необходимо понимать, почему именно этот свет — предпринимательство как драйвер экономического роста — должен ждать нас в конце тоннеля рыночных преобразований. Но путь теоретического осмысления трансформационных процессов в экономике и обществе — от уголовного преследования предпринимательской деятельности до предпринимательства как полноправного актора социально-экономического развития — российские исследователи должны пройти самостоятельно. И будем надеяться, что в дальнейшем именно за достижения в этой области лауреатом Международной премии за вклад в исследования предпринимательства и малого бизнеса станет наш соотечественник.

² См.: Xheneti M., Blackburn R. 2010. Small Business and Entrepreneurship (SBE): An Analysis of Publications and Implications for the Development of the Field. In: *Rencontres de St-Gall 2010: Strategic Entrepreneurship The Promise for Future Entrepreneurship, Family Business and SME Research?* 06–08 September, S. Gallen, Switzerland. URL: http://eprints.kingston.ac.uk/17883/1/Rencontres_2010_Topic_A_Xheneti_Blackburn_f.pdf

NEW BOOKS

Tatyana Alimova

Contemporary Studies in Entrepreneurship: All Inclusive

A Review on Russian Translation of the Book: *Contemporary Classical Theorists of Entrepreneurship: Laureates of The International Award for Entrepreneurship and Small Business Research (1996–2010)*. 2013, Moscow: HSE Publishing House (in Russian).

ALIMOVA, Tatyana

Alexandrovna — Candidate of Sciences in Economics, Associate Professor, Department of Economic Sociology; Leading Research Fellow, Laboratory of Entrepreneurship Research, National Research University Higher School of Economics. Address: 20 Myasnitskaya str., Moscow 101000, Russian Federation.

Email: talimova@hse.ru

Abstract

Today entrepreneurship as an interdisciplinary area of research attracts increased attention of representatives of different schools, being actively developed in theoretical and applied areas. But there is one unpleasant exception. Mainstream research is presented here mostly by foreign researchers whose achievements have gone far ahead of foundations laid down by Max Weber and Joseph Schumpeter, but they are little known for wide audience of Russian lecturers and students, which are together storming economic, sociological, psychological and managerial principles of entrepreneurship.

The reviewed book has all the reasons to fill this information gap in, as it introduces a reader to the formed approaches and ongoing discussions on theory, methodology and practice of entrepreneurship research at

the international level. After all, there is a collection of articles on the creative biography and scientific contributions of the winners of the most prestigious in its field International Prize for Research of Small Business and Entrepreneurship, which was founded jointly by Swedish Foundation for Small Business Research (FSF) and Swedish Agency for Economic and Regional Growth (NUTEK) in 1996. Adding the whole picture, specially prepared lectures of the Prize winners accent the priority and the most promising directions for further research in this area. In addition an extensive bibliography, finalizing excursus into laureates' achievements and forming "knowledge platforms" on the main aspects of research at the international level is there.

The compilers adhere to chronology, presenting the award winners for research in the field of entrepreneurship for the period of 1996–2010. We are evaluating its content, considering the most important thematic blocks, such as contribution of entrepreneurship to economic development, stage of entrepreneurship, types of entrepreneurial structures and forms of organization of entrepreneurial activities, social networks of entrepreneurs, innovation and venture financing, etc.

By analyzing and comparing position of the winners, in absentia participating in their polemics, a reader with any level of awareness will enhance their knowledge with advanced achievements of the modern theory of entrepreneurship.

Key words: entrepreneurship; economic growth; small business; innovation; state; social networks; international comparisons.

ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЕ ПРОЕКТЫ

Г. А. Ястребов

Социальная мобильность в постсоветской России: новый взгляд на проблему (с использованием продвинутых методов анализа)



ЯСТРЕБОВ Гордей Александрович — кандидат социологических наук, старший научный сотрудник Лаборатории сравнительного анализа развития постсоциалистических обществ, старший преподаватель кафедры экономической методологии и истории НИУ ВШЭ. Адрес: Россия, 101000 Москва, Мясницкая, д. 20.

Email: gordey.yastrebov@gmail.com

Существующие исследования социальной мобильности в постсоветской России в лучшем случае позволяют оценить её абсолютные масштабы. Однако проблема измерения мобильности в её абсолютных масштабах состоит в том, что при сравнении таких оценок, полученных за отдельные периоды (или для отдельных стран), никак не учитываются возможные сдвиги (или различия) в социальной структуре (связанные, например, с изменением номенклатуры занятий, экспансией высшего образования и т. п.). В связи с этим показатели абсолютной мобильности (нисходящей, восходящей или её полного отсутствия) не позволяют ответить на вопрос, в какой степени наблюдаемые изменения в мобильности обусловлены собственно институциональными (качественными), а не структурными (количественными) изменениями.

В данной работе мы планируем восполнить существующий пробел и проанализировать динамику относительной (не связанной со структурными изменениями) социальной мобильности за весь постсоветский период, применив для этого методы анализа, специально разработанные для этих целей в западной социологии. Речь идёт о так называемых линейно-логарифмических и линейно-мультипликативных моделях, используемых для сравнительного анализа таблиц сопряжённости. Конкретно под социальной мобильностью мы понимаем внутри- и межпоколенные социальные перемещения, связанные со сменой профессионального статуса, образовательного статуса и места жительства (территориальная мобильность).

В качестве эмпирической базы исследования будут использованы материалы всероссийских представительных опросов 1994, 2002, 2006 и 2013 гг., которые проводились под руководством профессора О. И. Шкаратана с целью получения репрезентативных данных о характере социальной стратификации и социального воспроизводства в современном российском обществе. Для получения максимально аккуратных результатов также планируется провести сверку вычислений, полученных с помощью альтернативных источников информации (RLMS, Generations & Gender Survey, International Social Survey Programme и European Social Survey).

В результате исследования мы планируем выяснить, как в действительности менялась динамика межпоколенных и внутривоколенных социальных перемещений в постсоветской России, и обсудить полученные результаты

в контексте режимов и тенденций социальной мобильности, наблюдаемых в других странах. Мы также предполагаем, что осуществление данного исследования позволит обогатить имеющуюся литературу благодаря рассмотрению эволюции социальной мобильности в обществе переходного типа и, несомненно, обладающем определённой спецификой по отношению к другим постсоциалистическим обществам.

Ключевые слова: социальная мобильность; равенство шансов; абсолютная мобильность; относительная мобильность; внутривозрастная мобильность; межпоколенная мобильность; постсоветская Россия; логлинейный анализ.

Интенсивность и направленность процессов социальной мобильности рассматриваются социологами как одни из ключевых индикаторов, позволяющих оценить степень открытости современных обществ, а точнее — преодолённости тех ограничений, которые связаны с независимыми от воли людей социальными (в широком смысле) обстоятельствами и в то же время препятствуют реализации их амбиций, талантов и творческого потенциала. Представление о том, как в действительности развиваются эти процессы, даёт возможность оценить успехи общества в решении проблемы равенства шансов — проблемы, являющейся, по признанию многих учёных, краеугольной с точки зрения достижения оптимального баланса между экономической эффективностью и социальной справедливостью.

В то же время последние сравнительные исследования показывают, что современный мир по-прежнему далёк от решения этой проблемы. За последние 20 лет были реализованы как минимум три крупных исследовательских проекта, в которых опровергается тезис о растущей социальной мобильности и приводятся убедительные доказательства в пользу того, что наследование социальных (классовых) преимуществ является неизбежной характеристикой даже самых продвинутых обществ [Erikson, Goldthorpe 1992; Shavit, Blossfeld 1993; Breen 2004a]. Представители различных идейных направлений рассматривают разные механизмы социального (классового) воспроизводства, однако сам факт признаётся всеми: данная закономерность связана с внутренней логикой современного капитализма и является его неотъемлемой чертой. Тем не менее те же исследования показывают, что отдельным странам (скандинавским) всё же удалось достичь определённых успехов в решении этой проблемы, прежде всего благодаря активной социальной политике и вмешательству государства [Breen 2004a]. Тем самым социальная мобильность может рассматриваться ещё и как некоторое отражение эффективности институциональных мер, принимаемых государством для активизации творческого потенциала различных групп населения.

Проблема изучения социальной мобильности представляется по-прежнему актуальной и в современной России: возможность сравнить динамику социальных перемещений за отдельные периоды её постсоветской истории позволяет по-новому взглянуть на характер ключевых институциональных преобразований и мер государственной социальной политики (в системе образования, социальном обеспечении, на рынке труда и т. п.).

Злободневность выбранной темы подчёркивается в целом и общей слабостью современных государств в решении проблемы равенства шансов. О том, что эта проблема не только не теряет, но приобретает всё большую актуальность, можно судить по повестке одного из ключевых социологических мероприятий, намеченных на 2014 г., — очередного конгресса Международной социологической ассоциации, озаглавленного «Facing an Unequal World: Challenges for Global Sociology» («В мире неравенства: вызовы для глобальной социологии»). В числе тем, заявленных для обсуждения на этом мероприятии, представлены сюжеты, связанные с увеличивающимся социальным расслоением (в том числе в наиболее развитых странах мира), с практически повсеместно наблюдающимся сжатием ресурсной базы так называемого среднего класса, со снижением мобильности и перспектив трудоустройства для моло-

дѣжи, с неравенством в доступе к качественному образованию и т. д. Другими словами, описываемое исследование целиком попадает в число наиболее «горячих тем» современной социологии.

Степень разработанности проблемы

Несмотря на то что многие исследователи ещё в советское время занимались социальными перемещениями (В. И. Лукина, А. А. Матулёнис, С. Б. Нехорошков, В. И. Паниотто, М. Н. Руткевич, В. М. Титма, Ф. Р. Филиппов, В. Ф. Черноволенко и др.) и в постсоветское время изучали социальное неравенство (З. Т. Голенкова, Т. И. Заславская, В. И. Ильин, Т. М. Малеева, Н. Е. Тихонова, О. И. Шкаратан, и др.), проблемы социальной мобильности в актуальной отечественной литературе по данной проблематике являются одними из наименее изученных. Сразу оговоримся: мы не рассматриваем здесь специально целый класс исследований, посвящённых изучению конкретных факторов, влияющих на индивидуальные социальные перемещения (будь это образовательные стратегии или карьерные траектории), поскольку в данном проекте нас прежде всего интересуют попытки моделирования и осмысления социальных процессов на макроуровне.

Одной из немногих отечественных работ, прямо посвящённых обозначенной теме, является монография Ф. М. Черныша [Черныш 2005], в которой проведён детальнейший анализ трансформации системы социальных институтов, обеспечивающих мобильность, в ситуации перехода российского общества от советского к постсоциалистическому, рыночному. На основе анализа различных кейсов и данных разрозненных социологических опросов автор приходит к выводу о том, что процесс модернизации российского общества не сопровождался увеличением потоков социальной мобильности; наоборот, в послереформенной России происходило постепенное «закрытие» основных социальных групп и общее снижение интенсивности перемещений. Следует отметить неполноту информационной базы этого исследования, поскольку представленные в нём данные ограничены 1998 г.

Анализом процессов внутр поколенной и межпоколенной социально-профессиональной мобильности в своих более ранних изысканиях занимался и автор данного проекта, в том числе в соавторстве с профессором О. И. Шкаратаном, инициатором трёх представительных опросов российского населения, специально разработанных для этих целей. На основе собранных данных нами были сконструированы и проанализированы простейшие таблицы внутр поколенной и межпоколенной социально-профессиональной мобильности [Ястребов 2009; Шкаратан, Ястребов 2011]. Для фиксации социально-профессионального статуса использовалась специально разработанная шкала, концептуально связывающая социальный статус с характером и содержанием труда по роду основной деятельности. В ходе анализа этих таблиц также был сформулирован вывод о снижении интенсивности социальных перемещений, о сужении возможностей для социально-профессионального роста россиян и о становящемся всё более характерным наследовании статуса родительской семьи. Однако ограничения использованного нами метода не позволили, к сожалению, установить, в какой степени эти тенденции были обусловлены институциональными, а не структурными факторами.

Высокую хаотичность профессиональных перемещений в 1990-е гг., связанную с вынужденной сменой работы и масштабным переструктурированием экономики, отмечает П. К. Сабирьянова [Sabirianova 2002]. Она также обращает внимание на возросшее количество нисходящих перемещений, связанных с резким сокращением высокостатусных профессий вследствие их слабой востребованности в трансформирующейся экономике. Однако её анализ, как и наш, основан на информации об абсолютной мобильности, не позволяющей нейтрализовать эффект масштабных структурных изменений. К тому же работа П. К. Сабирьяновой, как и большинство знакомых нам исследований, ограничена временной рамкой — 1998 г.

Единственная известная нам работа по постсоветской России, в которой вышеназванная проблема решается с помощью использования продвинутых методов анализа, представлена исследованием американских социологов Т. Гербера и М. Хоута [Gerber, Hout 2004]. Используя данные, собранные за 1988–2000 гг., они предприняли попытку сравнить характер межпоколенной социальной мобильности в позднесоветский и постсоветский периоды, приняв во внимание при этом весьма вероятные различия в структуре доступных социальных позиций. Благодаря этому удалось доказать, что глубинные институциональные изменения, которые претерпело российское общество в процессе перехода от социализма к рыночным отношениям, в действительности оказали решающее воздействие на характер социальных перемещений. В частности, Гербер и Хонт показали, что в период позднего социализма мобильность носила высокоинтенсивный характер, даже если принять во внимание тот факт, что социальная структура того времени предоставляла больше возможностей для восходящих социальных перемещений. Однако после значительных пертурбаций начала 1990-х гг. и состоявшегося транзита к рыночной экономике социальная мобильность в России приобрела черты, присущие этому процессу в западных странах, а именно — классовый характер, при котором социальное происхождение (статус родительской семьи) в значительной степени определяет перспективы социального продвижения. В то же время полученные Гербером и Хоутом результаты характеризуют ситуацию лишь до 2000 г., к тому же исследователи не рассматривают такие частные аспекты общего процесса мобильности, как образовательная и территориальная мобильность.

Конкретизация научной проблемы и гипотез исследования

Итак, научная проблема, на решение которой ориентирован данный исследовательский проект, состоит в отсутствии достоверного знания о характере и масштабах относительной социальной мобильности (или социальной подвижности) в постсоветской России начиная с 2000-х гг. Под социальной мобильностью мы будем понимать внутри- и межпоколенные социальные перемещения, связанные со сменой профессионального статуса, образовательного статуса и места жительства (территориальная мобильность).

Как уже было сказано выше, существующие отечественные исследования в лучшем случае давали оценку абсолютной мобильности, то есть всего объема социальных перемещений, который потенциально связан не только с индивидуальными и институциональными факторами, но и с масштабными структурными изменениями в обществе (например, с экспансией высшего образования и (или) увеличением числа высокостатусных социально-профессиональных позиций). В то же время относительная социальная мобильность, «очищенная» от эффекта структурных изменений, представляет собой своего рода рафинированную оценку подвижности социальных лифтов и потому может рассматриваться как более адекватный индикатор качества институциональных преобразований в ключевых сферах (образование, рынок труда). Получение этих оценок впервые стало возможным в зарубежной социологии благодаря развитию продвинутых методов анализа, в частности, так называемой линейно- (*log-linear*) и мультипликативно-логарифмических (*log-multiplicative*) моделей [Erikson, Goldthorpe 1992; Xie 1992; Green 2004b и др.], которые сегодня широко используются при обработке традиционных таблиц мобильности. Однако, насколько нам известно, ни в отечественной, ни в зарубежной литературе подобные расчёты для России за весь постсоветский период не производились. Единственное исследование такого рода, проведённое Т. Гербером и М. Хоутом, ограничено, как уже отмечалось, 2000-м годом и не рассматривает акты социальной мобильности, связанные со сменой образовательного статуса или места жительства. В данном исследовании мы планируем восполнить этот пробел.

Что касается конкретных гипотез, подлежащих проверке в данном исследовании, то мы ожидаем увидеть следующее:

- высокоинтенсивный, почти хаотичный характер социальной мобильности в первой половине 1990-х гг. (так как люди зачастую вынужденно меняли род занятий и сопряжённый с ним социальный и экономический статус вследствие масштабных институциональных преобразований и кардинального реформирования социальной структуры);
- снижение интенсивности и повышение предсказуемости социальных перемещений к концу 1990 — началу 2000-х гг. в связи с относительной стабилизацией социальной системы и, конкретно, формированием классов аналогично тому, как это происходило в большинстве индустриальных стран (так называемые гипотезы о конвергентности, о максимально поддерживаемом неравенстве и т. п. (см., например: [Featherman, Jones, Hauser 1975; Erikson, Goldthorpe 1992; Shavit, Blossfeld 1993]).

Однако наибольший научный интерес, в том числе с точки зрения оценки качества институциональных преобразований, представляет то, как в действительности развивалась российская ситуация в 2000-е гг. С учётом резко увеличившегося неравенства на фоне крайне скромных достижений в развитии конкурентного рынка труда, повышения доступности качественного образования, расширения возможностей для территориальной мобильности и других подобных мер мы не ожидаем сколько-нибудь существенных улучшений в режиме относительной социальной мобильности за этот период.

Цель и задачи исследования

Общая цель данного исследования состоит в том, чтобы выяснить, как эволюционировал характер относительной социальной мобильности в России в постсоветский период, и на этой основе дать интегральную оценку качества институциональных преобразований, ориентированных на выравнивание возможностей для всех групп российского населения. Для достижения поставленной цели предполагается решить следующие задачи:

- критически проанализировать существующие факты о характере социальной мобильности в постсоветской России и рассмотреть их в более широком контексте международных сравнительных исследований, посвящённых данной проблеме;
- сформулировать категориальный аппарат исследования и разработать концептуальное определение социальных перемещений с учётом (а) традиций, сложившихся в западной литературе по проблеме социальной мобильности; (б) российской институциональной специфики и (с) возможности операционализации этого определения на основе информации, традиционно содержащейся в опросных листах масштабных представительных опросов;
- провести детальный количественный анализ социальных перемещений (в терминах образования, социально-профессионального статуса и территориальной мобильности) на основе информации представительных опросов с использованием как традиционных, так и ранее не использовавшихся в России методов анализа данных (линейно- и мультипликативно-логарифмического моделирования);
- провести обсуждение полученных результатов в контексте структурных и институциональных аспектов трансформации российского общества в постсоветский период, а также в контексте режимов социальной мобильности, характерных для стран с различными «типами капитализма» или для государств «всеобщего благосостояния».

Методы исследования и данные

Преимуществом данного исследования по сравнению с существующими исследованиями, посвящёнными изучению социальной мобильности в постсоветской России, является выбор методов анализа.

Традиционно для этих целей используются так называемые таблицы мобильности, представляющие собой частный случай таблиц сопряжённости для двух переменных, где на пересечении столбцов (*i*) и строк (*j*) фиксируется количество фактических переходов из положения “*i*” (*origin*, т. е. из исходной позиции) в положение “*j*” (*destination*, т. е. в результирующую позицию). Эта информация может быть восстановлена, например, на основе данных из представительных опросов путём фиксации социальных характеристик респондентов на разных этапах их жизненного пути или — для случая межпоколенной социальной мобильности — характеристик родителей респондента против характеристик его собственного социального положения.

Однако, даже если принять допущение о том, что все возможные переходы в этих таблицах можно классифицировать в терминах нисходящей, восходящей или горизонтальной социальной мобильности (что не всегда удаётся сделать на практике), сама по себе табличная информация даёт возможность оценить лишь абсолютную мобильность, то есть общее число переходов, совершаемых индивидами в том или ином направлении безотносительно структуры имеющихся позиций. Так, например, сравнивая страну, в которой больше половины населения является «синими воротничками» (т.е. носителями более низкого социального статуса), со страной, в которой больше половины населения представлено «белыми воротничками» (т.е. носителями более высокого социального статуса), мы, скорее всего, обнаружим, что доля нисходящих социальных перемещений в первом случае будет выше, чем во втором. Но произойдёт это просто потому, что доля низкостатусных позиций в первой стране *a priori* выше, а вместе с ней и выше вероятность попадания в соответствующую группу.

В то же время с точки зрения изучения качества работы социальных лифтов мы, как исследователи, заинтересованы в том, чтобы знать, как различаются вероятности перехода из одной социальной группы в другую за вычетом описываемого выше «структурного эффекта» (т.е. когда вероятность перемещений из одной социальной группы в другую определяется характеристиками самой социальной структуры, или, другими словами, наличием вакантных мест в группе, в которую осуществляется переход). Для этих целей в западной социологии был разработан специальный аппарат, общий принцип которого сводится к статистическому объяснению (регрессированию логарифма) частот в ячейках таблиц мобильности с помощью таких параметров, как общее количество элементов в таблице, маргинальные частоты по отдельным столбцам и строкам, а также частоты, отражающие тенденцию к совместной «встречаемости» и (или) «невстречаемости» отдельных признаков (своего рода эффект взаимодействия столбцов и строк).

Конкретно для сравнения таблиц мобильности между отдельными странами и (или) за отдельные периоды сегодня обычно применяют три статистические модели:

- первая представляет собой линейно-логарифмическую (*log-linear*) модель так называемой постоянной социальной подвижности (*constant flux*) [Featherman, Jones, Hauser 1975; Goldthorpe 1987], позволяющую проверить предположение о том, что характер относительной мобильности одинаков во всех сравниваемых случаях и различия в абсолютной мобильности обусловлены исключительно структурными эффектами;
- вторая является мультипликативно-логарифмической (*log-multiplicative*) моделью [Erikson, Goldthorpe 1992; Хие 1992], и, собственно, именно она позволяет проверить гипотезу о различиях в характере относительной мобильности для рассматриваемых случаев;

— наконец, в качестве референтной (но при этом, как правило, наименее реалистичной) во всех случаях рассматривается модель, предполагающая отсутствие какой-либо статистической связи между исходной и результирующей социальными позициями.

Логика статистических расчётов, основанную на этих моделях, мы планируем воспроизвести на данных всероссийских представительных опросов, проводившихся в 1994, 2002, 2006 и 2013 гг. под руководством профессора О. И. Шкаратана с целью получения репрезентативных данных о характере социальной стратификации и социального воспроизводства в современном российском обществе. Выборка опросов за каждый год составляет приблизительно 2500 человек и конструируется по квотному принципу. В качестве оснований для расчёта квот используется территориально-экономическое районирование, а также распределение населения по типам поселения, уровню образования и половозрастным характеристикам (более подробное описание см.: [Шкаратан 2009: 20–25]). Результаты сверки по контрольным признакам с генеральной совокупностью показывают, что средняя погрешность этих выборок составляет приблизительно 4%. Принцип построения выборки не меняется с 1994 г., что обеспечивает возможность корректных сопоставлений за различные годы.

Ключевым преимуществом указанных опросов перед существующими масштабными обследованиями (RLMS, а также различные регулярные мониторинги таких крупных социологических центров, как ВЦИОМ, ROMIR, Левада-Центр, Фонд «Общественное мнение» и т. п.) является корпус вопросов, позволяющих достаточно точно зафиксировать (1) тип поселения; (2) профессиональный и (3) образовательный статусы респондента на разных этапах его (её) жизненного пути, а также зафиксировать аналогичные признаки для его (её) родителей, старшего взрослого ребёнка, партнёрши (партнёра) и ближайшего друга.

Впрочем, руководствуясь установкой на получение максимально аккуратных результатов, мы также планируем провести сверку вычислений, проведённых с помощью альтернативных источников информации (в частности, следующих: RLMS, Generations & Gender Survey, International Social Survey Programme и European Social Survey).

Литература

- Черныш М. Ф. 2005. *Социальные институты и мобильность в трансформирующемся обществе*. М.: Гардарики.
- Шкаратан О. И. 2009. *Социально-экономическое неравенство и его воспроизводство в современной России*. М.: ОЛМА Медиа Групп.
- Шкаратан О. И., Ястребов Г. А. 2011. Сравнительный анализ процессов социальной мобильности в СССР и современной России. *Общественные науки и современность*. 2: 5–28.
- Ястребов Г. А. 2009. Воспроизводство социально-профессиональных групп в современной России. *Мир России: социология, этнология*. 2: 116–140.
- Breen R. (ed.). 2004a. *Social Mobility in Europe*. New York: Oxford University Press.
- Breen R. 2004b. Statistical Methods of Mobility Research. In: Breen R. (ed.) *Social Mobility in Europe*. New York: Oxford University Press; 17–37.
- Erikson R., Goldthorpe J. H. 1992. *The Constant Flux: A Study of Class Mobility in Industrial Societies*. Oxford: Clarendon Press.

- Featherman D. L., Jones F. L., Hauser R. M. 1975. Assumptions of Social Mobility Research in the US: The Case of Occupational Status. *Social Science Research*. 4: 329–360.
- Gerber T., Hout M. 2004. Tightening up: Declining Class Mobility during Russia's Market Transition. *American Sociological Review*. 69 (5): 677–703.
- Goldthorpe J. H. 1987. *Social Mobility and Class Structure in Modern Britain*. Oxford: Clarendon Press.
- Hout M. 2006. Maximally Maintained Inequality and Essentially Maintained Inequality: Cross-National Comparisons. *Sociological Theory and Methods*. 21 (2): 237–252.
- Kohn M. L. 2006. *Change and Stability: A Cross-National Analysis of Social Structure and Personality*. Boulder, CO: Paradigm Publishers.
- Sabirianova K. 2002. The Great Human Capital Reallocation: A Study of Occupational Mobility in Transitional Russia. *Journal of Comparative Economics*. 30 (1): 191–217.
- Shavit Y., Blossfeld H. P. (eds). 1993. *Persistent Inequality: Changing Educational Attainment in Thirteen Countries*. Boulder, CO: Westview Press.
- Xie Y. 1992. The Log-Multiplicative Layer Effect Model for Comparing Mobility Tables. *American Sociological Review*. 57 (3): 380–395.

RESEARCH PROJECTS

Gordey Yastrebov

Social Mobility in the Post-Soviet Russia: A Revision of Existing Measurements by Drawing on Advanced Methods

YASTREBOV, Gordey

Alexandrovich — Candidate of Sciences in Sociology, Senior Lecturer, Subdepartment of Economic Methodology and History; Senior Research Fellow, Laboratory for Comparative Analysis of Post-Socialist, National Research University Higher School of Economics. Address: 20 Myasnitskaya str., Moscow 101000, Russian Federation.

Email: gordey.yastrebov@gmail.com

social mobility in this research we will understand intra- and intergenerational individual shifts in terms of occupational status, education and spatial (i.e. urban/rural) location.

Abstract

Most of existing studies of social mobility in the post-Soviet Russia provide measurements in terms of absolute mobility. However, the problem with such measurements is that they do not account for the structural differences when applied for cross-temporal (or cross-national) comparisons (which might be caused, for instance, by the change in the relative number of certain occupations, the expansion of higher education, etc.). Thus, absolute mobility (be it downward, upward or no mobility at all) does not distinguish the change which is caused by the institutional (i.e. qualitative), rather than the structural (i.e. quantitative) change.

In this project we aim to fill in this gap and to analyze the dynamics of relative social mobility (i.e. mobility “net” of structural factors) in the post-Soviet period. Precisely, we would use the so called log-linear and log-multiplicative models designed to analyze contingency tables. By

The data we will use come from representative surveys conducted in 1994, 2002, 2006 (2013 is work-in-progress at the stage of grant application). The surveys were initially designed by professor Shkaratan for the purpose of studying mobility and stratification processes in modern Russia. In order to guarantee the accuracy of our results we also intend to run parallel estimations by drawing on alternative data (RLMS, Generations & Gender Survey, International Social Survey Programme and European Social Survey).

As a result we expect to obtain correct estimations of the rates of relative social mobility in Russia, and show how they evolved throughout the post-Soviet period. We would then discuss these results in the light of major institutional and policy changes, as well as the trends and patterns of social mobility currently observed in other countries. We believe that this research can contribute to the world literature by discussing the evolution of social mobility in a post-transitional state with unique institutional context.

Key words: social mobility; equality of opportunity; absolute mobility; relative mobility; intragenerational mobility; intergenerational mobility; post-Soviet Russia; log-linear modeling; log-multiplicative modeling.

References

Breen R. (ed.). (2004a) *Social Mobility in Europe*, New York: Oxford University Press.

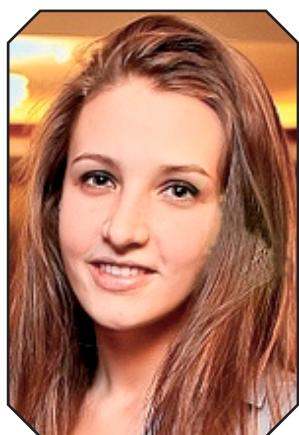
Breen R. (2004b) Statistical Methods of Mobility Research. In: Breen R. (ed.) *Social Mobility in Europe*, New York : Oxford University Press, pp. 17–37.

- Chernysh M. F. (2005) *Sotsial'nye instituty i mobil'nost' v transformiruyushchetsya obshchestve* [Social Institutions and Mobility in a Developing Country], Moscow: Gardariki (in Russian).
- Erikson R., Goldthorpe J. H. (1992) *The Constant Flux: A Study of Class Mobility in Industrial Societies*, Oxford: Clarendon Press.
- Featherman D. L., Jones F. L., Hauser R. M. (1975) Assumptions of Social Mobility Research in the US: The Case of Occupational Status. *Social Science Research*, vol. 4, pp. 329–360.
- Gerber T., Hout M. (2004) Tightening up: Declining Class Mobility during Russia's Market Transition. *American Sociological Review*, vol. 69, no 5, pp. 677–703.
- Goldthorpe J. H. (1987) *Social Mobility and Class Structure in Modern Britain*. Oxford: Clarendon Press.
- Hout M. (2006) Maximally Maintained Inequality and Essentially Maintained Inequality: Cross-National Comparisons. *Sociological Theory and Methods*, vol. 21, no 2, pp. 237–252.
- Kohn M. L. (2006) *Change and Stability: A Cross-National Analysis of Social Structure and Personality*. Boulder, CO: Paradigm Publishers.
- Sabirianova K. (2002) The Great Human Capital Reallocation: A Study of Occupational Mobility in Transitional Russia. *Journal of Comparative Economics*, vol. 30, no 1, pp. 191–217.
- Shavit Y., Blossfeld H. P. (eds). (1993) *Persistent Inequality: Changing Educational Attainment in Thirteen Countries*. Boulder, CO: Westview Press.
- Shkaratan O. I. (2009) *Sotsial'no-ekonomicheskoe neravenstvo i ego vosproizvodstvo v sovremennoy Rossii* [Social and Economic Inequality and Its Reproduction in Contemporary Russia], Moscow: OLMA Media Grupp (in Russian).
- Shkaratan O. I., Yastrebov G. A. (2011) Sravnitel'nyy analiz protsessov sotsial'noy mobil'nosti v SSSR i sovremennoy Rossii [Comparative Analysis of Processes of Social Mobility in USSR and Modern Russia]. *Obshchestvennye nauki i sovremennost'*, no 2, pp. 5–28 (in Russian).
- Xie Y. (1992) The Log-Multiplicative Layer Effect Model for Comparing Mobility Tables. *American Sociological Review*, vol. 57, no 3, pp. 380–395.
- Yastrebov G. A. (2009) Vosproizvodstvo sotsial'no-professional'nykh grupp v sovremennoy Rossii [Reproduction of Social and Professional Groups in Contemporary Russia]. *Mir Rossii: sotsiologiya, etnologiya*, no 2, pp. 116–140 (in Russian).

КОНФЕРЕНЦИИ

Р. И. Решетеева

Можно ли спасти российскую лёгкую промышленность?



РЕШЕТЕЕВА Регина Игоревна — студентка 1-го курса магистратуры «Прикладные методы социального анализа рынков» факультета социологии; стажёр-исследователь ЛЭСИ НИУ ВШЭ. Адрес: Россия, 101000 Москва, ул. Мясницкая, д. 20.

Email: rresheteeva@hse.ru

Очередной семинар под руководством профессора Евгения Ясина из цикла «Экономическая политика в условиях переходного периода» состоялся 30 января 2014 г. С докладом «Можно ли спасти российскую лёгкую промышленность?»¹ выступил профессор Вадим Радаев, инициировав обсуждение текущих проблем в отрасли, а также перспективы её развития. В дискуссии о судьбе отечественной лёгкой промышленности принимали участие Вугар Исаев (президент и основатель компании «Снежная королева»), Андрей Разбродин (президент Российского союза предпринимателей текстильной и лёгкой промышленности, член правления РСПП РФ) и Андрей Яковлев (директор Института анализа предприятий и рынков ВШЭ).

Центральной темой семинара стал вопрос о том, как отрасли, которая по всем показателям должна была исчезнуть ещё в начале 1990-х гг., удалось выжить. Тем не менее отрасль до сих пор находится в уязвимом положении, рискуя не выдержать международной конкуренции. В статье рассматривается комплекс мер по модернизации отечественной лёгкой промышленности. Сможет ли отрасль занять свою нишу в глобальных производственных цепях? Какая роль отводится государству и самим предприятиям в этом процессе? Вниманию читателя предлагаются ответы на эти и другие вопросы.

Ключевые слова: лёгкая промышленность; глобальные цепи поставок; недобросовестная конкуренция; государственная поддержка; выживание отрасли; экспортные отношения; внутренний рынок.

Семинар по традиции открыл Евгений Ясин, обратив внимание собравшихся на актуальность исследования. На пороге реальной реконструкции российской экономики встаёт резонный вопрос: что делать с малоэффективными отраслями, к которым можно отнести и лёгкую промышленность? Е. Ясин также отметил, что эта тема долгое время игнорировалась как экономистами, так и социологами, поэтому исследование В. Радаева и его соавторов носит исключительно важный характер.

¹ Подробнее об этом см.: Ключевые проблемы развития лёгкой промышленности в России и способы их преодоления: аналитический отчёт. 2013. *Аналитика ЛЭСИ*. 13. М.: Изд. дом ВШЭ. URL: <http://www.hse.ru/mag/analitics/2013--13.html>. Исполнителем проекта является исследовательский коллектив Лаборатории экономико-социологических исследований НИУ ВШЭ в составе: д. э. н. В. В. Радаев (руководитель проекта), к. с. н. З. В. Котельникова, В. Н. Данилина, А. А. Кашеева, Е. А. Назарбаева. Исследование было выполнено по заказу Ассоциации компаний розничной торговли (АКОРТ).

Продолжая мысль Е. Ясина, В. Радаев также отметил шаткое положение российской лёгкой промышленности, принадлежащей к одному из наиболее уязвимых секторов экономики — к обрабатывающей промышленности. Тем не менее, несмотря на все негативные тенденции, превалирующие в отрасли после распада СССР, отечественная лёгкая промышленность остаётся на плаву, пережив не только спад в 1990-х гг., но и мировой финансовый кризис 2008–2009 гг. Закономерно возникают ряд вопросов, составивших основной фокус исследования: можно ли спасти лёгкую промышленность? Какие меры необходимо для этого принять? В каком направлении следует выстраивать промышленную политику в отношении отрасли?

В своём докладе профессор В. Радаев остановился на основных характеристиках отечественной лёгкой промышленности, выделил ключевые проблемы, привёл примеры из международного опыта, а также сформулировал ряд рекомендаций для развития отрасли. Для анализа были привлечены многочисленные эмпирические источники: статистические данные (базы данных Росстата, СПАРК, FIRA-PRO, Ruslana); анкетный опрос предприятий обрабатывающей промышленности за 2005–2009 гг., экспертные интервью с руководителями предприятий разных отраслей лёгкой промышленности.

Ситуация в отрасли: основные характеристики, проблемы и возможные сценарии развития

Прежде всего докладчик отметил сложное устройство отрасли, отличающейся неоднородной структурой, где у каждой суботрасли своя история. Тем не менее прослеживается единая динамика развития в постсоветский период: в начале 1990-х гг. произошёл резкий спад по всем показателям. Но, несмотря на пессимистичные прогнозы, предвещавшие неминуемый упадок лёгкой промышленности, отрасль начала устойчиво восстанавливаться, хотя говорить о её полной реабилитации до уровня советского периода не приходится. Рост замедлился лишь в период кризиса, однако уже к 2010 г. последствия экономической дестабилизации удалось нивелировать.

В докладе обговаривались следующие формальные показатели состояния отрасли:

- в целом для отрасли характерен высокий уровень концентрации, причём как в отношении специализации и территориального распределения, так и в отношении собственности. Так, лидирующими суботраслями являются производители одежды и обуви, а также текстильная промышленность, предприятия которых дислоцируются преимущественно в Центральном регионе. Что же касается прав собственности, то в данном сегменте преобладают российские предприниматели, число иностранных собственников минимально;
- исследование показало, что в отрасли происходит систематический отток трудовых ресурсов, примерно 3–4% в год. Снижение занятости в отрасли лишь отчасти можно объяснить технологическим переоснащением. Главными же факторами непривлекательности отрасли являются низкая оплата труда и неблагоприятные условия труда;
- отрасль сильно дифференцирована по уровню производительности труда. Лёгкая промышленность является одной из наименее эффективных отраслей обрабатывающей промышленности. Однако внутриотраслевые различия во много раз превышают межотраслевые показатели. Разрывы в эффективности между предприятиями из верхнего и нижнего квинтилей колоссальны: производительность лучших почти в 200 раз выше производительности худших;
- лёгкая промышленность отличается достаточно низкой инвестиционной активностью. Данные Минпромторга России говорят о высоком износе и функциональном устаревании обо-

рудования, что, в свою очередь, свидетельствует о приоритетной роли инвестиций в отрасли. Несмотря на это, около $\frac{2}{3}$ крупных и средних компаний не осуществляют инвестиции, они объединяются в кластер застойных предприятий. Наиболее нуждающаяся в инвестициях суботрасль — текстильное производство. При этом отрасль непривлекательна для инвесторов во многом из-за непрозрачных стратегий управления и отсутствия долгосрочного планирования;

- большинство предприятий отрасли ориентированы на внутренний рынок. Однако внутренний рынок стремительно сокращается. С каждым годом растёт зависимость компаний от импорта, распространяющегося буквально на все элементы производства — начиная от оборудования и тканей и заканчивая готовыми изделиями. Со вступлением России в ВТО эти тенденции интенсифицируются, хотя и не критичными темпами. В экспортных отношениях участвует минимальное количество компаний, на уровне отрасли в целом этот показатель стагнирует. Предприятия, ориентированные на экспорт, демонстрируют более высокие показатели эффективности и рентабельности по сравнению с теми, которые замкнуты на внутреннем рынке;
- для отрасли характерна относительно высокий уровень государственной поддержки по сравнению с другими отраслями обрабатывающей промышленности. Почти каждое четвёртое предприятие в отрасли получало финансовую поддержку от государства. Тем не менее представители отрасли оценивают эффективность государственной поддержки как недостаточную.

Лёгкая промышленность имеет целый ряд серьёзных проблем, препятствующих её полноценному функционированию. В. Радаев привёл список основных «болевых точек» лёгкой промышленности (по представлению руководителей предприятий), разделив их условно на пять групп в зависимости от частоты упоминания:

- высокий уровень налогообложения, макроэкономическая нестабильность (инфляция, колебания обменного курса и проч.), проблемы финансовых (высокие процентные ставки по кредитам) и трудовых ресурсов (дефицит квалифицированных кадров);
- непредсказуемость госрегулирования, коррупция, проблемы безопасности (рэкёт, хищения и проч.);
- административные барьеры (таможенное оформление, оформление земельных участков, получение разрешений на строительство и проч.);
- неразвитость производственной инфраструктуры (обеспечение электроэнергией, транспортировка грузов, обеспечение связи);
- проблема недобросовестной конкуренции занимает особое положение в этом списке, на неё обратил внимание каждый третий руководитель предприятия. Несмотря на то что российский рынок торговли идёт по пути «обеления», на рынках изделий лёгкой промышленности задействованы все схемы недобросовестной конкуренции (контрафактная продукция, в которой у рынка одежды лидирующее положение, «серые» схемы, параллельный импорт), и есть все основания полагать, что эти тенденции будут только усиливаться в связи с созданием Единого экономического пространства.

В целом ситуация в отрасли хотя и тяжёлая, но не безысходная. Е. Ясин заметил по этому поводу: «Я ожидал, что всё будет гораздо хуже. Есть какие-то недостатки. Но где их нет?». По мнению самого докладчика, продержаться на плаву отрасли помог локальный рынок, который стал буферной зоной,

удерживающей от полного распада. Руководитель семинара выделил спасительную роль государства, обеспечившего спрос, достаточный для поддержания отрасли.

Проведённый анализ позволил сформулировать конкретные рекомендации для реформирования лёгкой промышленности, основой для которых послужил международный опыт в данной отрасли. В. Радаев отметил, что сценарии возможного развития лёгкой промышленности необходимо оценивать в контексте мировых тенденций, превративших лёгкую промышленность в глобальную отрасль. Какова же специфика развития мировой лёгкой промышленности?

Отличительной чертой современной лёгкой промышленности является грандиозная роль торгового капитала, объединившего внутреннюю и внешнюю торговлю и определившего, что и где будет производиться. Происходят волнообразные перемещения капиталоемких, трудоинтенсивных производств из более развитых стран в развивающиеся страны. Гибкие технологии производства позволяют разделить его процесс на отдельные этапы — именно это и стало основной предпосылкой формирования глобальных цепей поставок. Развитые страны имеют привилегию занять в этой глобальной цепи место с максимальной добавленной стоимостью. Поэтому сейчас передовые позиции занимают глобальные торговые сети и компании, управляющие мировыми брендами.

Отечественная же лёгкая промышленность, долгое время обслуживающая лишь внутренний рынок, оказалась «вне игры». Чтобы понять, какое место можно занять в глобальных производственных цепях, докладчик обращается к трём кейсам, демонстрирующим возможные сценарии включения в мировые тенденции:

Китай — «вход снизу». *Внутренние факторы*: трудоинтенсивные технологии, низкие трудовые издержки, стабильная политическая ситуация, государственная поддержка и финансирование инфраструктуры, стимулирование экспорта, нарастающий потребительский рынок. *Внешние факторы*: рынок открыт для иностранного капитала.

Германия — «вход сверху». *Внутренние факторы*: сокращение отрасли, ориентация на производство качественной продукции с высокой добавленной стоимостью. *Внешние факторы*: вытеснение трудоёмкого производства в менее развитые страны.

Турция — «вход сбоку». *Внутренние факторы*: государственная поддержка, квалифицированная рабочая сила. *Внешние факторы*: благоприятные институциональные условия для бизнеса.

Что может сделать Россия, учитывая текущее состояние отрасли и международный опыт? Чтобы поддержать отрасль и обеспечить ей выживание, в краткосрочной перспективе можно ограничиться лишь внутренними факторами: государственное субсидирование отрасли, расширение объёма госзаказа, воссоздание утраченной сырьевой базы, снижение издержек. Тем не менее, по мнению В. Радаева, такой сценарий позволит лишь отсрочить увядание отрасли.

Для обеспечения качественных изменений в отрасли необходимо включение в программу реформирования курса на внешние факторы. Чтобы воплотить этот сценарий в жизнь, докладчик предложил осуществить следующие преобразования:

- смена сырьевой парадигмы (переход на синтетические материалы);
- поддержка экспортно ориентированного производства (замыкание на внутреннем рынке приведёт к потере этого рынка);

- привлечение иностранных инвестиций;
- создание благоприятного институционального климата для ведения бизнеса;
- поддержка технологических инноваций;
- борьба с недобросовестной конкуренцией.

Таким образом, последовав этим рекомендациям, лёгкая промышленность имеет все шансы на развитие, несмотря на существующие проблемы. Эффективное становление возможно только за счёт включения в международные торговые отношения. В противоположном случае, отметил докладчик, «перспектива развития отрасли нулевая». «При этом стоит понимать, что даже при самом позитивном для отрасли развитии событий большая часть предприятий, не сумевшая перестроиться с локального рынка на внешний, просто исчезнет, освободив место наиболее эффективным компаниям», — подытожил В. Радаев.

Дискуссия: какие сценарии развития отрасли наиболее эффективные?

Выступление В. Радаева вызвало широкий отклик у приглашённых дискуссантов, а также ряд вопросов из аудитории. В основном вопросы касались примеров успешного ведения бизнеса в лёгкой промышленности. Как отдельные компании смогли преуспеть? Удалось ли кому-то выйти на международный уровень? Докладчик признал, что историй успеха известно не так уж много, наиболее примечательны в этом отношении компании Gloria Jeans и Ralf Ringer, добившиеся внушительных результатов как на родине, так и за рубежом. Интерес присутствующих на семинаре вызвал также вопрос о перспективах привлечения зарубежного инвестиционного капитала: почему транснациональные компании организуют производство на территории России, но остаются равнодушными к местному производству? По мнению В. Радаева, объяснить это можно непривлекательностью отечественного бизнеса для внешних инвесторов: большинство предприятий отрасли ориентированы на внутренний рынок и, как отметил участвующий в дискуссии В. Исаев, «даже по настроению неконкурентоспособны». Ещё один блок вопросов касался уточнения прогнозов в отношении как отрасли в целом, так и отдельных суботраслей.

В свою очередь, дискуссанты единодушно отметили высокий профессионализм выполнения работы. «Практики» А. Разбродин и В. Исаев подчеркнули важность структурного разделения отрасли, которое учитывалось в работе. Лёгкая промышленность — отрасль сложная и многогранная, и продукты её производства не ограничиваются лишь одеждой. «Сегодня нет ни одной отрасли промышленности, которая смогла бы обойтись без текстильного производства», — заметил А. Разбродин. Будь то производство молока, скоростных поездов или даже дорожного полотна — везде используются продукты лёгкой промышленности. Любые комментарии в отношении ситуации в отрасли поэтому требуют пояснения, какая именно суботрасль находится в фокусе рассмотрения.

Оппоненты остановились и на перспективности мер реформирования лёгкой промышленности, обозначенных в докладе. Каждый из них высказал своё видение наиболее приоритетных задач в этом направлении.

А. Разбродин заострил внимание на денежной поддержке со стороны государства. По его словам, существующие статистические данные и методы учёта информации в определённой степени искажают фактическую информацию. Волнующий его вопрос — это учёт налогов. В официальных источниках фигурируют показатели, при подсчёте которых не учитывается выплата страховым фондам. Однако сумма этих взносов составляет едва ли не половину значения налогового бремени, преуменьшенного расчётными схемами. Позиция президента Российского союза предпринимателей текстильной и лёгкой промышленности проста: пусть отрасли компенсируют эти деньги, так как в период восстановления после экономического кризиса подобная налоговая нагрузка приведёт её к разорению.

Кроме этого, в задачи государственной поддержки А. Разбродин вменяет и борьбу с недобросовестной конкуренцией. До 50% рынка — это искусственно созданные конкуренция и стоимость. Государство должно контролировать состояние рынка, снизив показатели недобросовестной конкуренции до приемлемых 10–12%. В заключение А. Разбродин подчеркнул первостепенную роль государства в деле восстановления отрасли и её выхода на качественно новый уровень развития.

Важность государственного участия поддержал и **А. Яковлев**, однако приоритетные направления для государственного регулирования он видит на институциональном уровне. Высказав солидарность с А. Разбродиным в вопросе контроля за недобросовестной конкуренцией, он не согласился с тем, что денежных компенсаций будет достаточно. В представлении А. Яковлева, залогом успешного развития отечественной лёгкой промышленности является создание стимулов для коллективных действий среди предприятий отрасли. Апеллируя к опыту стран Восточной Европы, А. Яковлев остановился на феномене бизнес-ассоциаций, способных, по его мнению, порождать общественные блага для отрасли в целом. Следовательно, ключом к спасению отрасли должно стать эффективное взаимодействие между основными стейкхолдерами в цепочке создания стоимости. Государство несёт ответственность за оптимальные условия для совместных действий предприятий, что позволит им перейти от частных интересов к общим.

К схожим выводам пришёл **В. Исаев**. Государство должно всячески способствовать увеличению доли легального бизнеса. Наличие здоровой конкуренции, поддерживаемой не только государственным регулированием, но и ассоциациями компаний, позволит нормализовать состояние отрасли. Что касается финансовой поддержки, то целевой аудиторией для государственного финансирования должны быть только экономически эффективные фирмы, готовые вкладываться в развитие своей отрасли.

Однако государственное вмешательство далеко не единственный «ингредиент» успеха. В. Исаев подчеркнул и обоснованность смены сырьевой парадигмы, предложенной в докладе. В современных реалиях глобальные торговые сети, захватывая всё новые рынки, вынуждены продавать товары в странах с разным уровнем доходов населения. При этом дифференциация в доходах значительна: если в одной стране среднедушевой доход равен 2000 долл., то в другой стране — не превышает 200 долл. В таких условиях использование постоянно дорожающих в силу инфляции натуральных материалов становится затруднительным. Выход из этой ситуации — более дешёвое синтетическое сырьё, производство которого в нашей стране можно и нужно наладить. На этот товар будет не только внутренний, но и внешний спрос, что сделает нас потенциальными экспортёрами.

Завершая семинар, заключительное слово взял **Е. Ясин**. Он ещё раз напомнил собравшимся изначальную идею семинара и то, что удалось выяснить в ходе обсуждения. По всем показателям, после распада Советского Союза лёгкая промышленность должна была прекратить своё существование, не выдержав конкуренции, но отрасль выжила. Механизмы этого восстановления нам были не известны, а также было непонятно, сможет ли она продержаться в условиях современной экономики. В ходе семинара прояснилось, что лёгкая промышленность способна не только поддерживать своё существование, но и развиваться. При этом перспективные направления роста отечественной лёгкой промышленности показывают, что мы переходим от советской модели «пожаловаться на государство и попросить потом помощи» к самоорганизации участников, способных на коллективные действия. Как заметил А. Разбродин, «рынок — это конкретные люди, которые в соответствии со своими мечтами хотят что-то создать. Те, кто просто хочет прибыли, ничего хорошего не создавали. Получается только у тех, кто готов создавать что-то новое, не имеющее стоимостной меры».

Определенно можно констатировать, что семинар завершился положительным ответом на вопрос темы доклада: «Можно ли спасти российскую лёгкую промышленность?». Спасти можно. Главное — выбрать способ.

CONFERENCES

Regina Resheteeva

Is It Possible to Save Russian Textile and Apparel Industry?

RESHETEEVA, Regina Igorevna — MA Student, Master's in Applied Methods of Market Social Analysis; Junior Research Fellow, Laboratory for Studies in Economic Sociology, National Research University Higher School of Economics. Address: 20 Myasnitskaya, Moscow 101000, Russian Federation.

Email: rresheteeva@hse.ru

Market Studies).

Abstract

The regular workshop “Economic Policy during the Transitional Period”, organized by professor Gregory Yasin (academic supervisor of the Higher School of Economics), was held on January 30, 2014. At this workshop professor Vadim Radaev (first vice-rector of HSE) delivered a report on “Is It Possible to Save Russian Apparel and Textile Industry?”, initiating a discussion of the current problems faced by the industry and development perspectives. Prominent experts in this sphere took part in debates on the future of Russian apparel and textile industry: Vugar Isaev (president and founder of the chain stores “Snezhnaya Koroleva”), Andrei Razbrodin (president of The Russian Union of Entrepreneurs of Textile and Light Industry, board member of The Russian Union of Industrialists and Entrepreneurs), Andrei Yakovlev (director of the Institute for Industrial and

The central issue discussed at the workshop dealt with the reasons of the Russian textile and apparel industry survival after Soviet Union collapse despite sharp productivity decline. Nevertheless textile and apparel industry still vulnerable, facing the risks posed by global competition. Vadim Radaev suggests modernization strategies for textile and apparel, facilitating its growth. Do we have chances to enter in global supply chains? What role should government and companies play in this process? This article provides an overview of answers to those questions.

Key words: apparel and textile industry; global supply chains; unfair competition; government support; industry survival; domestic market; export behavior.

INTERVIEWS

Interview with Victor Nee: “Sociologists Always Want to Reinvent the Conceptual Map and to Come up with the New Conceptual Scheme that Identifies Something as Important” (Part 1)



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

Email: vgn1@cornell.edu

Victor Nee was interviewed by Alexander Kurakin, Senior Lecturer 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. Nee co-chaired the mini-conference “Organizations and Institutions in Emerging Markets.”

Prof. Nee emphasizes that economic sociology cannot be built only on the argument that networks matter. While important, this sole focus does not allow economic sociology to progress to the societal level. For that, economic sociology needs to incorporate institutional structures — both formal and informal — into its analysis, as it extends the sociological perspective to the study of economic behavior.

Prof. Nee also discusses his recent book “Capitalism from Below” (co-authored with S. Opper, 2012), which puts into practice and explains through such multi-dimensional institutional analysis how private-enterprise capitalism emerged in China.

In this issue the journal presents the first part of the interview. The second part will be published in May 2014.

Key words: embeddedness; networks; institutions; capitalism; China; institutional change; economic growth; economic performance.

— *So, let’s begin. Your last interview in Russia was about 8 years ago [Nee 2005].*

— That long ago?

— *Yes. Back then, you told Prof. Vadim Radaev that you began to realize that you were working in the field of economic sociology after reading Granovetter’s article about embeddedness [Granovetter 1985] and Swedberg’s book of conversations with sociologists and economists [Swedberg 1990]. So, these were two books that influenced you. I’m curious — do you think that Granovetter’s article remains so crucial for the identity of economic sociologists today?*

— Well, that's an interesting question. I noticed that the conference your institute has organized uses the title of my article "Embeddedness and Beyond" [Nee, Ingram 1998]. I was pleased to see that, because that article was written at the time when it became clear to me that you cannot build the whole field of economic sociology on the argument that networks are important and networks matter. Of course they matter. No one can argue against that. Granted, it was an important argument to make, and important in two senses: first, as a critique of economics for its omission of social structure, and second, because network analysis is an area where sociology has made important progress, both in terms of methodology and also as an important focal point of research.

But networks are a social structure at the micro-level and meso-level, while the great strength of sociology as a discipline, as Durkheim argued, is that it specializes in the study of institutions, of larger social structures and arrangements, that are above the individual and meso-levels. In short, at the societal level. Granovetter's 1985 article missed this. Why? In part, I think, because Granovetter was in a polemical argument with Williamson, who is a new institutional economist. And so Granovetter framed the argument, in part, as a dualism: networks *versus* institutions. This was not emphasized in that article, but it was there and so, in a way, Granovetter inadvertently ceded the grounds of institutional analysis to Williamson by pushing hard on the network side. Now, that's my interpretation of it. It may be so. Later on, Granovetter began to write again about institutions — before this article he had written about institutions of labor markets. So, it's not that institutions are missing in Granovetter's work. They're there. But in that particular article he posed the dualism: either/or. It's networks *versus* institutions, sociology versus economics, which is not a strong, long-term intellectual position that you can hold, because it's always both: networks *and* institutions.

Sociology and economics have, for a long time, had intellectual trade with each other, influencing each other, which is very clearly evident in Richard Swedberg's book where he interviewed both sociologists and economists. So, economic sociology is a subfield that is especially open to intellectual trade. I do think that Granovetter's article had a very important influence in revitalizing economic sociology during that period, but although it was an important orienting statement, its limitation became more and more clear to researchers.

You cannot explain economic performance or economic behavior in the broader sense by simply remaining at the level of networks, because you need to take into account the institutional structures in which the networks themselves are embedded. *How* networks matter could not be really fully examined without taking into account these institutional structures, both formal and informal. And so that was the purpose of my article with Paul Ingram, "Embeddedness and Beyond." We say: "Look, we need to bring into the focus of economic sociology the institutional structures within which economic action takes place, which must include the networks themselves. But the networks are part of the informal behavior in institutions, and the formal structures of the economy are the formal arrangements." So, it's a more complete analysis. I posed in that article the central issue that needed to be resolved: What is the relationship between the informal and the formal elements of the institutional structures? Because we do know, for example, that in some contexts they are at odds with each other and that the informal arrangements are opposed to the formal rules of the game. And in other instances that they are congruent, that the formal rules of the game and the informal norms, the social norms, are in alignment with each other, creating a very different situation. When informal arrangements and the formal rules of the game are congruent, you have lower transaction costs and higher economic performance, simply because much of the monitoring takes place within networks according to the informal rules of the game, the norms. In opposition, the informal rules are opposed to the formal rules of the game, leading to higher transaction costs with respect to both the economic players and also to the state overseeing the enforcement and monitoring of the formal rules of the game.

The use of this framework in my book, *Capitalism from Below* [Nee, Opper 2012], is a direct extension of "Embeddedness and Beyond," to explain why capitalism emerged in China. And so you have a theory that

uses a Schelling model confirmed by a massive amount of evidence using a multi-level causal model that includes the economic actors as part of the networks and also the informal and formal institutions in the explanation for the emergence of a new economic order. It is in essence a sociological explanation of capitalist economic development that builds on the shoulders of giants — Max Weber, Joseph Schumpeter, George Homans, and Harrison White.

I was very pleased that this book is being read seriously, not only by sociologists but by political scientists and economists who recognize it as an important contribution to both sociology and economics. That's the way it should be: we are not in opposition (economic sociology to economics) but we take a different approach. We extend the sociological perspective to the study of economic behavior, and if we're successful, the economists will recognize that we have come up with a robust finding that they cannot explain from within the neoclassical paradigm. They cannot explain it, even within the framework of new institutional economics. It has to be that our findings are robust enough that it's not just among our friends and within our networks of economic sociology that they're recognized, but that they have external validity.

— *And how do you know that your book is recognized? It was just published not long ago.*

— We have some reviews already. Reviews from economists, published and also unpublished.

— *And can you name some economists who recognized your book or maybe published some reviews in economic journals?*

— There is one by Nitin Desai. I was pleased to see this, by a very distinguished Indian economist based in Delhi, in a journal published by the Institute of Economic Growth, which is somewhat on the left, a Marxist-origin institute. He gave a very careful review of the book, which showed that he really thought about it. That's the first published review we have. Two economists have posted wrote short reviews of the book on Amazon. One was by Lee Alston, of University of Colorado, Denver — a very distinguished new institutional economist, a former president of the international society for new institutional economics. He said that the book changed his thinking about China. And economists are very interested in China, because it's the economy that has the highest rate of economic growth in human history for the longest period (three-and-a-half decades), emerging from the poorest-per-capita economy in the world to the second largest.

— *They have to be interested.*

— They have to be interested and they can't explain this. No explanation for it. They can't explain why it happened.

— *Even the neo-institutionalists?*

— No, they don't have an explanation, because the new institutional economics require that the institutions are in place first and then you have economic development. Good institutions prelude good economic performance, bad institutions stop it. Chinese institutions were weak — weak in terms of copyrights, especially intellectual copyrights.

Douglas North read an early version of the book, and apparently told his friends, "You've got to read this book." It was reviewed by a Greek economist who has written on new institutional economics, and we got informal feedback from another German new institutional economist who said it was a major contribution to economic science. In conversation with me, the economist John Leahy said: "This book explains economic growth. This is a major contribution."

— *Do you mean that even neoclassical economists are reading this book?*

— I don't know if they are, but there was one encounter I'll mention here. He had not read the book, but he was at my presentation and came up to talk to me afterwards. In any case, my view is that the neoclassical economist who reads the book will understand its logic, even though that logic is sociological. By the way, this is the challenge for economic sociologists. We are not just writing only for ourselves, and to convince people, we need to come up with findings, theory-driven empirical findings, that have external validity, not just within sociology but in our ally disciplines: economics and political science. That's the challenge. They may not agree with us, but after they read our work, they need to be able to say: "Yes. This would explain something we cannot explain." I recently invited James Robinson, who is the co-author of the new book *Why Nations Fail* with Daron Acemoglu [Acemoglu, Robinson 2012] and teaches in government department at Harvard, to speak at Cornell. *Why Nations Fail* basically extended the new institutional economics to the whole world and to all human history. Their theory is that there are two types of political regimes: fundamentally extractive political institutions and inclusive political institutions. Extractive political institutions are states where the government is predatory and extracts surplus from producers, and the state builds extractive economic institutions to enable politicians to extract more from the economy for the interests of the politicians, the political elite. Then there are inclusive political institutions where the rules of the game are such that the rule of law and accountable government limit what can be extracted from economic actors by the government. And in inclusive political institutions you have a tendency to develop inclusive economic institutions. This is the Acemoglu–Robinson model. In this model they essentially analyze all of human history, and it's very clear that the type of political institutions that they mean by extractive include state socialism, socialist Soviet-style economies as well as dictatorships in Africa and other underdeveloped parts of the world. In their view, China is an example of an extractive political state, but then they face a problem just like the other economists: they predict that China will collapse. I met Robinson and I gave him a copy of the book. He read it and said: "That's changed my thinking." They can see that the political institutions and the economic institutions in China, from their framework, which is not my framework, suggest that it is inclusive. So, to me it was a very strong signal that we have come up with the theory and evidence such that two major important economists — Robinson and Alston — change their thinking. That's what we want: work that causes the economists to rethink their subjects and to recognize that we stood up and we delivered.

We, sociologists especially, always want to reinvent the conceptual map and to come up with the new conceptual scheme that identifies something as important. I think there is a contribution to be made in doing this, and, as I said, Granovetter's 1985 article was just this — an orienting framework that identified something important that was missing. But if that's all you do, you haven't delivered on the robust findings. We need to do more. We have too many orienting statements. This was what George Homans emphasized and also what Robert King Merton emphasized. What sociology has to do is to deliver on theory, linked with evidence, theory-driven evidence, discover new evidence, new regularities. And this is why Merton emphasized the importance of middle-range theory rather than grand theory. Middle-range theory is the level of theory that is testable and that drives empirical research.

In my view, that's why Granovetter's article, while important, as I emphasized for myself, ran into limitations. There wasn't a specification of a theory. Its main contribution was to say: "Networks matter, both in markets and for the firm." To Mark's credit, he said: "Well, we don't know when they matter to improve trust and economic performance, because we don't know ex ante when those, whom we trust, can cheat us and can be opportunistic, because it's only those whom we trust that we're less likely to monitor. These are the people who are the great embezzlers of history, because we're not keeping an eye on them." So, it is to Granovetter's credit that he understood this limitation, but it's precisely for that reason that Granovetter argued that we need to focus on case studies to study how networks mattered. The problem with that, as Harrison White argued in *Markets from Networks* [White 2002], is that it leaves us in the position of an anthropologist, studying one

network after another without the contribution of a predictive model, without the ability to explain something that is beyond the particular case.

— *In the previous interview you were also critical concerning such case studies. Did something change in these 8 years?*

— Well, I didn't mean to imply that we should not be doing case studies. For example, our study of the emergence of capitalism in China, which I see in the same spirit as Weber's study of the rise of the capitalism in the West, also a case study. In his writings, though, Weber posed an alternative theory of capitalism to explain the rise of capitalism in its modern form in the West, not from a materialist theory, as Marx did, but from a theory that saw the causal importance of cultural beliefs, of ideas. That was an important contribution that went beyond the limited case of the rise of capitalism in the West. In *Capitalism from Below* we study endogenous institutional change that led to the emergence of economic institutions of capitalism in China, but the Schelling model in that multi-level casual theory is a general one, which can be applied to other cases.

— *So, you expect from those case studies some broader theoretical impact. Am I right?*

— Yes, that's right. For example, my current study of the knowledge-based economy in New York City, with Sonja Opper who is at Lund University in Sweden. This is a very different institutional context, and a very different case from the China case, which was in Yangzi delta. Why New York City? Well, in the last five years it has had the highest rate of high-tech startups in the United States, if not the world. The median age of new high-tech firms in New York City is about three to four years. In the 21st century New York has already founded 1,600 high-tech firms. Knowledge-based economic development just exploded in New York City.

— *The other Silicon Valley.*

— Exactly. Now, Silicon Valley is still number one in terms of high-tech startups, but it used to be Boston in second place. New York City is now number two and growing at a faster rate than Silicon Valley. Five hundred of these 1,600 firms have funding from either angels or venture capitalists. The median investment among those five hundred that have funding is about 7.5 million dollars. The mean is about a million and a half. So, these are not just fly-by-night firms. These are firms that have attracted significant venture capital, and so I'm doing this study to explain the emergence of this explosive growth of high-tech start-up firms in New York City.

This is a case of congruence. China was a case of incongruence, opposition norms, driving institutional change and putting into place economic institutions of capitalism. In the US, the economic institutions of capitalism are already in place. The formal rules support the free enterprise system, and so, the emerging norms and networks of high-tech firms are congruent with the formal rules of the game. That's what we are studying in New York, the opposite case from China. We want to see how emergence takes place where, in contrast to China, the institutions are well-aligned at the informal and formal levels. In China, it was the emergence of informal economic institutions, driven by networks and social norms, that forced the state to change the formal rules to accommodate what had already taken place on the ground, in the real economy. In New York City you have the municipal government working together with the high-tech startups, never in opposition to the emergence of knowledge-based economic growth in New York City, but accommodating it, helping, rather than standing in the way.

— *So, is this study finished or is it in progress?*

— In progress. The time-line is to finish this research in another year.

— *Will this study appear as an article or a book?*

— Articles and a book. *Capitalism from Below* also continues as ongoing research. Right now, a third wave of that study is being conducted in China with 700 entrepreneurs and 700 firms. We expect to complete it by the end of 2013. In this third wave we're working together with Sonja Opper and Ronald Burt, with more fine-tuning of the network analysis we're doing. And then there will be the fourth wave in 2015. So, I'll be very busy.

— *Like good movies. So, am I right that in the previous interview you were quite optimistic when you were talking about the connections between sociologists and economists? And now I see that you are still optimistic.*

— Well, since the previous interview there was a book published by Avner Greif, *Institutions and the Path to the Modern Economy* [Greif 2006]. In that book, which I think is important, Greif argues that there has been a sociological turn in economics. Now, not every economist agrees with Greif, but Greif is a major economist who has made this argument. As economic sociologists, we should welcome and encourage that turn, because we benefit from intellectual trade between sociology and economics. It might be a rivalry, but I think that the competition is a good competition. Whether we've made progress since? Yes, we see this in Greif's publication, that he cites sociologists, that he calls for a sociological turn in economics. Well, when I submit articles or research reports, half of them go to sociological journals and half of them go to economics journals. I've just had a co-authored paper [Holm, Opper, Nee 2013], accepted by *Management Science*, which is a leading business-school economics journal. Prior to that, I've published in *Kyklos* [Nee, Opper 2009] and in the *Journal of Institutional and Theoretical Economics* [Nee, Opper, Kang 2010]. I was pleased to do this, because with each of these articles I tried to make sociological arguments about economic performance available in the economics journals themselves.

It is a challenge to get accepted in economics journals for anybody, because submissions undergo peer review. But when economics journals ask for a review, it's usually from an economist rather than a sociologist. And so, of course, I'm pleased to get these articles accepted. Whether or not the economists are influenced by them, I just don't know. But let's say this: economists are now in the field that Mark Granovetter began his career in, network analysis, and have written the definitive text on network analysis. This is a book by David Easley and Jon Kleinberg [Easley, Kleinberg 2010] which was published about three years ago. It's a major book on network analysis by an economist and a computer scientist. And so, economics and computer science are running with network analysis now. Yes, they do cite Ron Burt, but most of their citations are to computer scientists and economists, because they've done so much of the recent work in network analysis, and their technical skills are stronger than the average sociological network analyst. So, we can still say we are the subfield of modern network analysis, but we need to acknowledge that modern network analysis, particularly the cutting-edge, is now mostly done by computer scientists and economists and mathematicians. They see what we're doing is important enough that they've grabbed it and run with it. Sociologists barely keep up with the technical aspects of the new research, and this is a problem.

That's why we need to not surrender institutional analysis to the economists. The international society of the new institutional economics is founded on the idea that institutions matter for economic performance. Well, what do they mean by institutions? The same thing that Durkheim meant by institutions? The same thing that Weber meant by institutions? The same thing that Marx meant by institutions? The economists have taken the sociological view of institutions and say: "They matter for economic performance." Now, we can't surrender that. We have to counter that with: "Yes, we agree, but our theory provides the analysis that you cannot do from the neoclassical framework. That is, the extending of sociological analysis to the field that you're researching and we're researching. And we sociologists can deliver on the promises of our past masters — not only from our framework but from yours. We've done something that you can't do, or at least haven't thought about yet."

— *You've just said that economics is ahead in network analysis, in institutional analysis. What should sociologists do, if economists are getting ahead in everything they are doing?*

— Well, I don't say, they're ahead in everything, in networks and institutions, but...

— *They have better techniques of analysis.*

— Yes, but if you only have technique and you don't have the substantive analysis, that is not going to win the game either, because methods and techniques are tools for analysis. But the main use of these tools is to discover regularities in the world we live in. So, if, their methods are coming out with better models, but not making discoveries in regularities in the world we live in, then they haven't delivered yet. They're just simply nice tools, fancy tools, perhaps. But we need to focus on what is being discovered in the way of regularities in the world we live in. By analogy, in another field I've done research in, immigration, you have oftentimes economists and sociologists working in concert. It's well accepted that a major article draws on work published by economists as well as sociologists, whether the author was an economist or a sociologist, because in this area people recognize contributions that are either theoretically important or empirically important. And so they will cite those contributions, not simply because it's in their discipline, economics or sociology, but because they need to have a proper citation of the ideas and findings being made in explaining and understanding immigration. And so, whether it's network analysis or institution analysis, hopefully that will work just as well, that economists and sociologists will refer to each other's work on its merit. This is why Greif's book is an important signal, because Greif, an economist, refers to the contributions made by sociologists to the institutional analysis of the economy.

Capitalism from Below does the same thing. We refer to important works in sociology, as well as to works that are relevant in economics, for the theory on endogenous institutional change. So, my optimism is not a Panglossian optimism, it's based on what I've seen in another field, the study of immigration. This type of ethos could well emerge in the relationship between economic sociology and, say, new institutional economics, two subfields of larger disciplines that rub shoulders, because both subfields agree that institutions are important to explain economic performance and behavior. The contribution of economic sociology is the premise that no full understanding of institutions can be achieved without examining the informal institutional processes that are embedded in networks and norms. A limited focus on the formal apparatus of institutional structure, the rules of the game in terms of laws and regulations enforced by the state, will not get you there. I think that, since 2004, we've made a lot of progress there. At least, I see it in a number of studies that have been published by economic sociologists since then. Frank Dobbin's *Inventing Equal Opportunity* [Dobbin 2009] is another example of sociologists examining institutional change, in that case, to explain how firms have incorporated a change in the rules with respect to race and gender. And then there was that recent study by Marion Fourcade on differences in the economic discipline in three countries: United States, Great Britain and France [Fourcade 2009]. And then there was another book by Greta Krippner [Krippner 2011] of neoPolanyian flavor to explain the financialization of the American economy: why finance became the leading sector of the American economy, shifting away from manufacturing. She of course is a neoPolanyian institutionalist. There are different varieties of institutional analysis in sociology. There's neoPolanyian, there's new institutional economic sociology that Ingram and I first pushed for, and then there is neo-institutional organizational theory. All three are complementary. They're complementary with different emphases.

— *And is Krippner's work in line with, for example Neil Fligstein's work? Because Neil Fligstein also wrote about the rise of the financial conception of control. And does Krippner take issue with Fligstein or not?*

— I should have mentioned Neil Fligstein as part of that "institutions and beyond" movement. Well, Krippner takes a different path from Fligstein. His work focuses on the firm and its interaction with the institutional

environment, and therefore is really more working from the neoinstitutional organizational theory, whereas she focuses on the state in the Polanyian sense and how the state makes the market.

— *Fligstein also talks a lot about the role of the state.*

— Well, he does, but in his analysis you see a difference in emphasis. Krippner is very much in the Polanyian tradition. If you recall Polanyi's work, the argument is that the state created the modern national market economy. And in that argument there's no entrepreneur and there's no firm, just the state. That's true in Krippner's work. There's no firm in the analysis, just the state creating the incentives. There's some lobbying from the financial industry but there's no focus on the financial industry itself. Whereas in my reading of Fligstein, he focuses on the firm and the way to resolve and eliminate predatory competition by creating a stable market organ. So the state is there, but in the background. In Krippner, the state is the focal actor. Congress is the focal actor, and the laws it passed opened the way to the financialization of the American economy. So, it's a difference in intellectual tradition. But the good news is that there is a variety of new institutional analyses that are coming to the fore in the movement from "Embeddedness and Beyond" that are broadly complementary, broadly insisting that economic sociology move beyond just a focus on networks. They practically and theoretically return to the framework you have in micro-level analysis that involves actors and networks, the meso-level that involves the firm, and the macro-level analysis that involves the institutional environment. And this multi causal model was first argued for in "Embeddedness and Beyond". So, that's why I'm pleased that the conference here in Moscow has picked up on that emphasis.

— *In general, what do you think a sociologist should do if he wants to be read, accepted or merely understood by economists? You just said that your book has had an effect on economists. What's the secret?*

— Well, first of all it should be very clear that the book is only published recently and so, what we have are the preliminary responses from some economists. I'm not going to be comfortable with the view that the economists are taking the book seriously until there is a major review appearing in a journal such as *Journal of the Economic Literature* or some other more serious intellectual engagements. I guess I don't have an answer to your question, because, in general, each of the social science disciplines, in the case of sociology and economics, looks inward for ideas and outward for influence. These are two social science disciplines that have imperial ambition and so the tendency, especially in economics, is to look inward to economics for the sources of their ideas and not to pay much attention to what is going on outside of economics. And the same can be said for sociologists, but we're more curious about what the economists are doing than the economists are about what we're doing

— *For example, sociology borrowed much from institutional economics. We are attentive to them, but they are not attentive to us.*

— They're less attentive to us. That's fair. And that's very much in line with how modern economics organizes itself, which is that they are inward-looking. So, in that sense, I think, that the more realistic view is that the inward-looking tendency present in each of the disciplines is the stable equilibrium and that neither discipline will be inclined towards a blurring of their disciplinary boundaries. Therefore, what I'm arguing for is more modest. It's not that we write for the economists. Rather, our work needs to move beyond emphasizing orienting statements, and needs to always have in mind that the findings should be strong enough that someone outside of our discipline will recognize them as significant. That is to say, the findings need to have external validity. That doesn't mean that they'll always be recognized by everybody in the ally discipline, but those who take the time to read should be able to see that we're not just talking to ourselves, that we have written something that has a robust nature. That's generally the idea of all sciences. In the natural sciences, the discovery of DNA is recognized not just by the people who were involved in this effort to discover modern genetics, but

by other biologists who were initially critical of this effort and also by ally disciplines in natural sciences. The discovery of DNA is robust, it's been replicated. It's recognized outside of the subfield of biological science that discovered it, and it's recognized within the larger field of biology by people who were not convinced of the approach that was taken. It's recognized outside by physicists, by chemists, so that a whole field has emerged, for example, biophysics, biochemistry, that attributes its origins to the discovery of DNA. I think, in that sense, modern sociological network analysis has some of these features. It's recognized not just within sociology, but by ally disciplines: economics, political science, and now computer science see that this is important.

— *And institutions?*

— Well, yes. Sociology is the social science that organizes itself around the idea that it studies institutions — comparative institution analysis began in sociology — and now institutions have been picked up by economics, and so it's been included into political science. New institutional economics has penetrated political science, and we should be pleased by that and join the cross-disciplinary study of institutions' role in economic performance. It began in sociology, after all. Why shouldn't we participate in the success and contribute new robust findings that others have to take seriously?

— *Professor Nee, thank you very much!*

To be continued.

Alexander Kurakin
October 2012, Moscow

References

- Acemoglu D., Robinson J. A. (2012) *Why Nations Fail: The Origins of Power, Prosperity, and Poverty*, New York: Crown Business.
- Dobbin F. (2009) *Inventing Equal Opportunity*, Princeton: Princeton University Press.
- Easley D., Kleinberg J. (2010) *Networks, Crowds, and Markets: Reasoning About a Highly Connected World*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Fourcade M. (2009) *Economists and Societies: Discipline and Profession in the United States, Britain, and France, 1890s to 1990s*, Princeton: Princeton University Press.
- Granovetter M. (1985) Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness. *American Journal of Sociology*, vol. 91, no 3, pp. 481–510.
- Greif A. (2006) *Institutions and the Path to the Modern Economy: Lessons from Medieval Trade*. New York, NY: Cambridge University Press.
- Holm H., Nee V., Opper S. (2013) Entrepreneurs under Uncertainty: An Economic Experiment. *Management Science*, vol. 59, no 7, July, pp. 1671–1687.
- Krippner G.R. (2011) *Capitalizing on Crisis. The Political Origins of the Rise of Finance*, Cambridge, MA: Harvard University Press.

- Nee V. (2005) Interview. *Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 6, no 1, pp. 6–13. Available at: <http://ecsoc.hse.ru/2005-6-1.html> (accessed 28 February 2014) (in Russian).
- Nee V., Ingram P. (1998) Embeddedness and Beyond: Institutions, Exchange and Social Structure. *The New Institutionalism in Sociology* (eds. M. Brinton, V. Nee), New York: Russell Sage Foundation, pp. 19–45.
- Nee V., Opper S. (2009) Bureaucracy and Financial Markets. *Kyklos*, vol. 62, pp. 293–315.
- Nee V., Opper S. (2012) *Capitalism from Below: Markets and Institutional Change in China*, Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Nee V., Opper S., Kang J. (2010) A Theory of Innovation: Institutions, Markets and the Firm. *Journal of Institutional and Theoretical Economics*, vol. 166, pp. 397–425.
- Swedberg R. (ed.) (1990) *Economics and Sociology. Redefining Their Boundaries: Conversations with Economists and Sociologists*, Princeton: Princeton University Press.
- White H. C. (2002) *Markets from Networks: Socioeconomic Models of Production*, Princeton: Princeton University Press.

BEYOND THE BORDERS

Franck Billé

Surface Modernities: Open-Air Markets, Containment and Verticality in Two Border Towns of Russia and China¹



BILLÉ Franck — PhD, Postdoctoral Researcher, Department of Anthropology, University of Cambridge. Address: Free School Lane, Cambridge, CB2 3RF, England.

Email: franck.bille@gmail.com

This article focuses on the contrasting urbanisms that characterize the two cities of Heihe and Blagoveshchensk on the Sino-Russian border. Since 1990, with the bulk of international trade taking place on the Chinese side, Heihe has rapidly developed into a modern town; by contrast, Blagoveshchensk appears sedate and almost stagnant. Another stark contrast between the two cities is in the ways in which ideas of modernity are spatialized through their urban practices, with Blagoveshchensk demonstrating a preference for horizontal functionalism while Heihe largely follows the iconic and vertical model found in the megacities of the Chinese south.

Foregrounding this very spatial imbalance, the paper argues that the Russian association between horizontality and modernity unwittingly collapses Heihe's riverfront skyline into a smooth surface lacking depth, and renders invisible those economic drivers that operate below this surface as well as along a vertical axis. As a result of this, spatiality provides an initial cultural grid through which the development, success and modernity of the Other is assessed.

The methodology followed in this article is primarily anthropological. The research was carried out in October and November 2011. A dozen semi-structured and open-ended interviews were conducted with informants of diverse ages and social backgrounds, including businessmen and women, academics, young professionals and students. This research was funded through a grant by the Newton Trust (Cambridge, UK).

Key words: Sino-Russian border; urbanism; space; verticality; trade; open-air markets.

Introduction

The American sociologist Neil Fligstein has noted that market society's dynamism is too often explained in narratives of rational supply and demand spurred by technological advances. Yet, he argues, this dynamism is made possible because of the extensive social organizations that undergird these environments.

¹ I am grateful for the many comments I received from colleagues as I was writing this paper. I wish to thank in particular Caroline Humphrey, Marilyn Strathern, Paula Haas, Nayanika Mathur, Hyun-Gwi Park, Barbara Bodenhorn, Yuri Slezkine, Natalia Ryzhova and Zoya Kotelnikova.

These forces, he contends, “are not exogenous to market society, but endogenous to these social relations” [Fligstein 2001: 3]. Thus, the survival of social institutions cannot be limited to economic efficiency, and social forces are an inherent part of what constitutes the “architecture of markets.”

This article follows Fligstein in that it seeks to include social processes in its analysis of the structure and dynamics of material production and consumption [Fligstein 2001: 6]. It departs from Fligstein, however, insofar as it foregrounds actual physical architecture and urban spatiality. Focusing on the “twin cities” of Blagoveshchensk and Heihe, I look at the ways in which the two cities are spatially organized, and in particular at the contrast in their use of vertical and horizontal space.

This opposition between horizontality and verticality, according to Chinese geographer and theorist Yi-fu Tuan, is fundamental to the human understanding of place. These two different axes stand “symbolically as the antithesis between transcendence and immanence, between the ideal of disembodied consciousness (a skyward spirituality) and the ideal of earth-bound identification. Vertical elements in the landscape evoke a sense of striving, a defiance of gravity, while the horizontal elements call to mind acceptance and rest.” [Tuan 1974: 28]. Thus, as he explains in a more recent article [Tuan 2007: 29], very tall buildings in the city’s skyline mostly cater to the needs of business and financial aspirations while “work devoted to the body and to the running of government seem to require a feeling of stability and *gravitas* that is best projected by low-lying buildings.”

I am charting in this article the evolution of these urban spaces, particularly the emergence of open-air markets in Blagoveshchensk in the early 1990s. I show that such commercial spaces have largely been perceived to be incompatible with Russian modernity, and therefore subject to sociopolitical pressure towards containment and invisibility. The ‘modernizing’ transformation of these spaces, specifically the will to relocate them away from the surface of the street and into containing structures, has frequently used the Chinese bazaars and markets as counter-examples. However the reduction of Chinese commercial practices to street-level bazaars has rendered invisible other forms of economic activity, specifically those taking place along a vertical axis.² By privileging the very space in which commercial activities occur, my aim is to demonstrate that spatiality acts as a prism through which economic exchange gets interpreted.

The analysis proposed in this article is primarily anthropological. The ethnographic research I carried out in October/November 2011 in Blagoveshchensk was based on a dozen open-ended interviews with a wide range of informants³ — many businessmen and women, as well as academics, young professionals and students of different ages and social backgrounds. In addition, three group discussions took place at the Amur State University. The pool of informants, recruited through the snowball method, was explicitly chosen to be cross-societal rather than limited to a specific segment which may have led to a skewed perspective. The aim of this cross-societal ethnography was not to provide a comprehensive analysis of representative views but merely to offer insights into some of the emergent social and economic dynamics that are found locally.

The perspective of this research is also phenomenological insofar as it seeks to foreground the subjectivity and somatic experiences of my informants in registering their response to the visual stimuli of Heihe’s skyline. In this regard, it responds to Patrik Aspers’ [Aspers 2006: 127] assertion that a phenomenological approach is fundamentally and ideally suited to the study of holistic environments.

² The focus on Russian perspectives in this paper is due primarily to space constraints, but also to the actual imbalance of human and goods traffic between the two cities. While Russians in Blagoveshchensk can easily cross into China and stay there without visa for up to a month, for Heihe Chinese, border crossings require considerable financial and time resources. As a result, only Heihe effectively functions as a space of encounter between the two groups.

³ To protect the anonymity of my informants, all names in the text are pseudonyms.

The first section of the paper provides a brief overview of the history of the two cities of Heihe and Blagoveshchensk since the border reopened in the late 1980s. The paper then describes the enduring contrast between the two, as well as their diverging views of urban development. Whereas Heihe has been characterized by the comingling of modern buildings and open-air markets, the Russian city of Blagoveshchensk has shown a consistently strong emphasis on containment of commercial activities. Using insights from psychoanalytical theory I suggest in the third section that the street surface plays a preponderant role in local Russian culture and that it acts as the primary site where urban modernity is mobilized and displayed. I then illustrate in the fourth section that this cultural focus on horizontality has occluded Heihe's more recent economic development as a boom town in which Russian purchasing power has been playing an increasingly marginal role. Finally, as I argue in the conclusion, a cultural emphasis on particular spaces or planes acts as a grid through which visions of Self and Other are interpreted and given weight. These anthropological and psychoanalytical dimensions can, I suggest, usefully supplement economic and sociological studies of interethnic border trade.

Twin Cities

The two Manchurian cities of Blagoveshchensk (Russia) and Heihe (China), standing across from each other on the Amur River, are the point along the 2500 mile border where Russian and Chinese urbanisms come closest together. Economically co-dependent, these 'twin' cities are nonetheless very different kinds of siblings. While in the last two decades Heihe has grown at breakneck speed, the town of Blagoveshchensk has been comparatively stagnant. The two cities are a unique site insofar as they mark a clear boundary between two very different kinds of worlds, Europe on one side and Asia on the other. The idea that the river marks a civilizational fault line is very much present in the minds of the local people, the assumption of both Russians and Chinese that they are fundamentally different from each other in fact shaping interactions between the two groups.⁴

While Heihe and Blagoveshchensk may be separated by only a 500 meter stretch of water, they are nonetheless two time zones apart. This temporal rupture, added to the bureaucratic hurdles and the endless queues for ferry tickets, increases the sense of distance between the two cities. Similarly, the immediately visible somatic differences in the population of these border cities make the two environments oddly bipolar: apart from Russians and Chinese, there is very little ethnic diversity — at least visibly. This contributes to the peculiar sentiment that one is crossing from one world into another. An additional factor reinforcing this cultural fracture even further is the relatively recent history of the border's hermetic closure, a condition that ended in the late 1980s. Following the border disputes of the early 1960s that eventually led to the so-called 'Sino-Soviet split', the international boundary was heavily guarded and militarized, and supplemented by restricted zones — in fact still present on the Russian side. During this period, it was virtually impossible for people to cross over or to communicate. Blagoveshchensk itself, as a militarized town, was closed to foreigners as well as to non-resident Russians.

The border opened in the late 1980s and people were finally able to cross the river and trade with the other side. But the long separation has left its mark and the two sides have developed largely independently from each other, each having its own national center as its frame of reference. As a result, the two cities look very different, sound very different, and have a generally very different feel.

Due to myriad administrative and political reasons, the vast majority of local Sino-Russian commercial exchange takes place in Heihe. In the early 1990s, when financial subsidies from Moscow began to evaporate and many staple goods became increasingly difficult to obtain, the opening of the international border meant

⁴ Other Russian borders in Asia elicit similar discursive practices. The boundary with Japan, in the Kurile archipelago, is also touted by Japanese guidebooks as Japan's border with Europe [Morris-Suzuki 1999: 58].

sudden access to cheap Chinese goods for Russians. Finally able to cross the Amur River to shop, Russians returned home with enormous quantities of goods, from clothes and shoes to kitchen equipment and electronic appliances. This led to the emergence of the shuttle trade phenomenon, with Russian traders (*kirpichi*) crossing the river to buy in bulk and trying to complete as many trips during the day as possible.⁵ If the *kirpichi* are not a phenomenon specific to the city of Blagoveshchensk or even to the Russian Far East, they are nonetheless a potent symbol of the Amur oblast's post-Soviet border identity. The statue of a *kirpich* was thus erected in Blagoveshchensk's centre, with the inscription in Russian “Труду и оптимизму амурских предпринимателей” — “In recognition of the labor and optimism of Amur's entrepreneurs”, acknowledging the economic and symbolic importance of these commercial activities for the region overall (Fig. 1). In response to this sharp rise in demand, the small settlement of Heihe rapidly grew into a sizeable town, today of comparable dimension and population with Blagoveshchensk.

A significant consequence of international trade taking place exclusively on the Chinese side has been the transformation of Heihe into a center of economic activity explicitly focused on Russia. Indeed, most commercial establishments in Heihe, at least in the area in the immediate vicinity of the riverbank where most of the exchange occurs, display signs in Russian and most traders are at least commercially functional in the language. The street signage throughout the city is also trilingual, in Chinese, Russian and English – the latter a nationwide policy. In addition, numerous statues and ‘urban furniture’ in Heihe are Russian-themed, such as statues of bears on the riverside promenade, or statues in the shape of *matryoshki*, or Russian nesting dolls.



Fig. 1. Statue of a kirpich, Blagoveshchensk

⁵ Some of these traders realized that delegating the actual cross-border transport and having a team of *kirpichi* bringing goods from China would lead to higher returns. These former *kirpichi* are commonly known as *fonari*. In other parts of the Russian Far East, notably in the Primorskii krai, *kirpichi* are referred to as *verbliudy* (“camels”).

Interestingly, Heihe has also styled itself as a window to Europe: it attracts not only Russians but also Chinese tourists to whom it offers a ‘mini Russian experience’. Without having to physically cross the river — an experience that involves obtaining an international passport and spending considerable amounts of money — Chinese tourists can take mini cruises along the Amur river, and shop for Russian goods in Heihe itself, typically on Hailan street, a section of which is lined with shops selling a bewildering range of goods, from Russian fur hats to European style paintings.

For Russians, the economic miracle experienced by Heihe, which, from a small settlement has now mushroomed into a thriving city, has also been a common source of resentment. Particularly irritant for Blagoveshchensk residents has been the blatant ways in which Heihe has sought to advertise its newfound modernity. Every evening at 7 p.m. (corresponding to 9 p.m. in Blagoveshchensk), the entire riverfront of Heihe illuminates in a wide array of colors and a laser beam dances in the sky, occasionally prodding the sleepy Russian shore on the other side. For Russian onlookers, this night-time lightshow is primarily a huge billboard seeking to attract Russian customers. It is also seen as a show of force, demonstrating China’s new economic might and reflecting the comparative dimness of Blagoveshchensk on the other side. The electricity required to power the Chinese ‘light shows’ is routinely claimed to be Russian electricity, allegedly supplied at cheaper rates. This widespread belief that the physical energy powering China’s development is Russian echoes fuzzier ideas that Heihe has flourished ‘on the backs of Russians’, specifically through Russian consumption. There is also resentment at the use of matryoshka-shaped trashcans, considered by some as a lack of respect for Russian culture, but also emblematic of the ways in which China, from younger brother following a more enlightened older sibling, now appears to have taken the lead.

As these examples suggest, new urban practices are always symbolically charged. A city’s decision to erect certain statues, to place key buildings in prominent locations or to light up particular buildings is molded by cultural traditions but also sheds light on underlying cultural assumptions about the nature of modernity. This holds true for sites and practices of economic exchange. In both Blagoveshchensk and Heihe, differences in the use of space and in the marking of that space frequently reveal the two cities’ implicit futural investments.

Visibility and concealment

The decade following the collapse of the Soviet Union was characterized by a complete transformation of economic patterns, with a widespread demonetization and deficit of staple goods leading to the emergence of barter and other forms of unstructured economic exchange. One of these forms was the bazaar, an organic and somewhat haphazard coming together of buyers and sellers, centered around products that suddenly were no longer available in shops.

When these bazaars, or street markets, gained visibility in Blagoveshchensk, they tended to be associated with the Chinese, who figured prominently as traders and economic partners. More importantly, these markets quickly became a central feature of Heihe since, as described above, it was there that most of Sino-Russian commercial activities were taking place. In the early 1990s, these commercial sites in Heihe were extremely rudimentary. The only restaurants available were street stalls, and most commercial activities also took place by the roadside. In fact, these streets themselves were often little more than dirt tracks. As an entrepreneur I’ll refer to as Andrei told me:

You would see old ladies sewing Adidas trousers right there on the street. On one side they would have the material, on the other the trousers ready to wear. They sold these to Russian visitors who knew full well they were fake goods, but they were very cheap. They were very bad quality though and wouldn’t last long. At times, the seams would fall apart even before you had reached the Russian shore.

If Russian buyers did not seem to mind too much the lack of quality and the elementary structures they encountered in Heihe, the emergence of similar economic phenomena at home in Blagoveshchensk proved far more problematic. In Blagoveshchensk, just as in the rest of Russia, bazaars were seen as "dangerous places". Yet, their footprint in the city kept expanding. As Caroline Humphrey [Humphrey 2002] noted, "Bazaars, widely condemned as shady places of speculation, unmoral behavior and lack of civilization, (re-)emerged as central nodes in trade networks and the universal centre for private consumption." Bazaar traders were seen as shady characters, particularly in the first decade, when economic and commercial exchange remained heavily inflected by socialist moral precepts and a deeply internalized repugnance for 'non-productive' profit obtained from buying and reselling. In a recent article, Oleg Pachenkov suggests that these associations remain largely current. The open-air market is perceived as a shameful, almost criminal place [Pachenkov 2011: 190], inhabited by the "downtrodden who feel that they do not measure up to social standards" [Pachenkov 2011: 191].

This socialist morality was also lined with an ethnic dimension since members of ethnic minorities often came to dominate economic exchange, with Russians relegated to the more passive role of buyers. Although Blagoveshchensk is not a rich city and therefore does not attract many incomers, there are a number of outsiders, mostly from the Caucasus and Central Asia, in addition to Chinese traders. As a rule, each group has a specific niche: the Chinese sell goods produced in China, Tajiks those from Europe while Armenians and Azeris sell what Russians produce. Uzbeks focus on export, specifically to Yakutia, in the very far north of the country, since the city of Blagoveshchensk functions as an informal corridor (*neformalny korridor*) for Yakuts. The reappearance of Chinese traders after decades of absence was most problematic, leading to fears of Chinese invasion, the mushrooming of Chinatowns and eventual territorial loss. Concerns have hinged in particular on the growing economic disparities between the two sides, and on the potential transformation of the Russian Far East into a 'natural resource appendage' [Kuchins 2007] for an energy-voracious Chinese powerhouse.⁶

In March 2007 new regulations were introduced prohibiting foreigners from selling on the market as well as near places where medicine and alcohol were sold.⁷ The rule remained in effect for four years. Local Russians generally supported the new rule because they wanted Russians to trade, however this decision merely led to the closure of the majority of bazaars, with the number plummeting from a total of around 80 to less than ten. During that time, consumer demand for goods never ceased.

Another important aspect of these new economic spaces was the overwhelming presence of women. As a group, women were hit particularly badly by the collapse of the Soviet Union and the resulting rise in unemployment and non-payment of wages [Ashwin 2000]. Initially, many of them started selling items they owned on makeshift flea markets, and later took a more active role in shuttle trade, importing goods from other towns as well as abroad. It is likely that the preponderant role played by women contributed in some way to the negative evaluation of open-air markets and bazaars in post-socialist Russian society.⁸ Indeed, the reversal of social roles attendant to political upheavals appears to have been an important factor. In an analysis of the role of barter in Buryatia, Caroline Humphrey [Humphrey 2000] makes an argument germane to this point.⁹ She showed that the new social structures demanded by barter involved levels of trust which, far from cementing social relations, introduced instead new kinds of stress.

⁶ The reopening of the border in 1990 triggered strong anxieties and misgivings among Russians regarding alleged Sinicization (*kitaizatsia*) of the Russian Far East and potential balkanization. If the city of Blagoveshchensk is relatively tolerant of a Chinese presence, it was nonetheless the site of a massacre, in 1900, in which over 5000 Chinese residents were killed [Dyatlov 2003; Qi 2009].

⁷ On issues of ethnicity and illegality in connection with unregulated markets, see discussion of Moscow's Cherkizovski market in: [Mörtenböck, Mooshammer 2008].

⁸ While bazaars are largely unpopular in Blagoveshchensk and in western cities such as Moscow or St Petersburg, farmers' markets are gaining ground. As in Euro-American settings, these forms of open-air markets have positive associations [Pachenkov 2011].

⁹ Humphrey notes that in the case of barter, however, exchange is mostly carried out by men [Humphrey 2000: 81].

But if gender and social role reversals are certainly central factors behind the Russian aversion to bazaars and open-air markets,¹⁰ what I wish to suggest here is that the very place where these exchanges occur has also contributed to the low status of these commercial forms. In both official and informal discussions, the driving argument that bazaars are primitive, uncivilized and transitory, and that they need to be replaced with ‘modern’ trade formats (see: [Humphrey 2000: 260; Spector 2008: 47]), has frequently highlighted the lack of a physical structure for housing these economic exchanges. Indeed, one of the reasons why the March 2007 decision to close the bazaars in Blagoveshchensk received widespread support was because of its intention to introduce a more ‘civilized format’ (*tsivilizovanny format*), specifically a move from the street to an indoor space, and including a formal division between selling areas and storage areas, as well as the presence of cash registers. The separation between ‘living area’ and ‘shop’ is often absent in Heihe, particularly in small commercial establishments where the presence of a bed close to the cash register is a common occurrence. This lack of formal division is a particular point on which several Russian informants commented during interviews. These were in fact the kind of examples my Russian interlocutors would provide when discussing ‘primitive’ and ‘uncivilized’ commercial practices, the most primitive of all being the practice of selling goods directly on the street. In other words, the division between ‘uncivilized’ and ‘civilized’ was predicated on the space where the activity was carried out rather than on differences between economic systems (which tend to remain shrouded in mystery for most non-specialists anyway). It is important to note here the dual meaning of the Russian expression “*na ulitse*”, meaning both “on the street” and “outside”. The commercial activities are not simply taking place on the roadside but “outside”, i.e. outside of (*vne*) man-made structures. This distinction is not merely linguistic. As it will become apparent shortly, it is in fact central to the argument of this article.

When Chinese traders (often coming on tourist visas) started operating in Blagoveshchensk, they began by selling their goods and produce on the street, directly on the ground, on a tarpaulin. Later, with some pressure from Russian municipal authorities, they started selling on stalls and finally, in the last few years, most exchanges have been taking place in dedicated trade centers. The shifts have been structural rather than economic, suggesting that ideas of ‘commercial modernity’ are predicated primarily on the space in which exchanges take place.

To an extent, this is also true in the Chinese context where a similar trajectory from open-air markets to shopping malls has been witnessed. However the coexistence of both forms appears to be less problematic in China where bazaars remain common.¹¹ Every morning for instance, between 6 and 9 a.m., Hailan street in central Heihe is closed to cars and turns into a large street market. Farmers from all around the district come to sell fruit, vegetables, clothes and other household goods, displaying their goods on tarpaulins placed on the pavement. By 9 a.m. all the traders have gone and the ‘normal’ urban activities of Heihe resume. The temporal bracketing of street market activities is ensured through a special time window enabling farmers to sell their produce without incurring fiscal liabilities. Without this tax break or indeed the possibility to sell directly on the street, it is unlikely farmers would be able to sell their goods in Heihe.

If these markets are not necessarily the image of successful urban modernity that Heihe municipal authorities are keen to project, open-air markets are not as problematic there as they seem to be in Russia. Even in large Chinese cities such as Hohhot (*Huhehaote*), the administrative capital of the Inner Mongolia Autonomous Region, the cohabitation of large avenues and street markets is common. In Russia, by contrast, these bazaars are largely perceived to be incompatible with ideals of modernity. To a degree, these ideals bear the imprint of Western economic models introduced in the early 1990s [Humphrey 2000: 260] but they seem to have sometimes preceded the emergence of the market. During the Soviet period, there was for example a large

¹⁰ However, the situation cannot be reduced to this causal link. What facilitated the involvement of women in these exchanges was also the already low status of bazaars and the reluctance of men to participate in them.

¹¹ In their seminal book, architects Bill Hillier and Julienne Hanson [Hillier, Hanson 1984] suggest that the physical patterning of space is always culturally specific, each society organizing space according to certain principles, or syntax.

bazaar in Blagoveshchensk, at the intersection of two central avenues, on the location of the principal *Yarmarka*, or trade center. Deemed too close to the city center and to administrative and government buildings, it was moved three blocks away. This reluctance to tolerate open-air markets in central locations continues to be seen with the general displacement of shopping precincts away from city centers that is taking place in a number of Russian cities, such as St Petersburg for instance. This consistent drive to displace and/or contain bazaars (in the literal sense of placing them into containing structures) appears to be predicated less on a reluctance to participate in the bazaars' loosely organized form of economic exchange, than on the cultural assumption that bazaars are generally incompatible with urban modernity. This was indeed the official rationale behind the closure, in 2003, of the dozens of flea markets that had emerged in St Petersburg in the early nineties. In preparation for the celebration of the 300th anniversary of the city, open-air markets were eliminated in order "not to disgrace and shame the city in the eyes of the respectable foreign guests" [Pachenkov 2011: 198]. The sole surviving market, the Udelniy flea market, located in the city's outskirts, is not even mentioned in tourist guides [Pachenkov 2011: 182]. Seen as incompatible with the modern face of the city, it simply does not figure in official discourse.

The numerous kiosks and other private commercial spaces that came to punctuate the urban landscape of post-socialist Russia in the 1990s, while not as problematic as bazaars, were also seen as not fully integrated within the city's fabric. Informally referred to as "lumps" (*komok*, from *kommercheskii kiosk*) or "commercial dots" (*kommercheskaia tochka*), they tended to be perceived as "something that broke out of the existing environment (lumps) or as something that only punctuated it (dots)" [Oushakine 2009: 20]. The disjunctive nature of these new commercial forms was also visible through the new naming practices that accompanied their emergence. Unlike the generic and descriptive names (such as 'Secondary School Number 17' for example) that had previously mapped out the urban environment, private shops and kiosks were given exotic names, a tendency which Oushakine sees as symptomatic of an attempt to "reconfigure public space by establishing new historical and geographic connections" [Oushakine 2009: 17].

As historian Dipesh Chakrabarty [Chakrabarty 2002: xix] famously argued, 'modernity' is a notion that stubbornly eludes definition. If in both Russian and Chinese contexts, terms such as 'progress' (*progress/jinbu*) and 'backwardness' (*otstalost'/luohou*) continue to bookend the teleological march towards a modern society, *what* modernity might be remains very cloudy. What is perhaps clearer, for Russians and to a large extent for Chinese as well, is *where* that elusive modernity might be located. For Russians, modernity is undeniably 'the West', or more precisely a fantasy of the West, imagined as sanitary and rational, i.e., without street markets, and with all commercial activity contained within structures. The imaginary dimension is fundamental here — if in their urban development Russia and China have global cities such as New York or London in mind, they are not following a single, linear path (see: [Ferguson 1999; Hosagrahar 2005]). In fact, despite a similar architectural compass, structurally Heihe and Blagoveshchensk differ fundamentally from each other.

Differences in ideas of future and modernity thus extend far beyond the visibility or invisibility of bazaars and the two cities of Blagoveshchensk and Heihe do differ in substantial ways in their very structural organization. Blagoveshchensk appears inward-looking, almost turned on itself. The main avenue, ulitsa Lenina, runs parallel to the Amur River, but at some distance from it. There are no large unobstructed vistas looking onto the other side. To a visitor, it feels in fact as if the river were largely irrelevant. Similarly, the few hotels that are situated near the river do not capitalize on their location, with the best rooms facing away rather than towards the river. This could not contrast more with Heihe's layout. There, the entire city appears to be facing Russia, with the tallest and most modern buildings, including the best hotel in the city, standing right on the river bank.

To an extent, differences in layout are understandable. Heihe is a new city that has grown and developed in response to cross-border trade with Russia. By contrast, Blagoveshchensk is much older and for the largest part of its history had no neighbor to look at. Originally founded as a military outpost in 1856, and heavily

guarded and militarized in the second half of the twentieth century, architecturally the city retains a certain defensive quality, exemplified by the lookout posts found all along the river bank, a legacy of the Sino-Soviet split. However this seems to be only part of the story. In the twenty years that elapsed since the border opened, Blagoveshchensk's river bank has remained undeveloped. Heihe's embankment, on the other hand, has been turned into a pedestrianized promenade lined with trees, small parks, and – in the summer – cafés and small restaurants. As mentioned previously, the contrast becomes even starker at night when the whole riverbank on the Chinese side illuminates. This marked imbalance in fact prompted a Chinese architect and friend of mine to remark on the contrast, describing it as “*yi zhang re lian tie zai leng pigu shang*” (一张热脸贴在冷屁股上), literally a “hot face pressed against cold buttocks.”

On the other side, the tranquil city of Blagoveshchensk looks on this quotidian light-show with a certain level of ambivalence. Various kinds of comments and responses were elicited by my questions. Some of these comments were positive (“it looks really beautiful from here”), others skeptical (“It's just a show to attract Russian tourists”), yet others very critical, asserting that the lights were being powered with Russian electricity bought at a discount. If the majority of assessments were not necessarily positive, the importance of the lights for the city of Blagoveshchensk was undeniable. The topic regularly came up in conversation, and night-time Heihe even featured among some of the very small selection of postcards and souvenirs available in Blagoveshchensk.

The symbolism of these lights is also crucial given the importance of electricity and electrification campaigns in the early socialist period and their significance with regard to modernity. Electric light, with its powerful association with ideas of higher understanding and culture, was seen as the metonymic emblem of a single grand narrative, that of modernity [Sneath 2009: 87]. The common power outages and theft of copper and aluminum wires, which have occasionally plunged sections of Siberian cities into darkness since the early 1990s, are thus frequently seen as nothing less than the failure of this modernist grand narrative. As Oushakine [Oushakine 2009: 21] writes, people routinely complain of being left in the dark (*ostavili v temnote*) and of being cut off from the rest of the world (*otrezali ot mira*). The fact that it is the Chinese side that is now brightly illuminated is therefore very potent as well as a destabilizing factor.

The symbolic significance of night-time Heihe for Blagoveshchensk residents thus clearly extends beyond the image of economic success story which the city of Heihe is celebrating and advertising. For some, it is nothing but a glitzy façade of modernity, barely concealing poverty, dirt and a rural uneducated population. For others, it is the trademark of a new frontier town, built with the purchasing power of their Russian neighbor, and symptomatic of a renewed, economically confident China. For most, Heihe's bright riverbank is also a reflective surface, a mirror reminding uneasy onlookers of their own failings. Indeed, while Heihe is booming and expanding ever more rapidly, Blagoveshchensk remains beset by a host of administrative and political hurdles which together cohere into severe growth inhibitors.

These various readings of Heihe's riverfront, beyond their divergences in interpretation, all share the common assumption that a city's progress towards modernity is legible primarily at its surface. The surface I have discussed here is of course a double one, in fact two different and intersecting surfaces: the horizontal surface of the street — with its association with the ‘uncivilized’ open-air markets, and the vertical surface of the riverfront with a brand of modernity that is problematically positioned with regard to authenticity.

In the next section I will unpack the multiple nature of surface as marker and projection of Self. I will show that the surface of the city is where modernity is displayed and manifest, yet at the same time the surface can also act as concealment device and be viewed as a symptom of superficiality. As a consequence of this, the modernity of the Other tends to be collapsed into a flat, brittle surface lacking depth. In fact, as I will then argue in the final section, the primary focus on surface frequently obscures forms of modernity that are found

on other planes. The vertical plane in particular, literally cutting across horizontal surfaces, offers insights into a city's development strategies and its inchoate trajectories that are not yet visible at the surface. Similarly, the façade of the riverbank occludes what is actually taking place behind it and which remains invisible to most Russian visitors.

Surfaces

The most immediate image associated with surfaces is perhaps the analogy of a cover. This potent metaphor for the separation of the visible from the hidden was productively employed by Sigmund Freud in his reading of the human psyche as divided into different strata and particularly in his opposition between conscious and subconscious. In his description of the relationship between the two, Freud compared consciousness to the surface of the skin, a "shield protecting the personality against disruptive stimuli" [Williams 2008: 48]. This shield, or cover, is essential to the very existence of the conscious self, but only to the extent that it remains invisible. The structural overlap between the psychological and the urban is clear here insofar as the proper functioning of cities is reliant on an invisible network of sewers, cables and sub-surface connections. But while this subterranean grid is hidden, it remains nonetheless what powers the visible and makes it possible.

This metaphor of surface as a cover extends seamlessly to ideas of deception and trickery, and to the binary opposition between superficiality and depth. By concealing the inner workings of the self/city, the visible surface remains 'skin deep' and a mere illusion. This dimension was made explicit with many residents of Blagoveshchensk in my conversations with them. Heihe's riverfront development – the only surface of Heihe visible from the other side of the Amur – was consistently described to me as a Potemkin village, a visual trick performed by the Chinese. It was nothing but "*pyl' v glaza*" or dust thrown into the eyes, I was told, a show intended to attract Russian customers. My Russian interlocutors pointed out the discrepancy they saw between, on the one hand, the surface image of the city as a success story and emergent modernity and, on the other, the 'real' Heihe – poor, dangerous, and with a low level of 'culture'. For them this discrepancy was reflected in the very structure of the city, with the tall modern buildings and the main pedestrian street along the Amur river contrasting with the roads further inland where, allegedly, houses are falling apart and people are dressed shabbily. The façade of Heihe was depicted as an elaborate sham, a commercial lure without any substance. As a 20-year old male student at the Amur State University ("AmGU") explained, "*The new Ferris wheel they've built, twice as high as the one in Blagoveshchensk, is just across from Blagoveshchensk's main artery, so that when people come to our city, the Chinese wheel is the first thing they'll see*".

But if the overwhelming majority of my Russian interlocutors were quick to dismiss Heihe's 'riverfront show' as a pointless exercise that was not fooling anyone, it seems that these evaluations were mixed with the realization that Blagoveshchensk did not have the financial wherewithal to compete with its Chinese neighbor. This suddenly changed following Vladimir Putin's official visit in summer 2011, when, then acting as Prime Minister, he urged the city's residents to take their Chinese neighbor as model. This statement later led to the allocation of central funds for a complete redesign of the Russian riverbank.¹² By the time of my visit in October 2011, excavation works had begun and trucks were dumping sand all along the embankment to create prime riverfront real estate.

Despite their shallowness and artificiality, the bright lights of Heihe functioned as a reflective surface which returned to Russian onlookers the comparative lack of development of their own city. Genuine or not, Heihe's surface had become one of the main sights of Blagoveshchensk. Even though, as will be discussed below, the picture projected by Heihe was to some extent at odds with local Russian concepts of modernity, it had nonetheless the power to imprint upon Blagoveshchensk. In fact, if the two cities have, overall, a 'national

¹² This move is part of larger government plans to develop the Russian Far East through the creation of a "mega state corporation" [RIA Novosti... 2012].

frame of reference' and are thus developing primarily on benchmarks found in their respective capitals, they are also drawn together through direct competition and inter-city comparisons. As a result, Blagoveshchensk has adopted some of the urban trappings characteristic of China, such as the use of lights on the façade of buildings, or the blaring out of music in public spaces. In integrating such new features, Blagoveshchensk is neither styling itself as an Asian city nor consciously emulating Heihe; it is simply developing and modernizing using a repertoire of available markers of modernity.

The reflective quality of the surface is thus closely intertwined with wider notions of projection, mimesis and alterity. Surface inscriptions are particularly powerful since they are the ones where self identities tend to be marked and displayed. As the anthropologist Michael Taussig [Taussig 1993] has shown, cultures continually borrow from each other through a dual process of imitation — mimicry and differentiation — alterity. This argument holds true for urban stagings of modernity, where urban symbols become part of the overall grammar. This is particularly the case with cities in 'twin city' settings such as Blagoveshchensk and Heihe which are drawn into a continued dialogue. Thus if Blagoveshchensk has recently adopted certain 'Asian' urban features into its developmental model, Heihe has similarly integrated 'European' elements such as statues, common in Russian (and other European) cities, but much less so in Chinese cities.

A good illustration of this is the signage decisions that were taken by both Heihe and Blagoveshchensk municipalities. In the latter, all street names are given in both Russian and English, while in Heihe they are in Chinese, Russian and English. Given the complete absence of foreign tourists in either town, the presence of English should not be construed in utilitarian terms but perhaps primarily as a marker of modernity — not as bearer of linguistic meaning but as a meta-sign in itself. In fact, one may even make the argument that the ubiquitous Russian signs in the center of Heihe also are, at least in part, meta-signs and indexical messages given that a substantial majority of them are either misspelled or do not convey much information. Many for example only bear the Russian word for 'shop' (*magazin*), without any indication as to the kind of wares on offer. For the Chinese shop owners, the presence of Russian script on their shop front matters for what it indirectly signifies — commercial acumen as well as full active participation in Heihe's economic boom. Such usage of Russian and English may be productively put in dialogue with the current trend in the UK and other European countries of using QR codes¹³ in marketing material. As journalists Villamor & Frost [Villamor, Frost 2012] have pointed out, these codes are often positioned in hard-to-scan places, such as roadside billboards or on the back of moving vehicles. While the authors are clearly irritated by the uselessness of these codes, they are perhaps missing the point. Just like the use of English in Heihe and Blagoveshchensk, what these codes in fact do is simply indicate the participation of advertisers in novel practices of e-commerce which, by extension, posit them as modern and successful.

What the above suggests is that the surface of the city is always symbolically significant. Like the skin of an individual, where clothes, makeup or tattoos constitute resources for an individual to stage her personhood, the urban surface is where a city's identity is mobilized and displayed [Ahmed, Stacey 2001]. To return to the psychoanalytical interpretation discussed earlier, it is worth noting that it was in fact Freud who introduced the notion of 'surface entity' [Freud 1962: 26], later developed further by Didier Anzieu [Anzieu 1989]. For psychoanalysts such as Anzieu, the skin is more than a mere stage or interface between external stimuli and internal drives; in fact, it is precisely in this interweaving of inside and outside, that the self is located.

These psychoanalytical insights have import for understanding the presence and visibility of street bazaars in Blagoveshchensk. Russian reluctance to fully integrate bazaars in local commercial practices extends beyond any economic dimension, or even issues of sanitation and safety. What is at stake here is the very 'face' of the city. The drive to 'contain' these practices, to relegate them to indoor spaces and to transform them

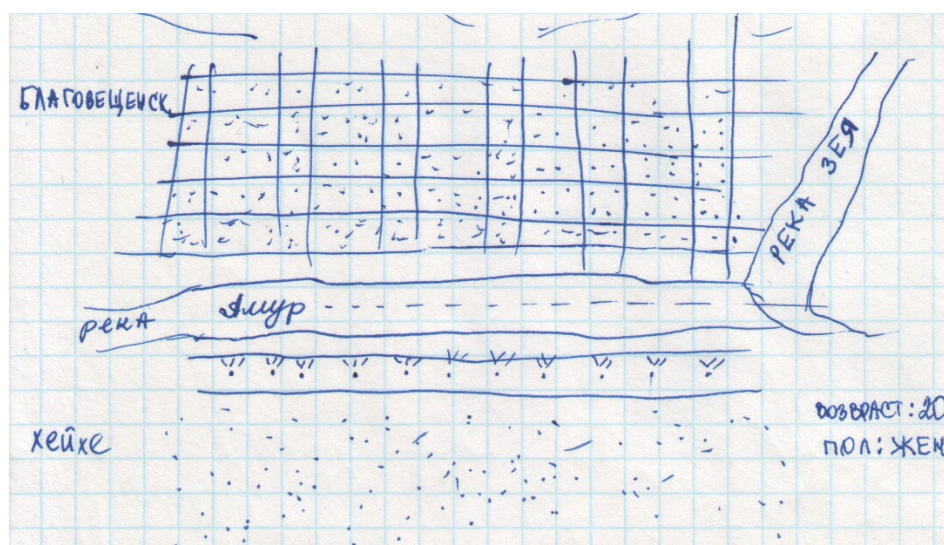
¹³ QR codes, or Quick Response codes, are a type of matrix barcode consisting of black modules (square dots) arranged in a square pattern on a white background which can be scanned by most mobile devices.

structurally into ‘shopping centers’ is, as argued earlier, testament to Russian aspirations to emulate certain western practices [Humphrey 2000: 260]. It may also suggest a predominant cultural focus on ‘surfaces’. As I will develop in the following section, modernity in the Russian context tends to be overwhelmingly associated with the horizontal plane. It is there, at the surface, that ‘space’ is turned into ‘place’, wilderness into civilization.

Similarly, this preponderant Russian focus on horizontality also acts as a prism through which the modernity of Others is evaluated. This has unwittingly compressed Heihe into a two-dimensional surface dedicated to exchange with Russian customers, equating it purely with a ‘bazaar city’ and rendering invisible other forms of urban development and commercial exchange in which Russians do not figure. Indeed, despite widespread assumptions that Heihe is reliant on Blagoveshchensk for its continued evolution — even survival — recent developments suggest that Russian consumers are no longer what powers Heihe’s continued urban expansion.

Horizontality and verticality

Whenever they described their home city to me, residents of Blagoveshchensk frequently made explicit reference to the city’s grid-like regularity. For many of my interlocutors, the network of wide tree-lined avenues intersecting at perpendicular angles was a source of pride. It made their city a place that was both pleasant to live in and modern. When I asked students at the AmGU to draw the two cities of Heihe and Blagoveshchensk for me, this grid was a dimension that was consistently emphasized (Fig. 2, 3).

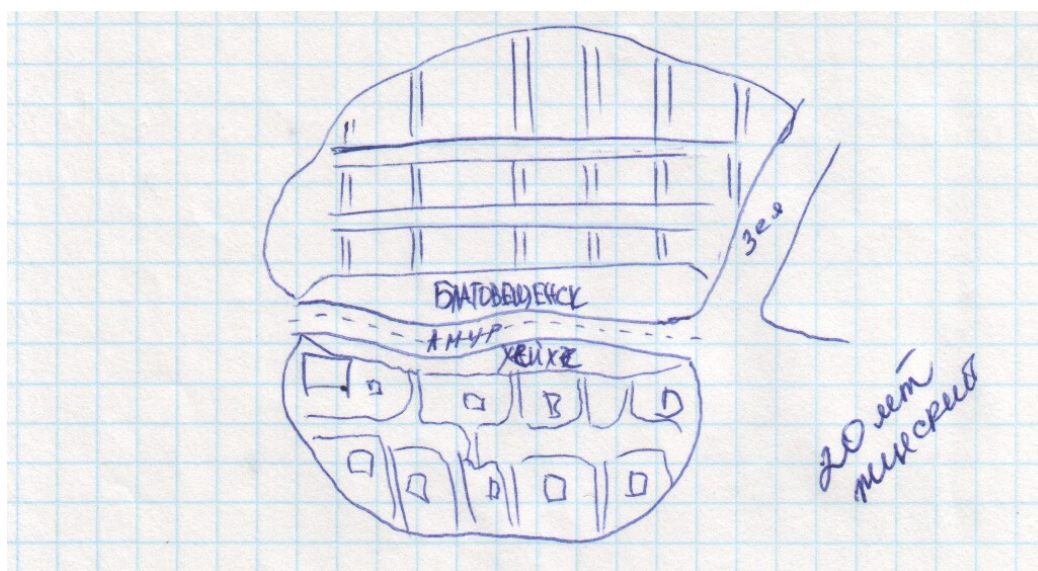


Note: In the city of Blagoveshchensk (shown on the top) the gridded streets are emphasized. The dots on both sides of the river represent the two cities’ inhabitants.

Fig. 2. Contrasts in student depictions of Heihe and Blagoveshchensk

If regularity in the urban road network is of course not exclusive to Russia — indeed most American cities are built on a similar regularity — there is perhaps something specific in the cultural significance this appears to have in the Russian context. As Chinese geographer Yi-fu Tuan has noted [Tuan 1977: 56], if for Americans the open plains figured in social imaginations as a symbol of opportunity and freedom, for Russian peasants, boundless space was seen primarily as a source of anxiety: “It connoted despair rather than opportunity; it inhibited rather than encouraged action. It spoke of man’s paltriness as against the immensity and indifference of nature”. In fact, throughout Russian history the image of a seemingly boundless territory (*neob’yatny prostor*) has been a powerful symbol of identity [Widdis 2004: 33]. More so perhaps than in other cultural

settings, the marking of this geographic space has been perceived as inherently tied to the country's destiny¹⁴ and to claims of modernity and 'civilization'. Thus, because of a "persistent belief that all its territory must be populated to be possessed and governed" [Hill, Gaddy 2003: 15], Russia saw the emergence of numerous midsize cities throughout the vast Siberian expanses. As a result, Russia's demographic distribution contrasts starkly with other countries of low population density such as Canada or Australia where distribution is less homogenous. According to Irina, a political scientist working at one of Blagoveshchensk's institutes, the Russian cultural preference for grid-like regularity as marker of progress and modernity is even stronger in a town like Blagoveshchensk which was a military outpost and retains this 'Roman fort' quality.¹⁵



Note: The orthogonal quality of the road layout is also emphasized here in the city of Blagoveshchensk (shown on the top).

Fig. 3. Contrasts in student depictions of Heihe and Blagoveshchensk

Essential to this mesh-like horizontal layer are, of course, the roads themselves. On this point, a fascinating tension between 'structure' and 'surface' emerged in interviews and informal conversations. While Blagoveshchensk's gridded road network was seen and described as superior to Heihe's less rigid infrastructure, the actual surface of Russian roads was deplored. Tanya, a young woman in her thirties, who lives in Heihe and works remotely with her main office in Blagoveshchensk, pointed out: "Roads in Russia are generally very bad. As the saying goes — "В России две беды: дураки и дороги" — "Russia has two kinds of trouble: idiots and roads". Our roads in Blagoveshchensk are full of potholes and are often quite dangerous. When Putin came to visit, they resurfaced all the streets where his car was going to pass through. But only those!"

The higher quality of the road surface in China, by contrast, was a point consistently arising in all inter-city comparisons. Although, as with the riverfront surface discussed in the preceding section, the smooth roads of Heihe were read primarily through an imagery of deception and concealment. Metaphorically, this reading of the surface resonated with widespread Russian perceptions of Chinese culture as mysterious and impenetrable, and with pervasive suspicions that Chinese operate in Blagoveshchensk behind 'seemingly Russian' businesses.

¹⁴ One may recall for example Aleksandr Dugin's claim that "geography is the fate of Russia" [Dugin 1997; Oushakine 2009: 59]. See also discussion in: [Oushakine 2009: 59].

¹⁵ In fact, this grid is not a feature of all Russian cities. Older cities such as Moscow or Irkutsk, having evolved organically over time, are not built on such a regular pattern. Despite having been founded in the 1850s, Blagoveshchensk developed into its current form largely in the 1940s and 1950s when industries were established and many people were relocated there from western Russia.

Paradoxically, it is precisely beyond the surface — both behind the riverfront façade and underground — that clues to Heihe's continued urban growth and emerging modernity are to be found. If, undeniably, the city's riverbank is staged as a large billboard advertising the city's newfound wealth and economic prosperity, it seems nonetheless premature to brush it aside as a mere illusion. Contrary to common Russian claims that all the tallest buildings in Heihe are pressed against the river, and that they conceal an economic and cultural poverty, Heihe's 'hinterland' is in fact where the newest and tallest developments are to be found. In recent years, a manic construction project has taken place on the southeastern edge of the city, but because most Russian visitors rarely venture beyond the main shopping streets running immediately parallel to the riverbank, these developments have not been visible to them. Yet, it is in these outer layers, rather than the immediate façade, that the bulk of Heihe's urban modernity is sited.

In fact, except for its central node overtly focused on Russia, Heihe is very much a 'typical Chinese city', displaying a strong preference for upward construction. Dutch architectural theorist Rem Koolhaas has pointed out this modern evolution in Chinese construction projects, concluding that "the skyline rises in the East" [Koolhaas 2004]. Similarly, in an analysis of recent urban practices in China, Aihwa Ong has drawn attention to the emergence of hyper-architecture and to what she terms the 'spectacularization of urban success' [Ong 2011: 207]. Of course, China does not have an exclusive claim to vertical modernity, but the preponderance of such forms in China clearly emerges in comparisons contrasting Heihe and Blagoveshchensk. In the latter, high-rises are both less common and less central to the self-image the city seeks to project. In fact, the tallest, most modern structure, right in the center of Blagoveshchensk is the Asia hotel, a Chinese-made, Chinese-owned building. At 65 meters, the building dominates the city and offers panoramic views of Heihe from its top-floor rotating restaurant. It is also the best hotel in the city, and is advertised in Heihe as "Blagoveshchensk's Chinese people's hotel" (中国人的饭店).

In Heihe, the best hotel is the Heihe International Hotel (Gostinitsa "Mezhdunarodnaya" / 黑河国际饭店) (Fig. 4). Sited on the riverbank, it is the tallest building in that part of town. It is also one of the buildings brightly illuminated at night. Despite its prime location and alleged Russian focus, it is mostly patronized by non-Russians. Overwhelmingly, it is Chinese businessmen who stay there. In fact, in stark contrast to the many small businesses at street-level in that part of town, the Heihe International Hotel is one of the few commercial places where Russian is not spoken. Thus, unlike local shopkeepers who hail potential customers with emphatic 'Drug! Drug!',¹⁶ the hotel staff, from the reception desk to the bellboys, do not speak even rudimentary Russian. A vivid symbol of the reduced role played by Russian purchasing power in the development of Heihe, and emblematic of the opposition between the economic realms of the horizontal and vertical planes, is the presence of the Russian-language sign of the hotel, discarded and forgotten on the roof (Fig. 4).

Interestingly, the 'rooftop view' of Sino-Russian economic exchange finds an unlikely mirror image in the activities taking place below ground. Running directly under one of the main commercial streets where Russians come to shop is a long underground corridor focused largely on Chinese customers. The corridor is about three meters wide, with small commercial outlets on both sides, each side occupying roughly the same footprint as the main passageway. It extends for several blocks under Xing'an Street (兴安街), from Ying'en Road (迎恩路) to Dongxing Road (东兴路), with a food court at its western end. The corridor runs along a single east-west axis, except for a short section branching out from the middle of the corridor and extending south for one block.¹⁷ Unlike the space just above, at street level, where Russian shoppers get constantly hailed by shopkeepers and middlemen (*pomogaiki*) and where shop windows display various signs in Russian, shoppers below ground are rarely interpellated and nearly all signs are in Chinese. There are, in fact, very few

¹⁶ Druga, from the Russian *drug* ("friend"), is a linguistic form that has become emblematic of Sino-Russian commercial encounters. The prevalence of such speech practices has been hailed by several Russian scholars as nothing else than a re-emergence of the trade pidgins that existed in the region prior to the Russian Revolution [Oglezneva 2007; Perekhval'skaya 2008].

¹⁷ A tarpaulin at the end of the small section suggests this section is unfinished and may be extended further later.

Russian shoppers. Below ground, as in Heihe's best hotel or around the urban development taking place on the southern edge of the city, Russians are conspicuous by their absence.

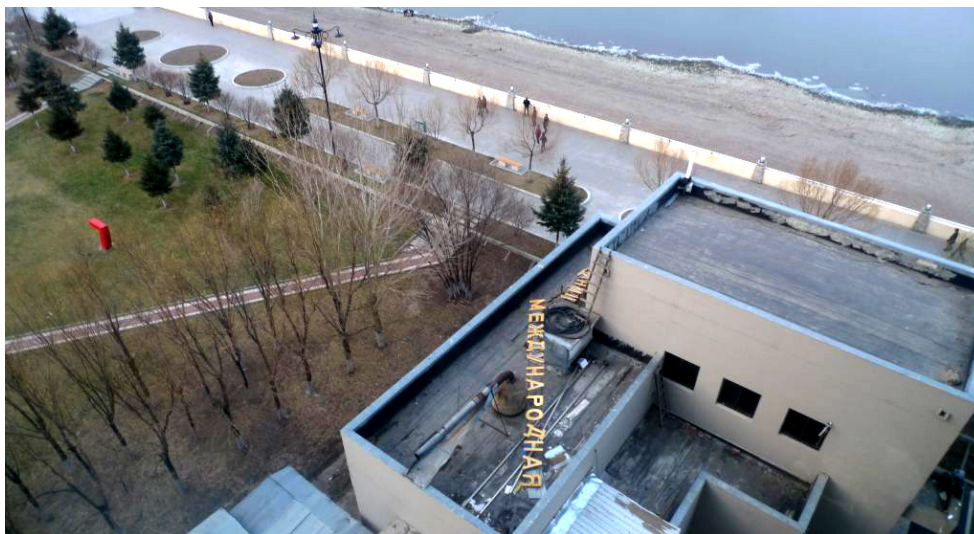


Fig. 4. Discarded Russian sign on the roof of the Heihe International Hotel

In fact, the majority of the goods on display, particularly in underground spaces but also more and more at street level, is now intended for the internal Chinese market. A clear indication of this trend is the increasing difficulties encountered by Russian women to find clothes that fit them. Whereas in the early 1990s clothes were produced specifically for the Russian market, in recent years the focus has shifted in favor of local consumers.

In part, this shift is attributable to changes in Russian customs regulations. In the early 1990s Russians could bring up to a hundred kilos of goods per trip, but over the last decade the quota has been significantly reduced, down to a mere 10 kg a day. Recently the quota was again increased, to 50 kg a day, provided the carrier has stayed for a minimum of three days in China. This means that the earlier *kirpichi* activity is no longer sustainable. At present, when individuals do work as *kirpichi*, it is merely because they happen to be going to Heihe anyway, so they might as well bring the maximum quota of goods back with them and offset the cost of the trip.

While the implementation of these new customs regulations has had wide repercussions for Blagoveshchensk residents, Heihe does not appear to have suffered. According to Ivan, an economist at the AmGU, currently only 5% of goods on sale in Heihe are targeted at Russian customers, with the remaining 95% at the Chinese. *“Russia has merely been an accelerator for Heihe’s development. The city has now gained its own momentum. Should the border close tomorrow, Heihe would continue to thrive. For Blagoveshchensk, however, things would become much more difficult.”*

Conclusions

I have shown in this paper that for Russians in Blagoveshchensk, urban modernity is primarily a surface phenomenon and that this cultural focus strongly shapes the ways in which the neighboring city of Heihe is perceived. I have talked here about two kinds of surfaces. One of them is the horizontal surface, dominated by street bazaars and open-air markets, and perceived by Russians to be the ‘real’ Heihe: peopled by rural inhabitants who are uneducated, rude and uncivilized. Another surface is the vertical plane visible from Blagoveshchensk, the hypermodern, loud and garish riverfront, interpreted as a mere visual trick but at the same time generative of resentment and reflective of Blagoveshchensk’s own failings.

I have suggested that this intersection between the horizontal and the vertical is a fertile one. The local Russian focus on the horizontal plane as the site where modernity is enacted and displayed tends to obscure and occlude the commercial and social phenomena occurring above, and below, this surface. Seen through this cultural prism, the horizontal plane is thus a productive space of modernity, while the vertical is illusory, and in the case of Heihe's relation with Blagoveshchensk, perceived as exploitative.

In interviews and discussions, verticality was never emphasized, even though Blagoveshchensk also has a number of high-rise buildings, notably the hyper-modern Asia hotel. Instead, the elements consistently accentuated as markers of progress, modernity and civilization, were all located on the horizontal plane. They were the gridded structure of the transport system, the quality of the roads, the cleanliness of the pavements. As I have argued, the drive to contain the unregulated (or 'uncivilized') activities that take place at street level, and to literally push them off the street, has taken precedence over potential practical benefits such as cheaper goods. Consistently described as criminal, dirty and uncivilized, open-air spaces of commercial exchanges are perhaps threatening first and foremost structurally.

The focus on horizontality does not seem to be present, at least not to the same extent, in Heihe. As I have shown, if the structural trajectory towards containment is also there, with a clear move towards shopping malls and other 'modern' commercial formats, the plane given most prominence is the vertical one, and this would seem to be the trend in China overall, where the current emphasis is on architectural spectacles. The activities taking place on the street, literally on the pavement, with the presence of carts and donkeys, may not be the kind of urban modernity cities like Heihe are necessarily keen to project, but this does not seem to be seen as a threat to their development plans the way it is in Russia.

Of course, the relationship Blagoveshchensk residents have with Heihe extends beyond, and is considerably more complex, than what I have described here. A dimension I touched upon earlier is the reflective nature of Heihe's riverbank which returns to Russian observers the comparative lack of development in their own city. But the horizontal plane of Heihe is also a surface onto which things can be actively projected. A fascinating aspect of the relationship between these 'twin cities' is the status of Heihe as a place of enjoyment for Russians. While Blagoveshchensk residents voice uneasiness about the emergence of bazaars in their city, they clearly relish indulging in these very same activities on the other side of the river. In Heihe, these non-modern, 'uncivilized' commercial activities can be freely enjoyed without threatening self-perceptions about one's position relative to 'modernity'. So perhaps another emergent dimension here is that of the surface as a site onto which affect and desires are projected; an externalization of activities that are secretly desired but do not quite fit within the structure.

Projection is also seen from the Chinese side insofar as Heihe's night lights — and in particular the laser beam mentioned earlier — also function as a torch illuminating the other side.¹⁸ No longer just a two-dimensional façade, the riverbank thus gains considerable depth as well as the capacity to act upon the other side. I mentioned earlier the symbolic reversal of social and cultural hierarchies signified by the bright lights of Heihe. Perhaps the most telling aspect of this transformation is Blagoveshchensk's recent decision to revamp its own embankment. By responding to Heihe's visual clues, Blagoveshchensk is not only taking a more proactive role in this dialogical and mirror-like urban evolution, it is also communicating its readiness to engage with Heihe's vertical modernity.

¹⁸ I am grateful to Marilyn Strathern for suggesting this active dimension of the Heihe riverfront surface.

References

- Ahmed S., Stacey J. (2001) *Thinking through the Skin*, London: Routledge.
- Anzieu D. (1989) *The Skin Ego*, New Haven: Yale University Press.
- Ashwin S. (2000) *Gender, State and Society in Soviet and Post-Soviet Russia*, London: Routledge.
- Aspers P. (2006) *Markets in Fashion: A Phenomenological Approach*, London: Routledge.
- Billé F. (2010) Sounds and Scripts of Modernity: Language Ideologies and Practices in Contemporary Mongolia. *Inner Asia*, vol. 12, no 2, pp. 231–252.
- Chakrabarty D. (2002) *Habitations of Modernity: Essays in the Wake of Subaltern Studies*, Chicago: University of Chicago Press.
- Dugin A. (1997) Petr Savitskiy — ideolog velikoy Evrazii [Petr Savitskiy is an Ideologist of the Great Eurasia]. *Finis Mundi (Konec mira)*. 12. Available at: URL: <http://profismart.org/web/bookreader-122475-18.php> (accessed on 24 March 2014) (in Russian).
- Dyatlov V. (2003) Blagoveshchenskaya “Utopia”: Iz istorii materializatsii fobii [The Blagoveshchensk “Utopia”: On the History of a Materialization of Phobias] *Evrazia: Liudi i Mify* [Eurasia: People and Myths], (ed. S. A. Panarin), Moscow: Natalis, pp. 123–141 (in Russian).
- Ferguson J. (1999) *Expectations of Modernity: Myths and Meanings of Urban Life on the Zambian Copper Belt*, Berkeley: University of California Press.
- Fligstein N. (2001) *The Architecture of Markets: An Economic Sociology of Twenty-First-Century Capitalist Societies*, Princeton: Princeton University Press.
- Freud S. (1962) *The Ego and the Id*, New York: W. W. Norton.
- Hill F., Gaddy C. G. (2003) *The Siberian Curse: How Communist Planners Left Russia Out in the Cold*. Washington, DC: Brookings Institution Press.
- Hillier B., Hanson J. (1984) *The Social Logic of Space*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Hosagrahar J. (2005) *Indigenous Modernities: Negotiating Architecture and Urbanism*, London: Routledge.
- Humphrey C. (2000) An Anthropological View of Barter in Russia. *The Vanishing Rouble: Barter Networks and Non-Monetary Transactions in Post-Soviet Societies* (ed. P. Seabright), Cambridge: Cambridge University Press, pp. 71–92.
- Humphrey C. (2002) *The Unmaking of Soviet Life: Everyday Economies after Socialism*, Ithaca: Cornell University Press.
- Humphrey C. (2012) Concepts of “Russia” and their Relation to the Border with China. *Frontier Encounters: Knowledge and Practice at the Russian, Chinese and Mongolian Border* (eds. F. Billé, C. Humphrey, G. Delaplace), Cambridge: Open Book Publishers, pp. 55–70.

- Koolhaas R. (2004) Beijing Manifesto. *Wired*, 12 August, pp. 120–129. Available at: http://www.wired.com/wired/archive/12.08/images/FF_120_beijing.pdf (accessed on 18 January 2011).
- Kuchins A. (2007) Russia and China: The Ambivalent Embrace. *Current History*, vol. 106, pp. 321–327.
- Morris-Suzuki T. (1999). Lines in the Snow: Imagining the Russo-Japanese Frontier, *Pacific Affairs*, vol. 72, no 1 (Spring), pp. 57–77.
- Mörtenböck P., Mooshammer H. (2008) Spaces of Encounter: Informal Markets in Europe. *Architectural Research Quarterly*, vol. 12, pp. 347–357.
- Oglezneva E. (2007) *Russko-kitaiskii pidzhin* [Sino-Russian Pidgin], Blagoveshchensk: Amur State University Press (in Russian).
- Ong A. (2011) Introduction: Worlding Cities, or the Art of Being Global. *Worlding Cities: Asian Experiments and the Art of Being Global* (eds. A. Roy, A. Ong), Chichester: Blackwell Publishing, pp. 1–26.
- Oushakine S. A. (2009) *The Patriotism of Despair: Nation, War, and Loss in Russia*, Ithaca: Cornell University Press.
- Pachenkov O. (2011) Every City has the Flea Market it Deserves: The Phenomenon of Urban Flea Markets in St. Petersburg. *Urban Spaces after Socialism: Ethnographies of Public Places in Eurasian Cities* (eds. T. Darieva, W. Kaschuba, M. Krebs), Frankfurt/Main: Campus Verlag, pp. 181–206.
- Perekhval'skaya E. (2008) *Russkie pidzhiny* [Russian Pidgins], Saint Petersburg: Aleteiya (in Russian).
- Qi Xuejun [祁学俊]. (2009) 黑河史话 [Heihe History], Harbin: Heilongjiang Renmin Chubanshe (in Chinese).
- RIA Novosti. (2012) *Putin Ready to Revive Russia's Far East Mega Plan*, 29 November. Available at: <http://en.rian.ru/business/20121129/177822312.html> (accessed on 15 February 2013).
- Sneath D. (2009) Reading the Signs by Lenin's Light: Development, Divination and Metonymic Fields in Mongolia. *Ethnos*, vol. 74, no 1 (March), pp. 72–90.
- Spector R. A. (2008) Bazaar Politics: The Fate of Marketplaces in Kazakhstan. *Problems of Post-Communism*, vol. 55, no 6 (November/December), pp. 42–53.
- Taussig M. (1993) *Mimesis and Alterity: A Particular History of the Senses*, London: Routledge.
- Tuan Y.-F. (1974) *Topophilia: A Study of Environmental Perception Attitudes and Values*, Englewood Cliffs: Prentice-Hall.
- Tuan Y.-F. (1977) *Space and Place: The Perspective of Experience*, Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Tuan Y.-F. (2007) Time, Space, and Architecture: Some Philosophical Musings. *Topophilia and Topophobia: Reflections on Twentieth-Century Human Habitat*. (eds. X. Ruan, P. Hogben), London: Routledge, pp. 22–30.

- Villamor C., Frost B. (2012) WTF, QR Codes?. *The Guardian*, 7 March. Available at: <http://www.guardian.co.uk/commentisfree/2012/mar/07/qr-codes-tumblr-advertising> (accessed on 26 February 2014).
- Widdis E. (2004) Russia as Space. *National Identity in Russian Culture* (eds. S. Franklin, E. Widdis), Cambridge: Cambridge University Press, pp. 30–50.
- Williams R. (2008) *Notes on the Underground. An Essay on Technology, Society and the Imagination*, Cambridge: The MIT Press.

**Экономическая
социология**
Т. 15. № 2.
Март 2014

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

ISSN 1726-3247

Адрес редакции

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



Economic Sociology
Vol. 15. No 2.
March 2014

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

ISSN 1726-3247

Contacts

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

Доступ к журналу

- Доступ ко всем номерам журнала — постоянный, свободный и бесплатный.
- Каждый номер содержится в едином файле (10–12 п. л. в PDF).
- Если хотите, чтобы Вас оповещали о выходе очередного номера, пожалуйста, заполните форму подписки: <https://www.hse.ru/expresspolls/poll/23725626.html>.

Open access policy

- “Economic Sociology” provides permanent free access to all issues in PDF.
- You can sign up to receive an email notice of each new issue as it becomes available. Please fill out the following form: <https://www.hse.ru/expresspolls/poll/23725626.html>.