



ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СОЦИОЛОГИЯ

ЕKONOMICHECKAYA SOTSIOLOGIYA / JOURNAL OF ECONOMIC SOCIOLOGY

Читайте в номере:

Интервью с **Алей Гусевой**.

Как создавались рынки кредитных карт
в посткоммунистических странах

Фелпс Э. Массовое процветание.

Как низовые инновации стали источником
рабочих мест, вызовов и изменений

Радаев В. Отношенческий обмен в цепях
поставок и его конститутивные элементы

Барсукова С. Зачем уходят из дома
кормильцы?

**Экономическая
социология**
Т. 16. № 1.
Январь 2015

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



**Journal of
Economic Sociology**
Vol. 16. No 1.
January 2015

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

ISSN 1726-3247

Contacts

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

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

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

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

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

Journal of Economic Sociology 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.

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

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

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

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

**Экономическая
социология**
Т. 16. № 1.
Январь 2015

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)

**Journal of
Economic Sociology**

Vol. 16. No 1.
January 2015

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

ISSN 1726-3247

Journal of Economic
Sociology is a bimonthly
journal released in five
issues in annual volume.
No. 1 — January
No. 2 — March
No. 3 — May
No. 4 — September
No. 5 — November

Establishers

- National Research
University Higher
School of Econom-
ics
- 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 Алей Гусевой:
Как создавались рынки кредитных карт в посткоммунистических странах..... 12

Расширение границ

Э. Фелпс
Массовое процветание. Как низовые инновации
стали источником рабочих мест, вызовов и изменений 22

Дебютные работы

А. В. Головнёва
«Миры легитимности»:
стратегии легитимации писателей-прозаиков в российском поле литературы..... 38

Новые книги

С. Ю. Барсукова
Зачем уходят из дома кормильцы?
Рецензия на книгу: Плюснин Ю. et al. 2013. *Отходники*. М.: Новый хронограф.. 63

К. В. Макаров
Свободный рынок и моральные ограничения
Рецензия на книгу: Sandel M. J. 2012. *What Money Can't Buy: The Moral Limits of Markets*. London: Allen Lane. 70

Статьи на английском языке / Articles in English

New Texts

V. V. Radaev
Relational Exchange in Supply Chains and Its Constitutive Elements 81

New Books

T. S. Karabchuk
Bad Jobs as a Core Driver of Growing Social Inequality in the United States
Book Review: Kalleberg A. 2011. *Good Jobs, Bad Jobs: The Rise of Polarized and Precarious Employment Systems in the United States, 1970s to 2000s*.
New York: Russell Sage Foundation 100

Conferences

I. M. Aymaliev

A Review of the Study “Measurement and Analysis of Corruption Using Objective Data”

by T. V. Natkhov and L. I. Polischuk.

National Research University Higher School of Economics, Moscow, 2 December 2014..... 110

Contents

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

Articles in Russian

Interviews

Interview with Alya Guseva: How Markets for Credit Cards were Created
in Postcommunist Societies 12

Beyond the Borders

Edmund Phelps

Mass Flourishing: How Grassroots Innovation Created Jobs,
Challenge, and Change (an excerpt) 22

Debut Studies

Anastasiya Golovneva

“Legitimacy Worlds”: Prosaic Writers’ Strategies of Legitimation in Russian Literary Field..... 38

New Books

Svetlana Barsukova

Why do Breadwinners Leave Home?
Book Review: Plusnin Ju. et al. (2013) *Otkhodniks*, Moscow: Novyy khronograph (in Russian)..... 63

Kirill Makarov

The Free Market and the Moral Limits
Book Review: Sandel M. J. (2012) *What Money Can't Buy:
The Moral Limits of Markets*, London: Allen Lane..... 70

Articles in English

New Texts

Vadim Radaev

Relational Exchange in Supply Chains and Its Constitutive Elements..... 81

New Books

Tatiana Karabchuk

Bad Jobs as a Core Driver of Growing Social Inequality in the United States
Book Review: Kalleberg A. (2011) *Good Jobs, Bad Jobs: The Rise of Polarized
and Precarious Employment Systems in the United States, 1970s to 2000s*,
New York: Russell Sage Foundation 100

Conferences

Ivan Aymaliev

A Review of the Study “Measurement and Analysis of Corruption Using Objective Data”

by T. V. Natkhov and L. I. Polischuk.

National Research University Higher School of Economics, Moscow, 2 December 2014..... 110

VR ВСТУПИТЕЛЬНОЕ СЛОВО ГЛАВНОГО РЕДАКТОРА



Сообщаем, что подведены итоги очередного, за 2014 г., конкурса журнала «Экономическая социология». Напомним, что начатый ещё в 2005 г. конкурс ныне проводится в одной категории — «Дебютные работы».

Первое место заняла Анастасия Головнёва (Европейский университет в Санкт-Петербурге, Санкт-Петербург), представившая работу «“Миры легитимности”: стратегии легитимации писателей-прозаиков в российском поле литературы». В соответствии с условиями конкурса статья победителя публикуется в данном номере.

Второе место присуждено Льву Калиниченко (Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Москва) за работу «Цена бесплатного: процедуры оценивания музыки в сервисах “Заплати, сколько захочешь”».

Поздравляем наших победителей!

Далее представляем очередной номер нашего журнала.

Номер открывает **интервью** с *Алей Гусевой*, профессором социологии Бостонского университета, которое состоялось в Москве, где А. Гусева презентовала свою новую книгу «Plastic Money: Constructing Markets for Credit Cards in Eight Postcommunist Countries» («Пластиковые деньги: конструирование рынка кредитных карт в восьми посткоммунистических странах»), написанную в соавторстве с А. Рона-Ташем. В интервью Аля Гусева рассказала о том, как создавались рынки кредитных карт, которые она изучала на материалах Польши, Венгрии, Чехии, Болгарии, России, Украины, Китая и Вьетнама. Рассматриваются ключевые понятия книги. Обсуждаются вопросы о том, как применение банковских карт меняет практики управления семейными финансами и как оно связано с реализацией власти и контроля за ресурсами и информацией. Интервью провела *Н. Халина* (департамент социологии НИУ ВШЭ).

В рубрике «**Расширение границ**» мы публикуем перевод введения к книге *Эдмунда Фелпса* «Массовое процветание. Как низовые инновации стали источником рабочих мест, вызовов и изменений» (Phelps E. S. 2013. *Mass Flourishing: How Grassroots Innovation Created Jobs, Challenge, and Change*. Princeton: Princeton University Press). Её автор — нобелевский лауреат по экономике (2006 г.), профессор им. Дж. Маквикара в области политэкономии, директор Центра капитализма и общества при Колумбийском университете США. По мнению автора, преуспевание на национальном уровне возникает благодаря масштабному вовлечению людей в процессы инновации. В представленном введении «Возникновение современных экономик» («*Advent of the Modern Economies*») автор прослеживает истоки формирования современных хозяйств (XIX век — первая половина XX века) и их взрывного развития сначала в Англии и в США, а затем в Германии и во Франции. Автор показывает, что отличительными чертами современных экономик являются условия, в которых обычные люди, наделённые разными талантами, получили возможность для личностного роста и самореализации. Перевод книги с английского сделал *Дмитрий Кралечкин*. Публикуется с разрешения Издательства Института им. Е. Т. Гайдара, где готовится к выходу перевод книги на русский язык.

В рубрике «**Дебютные работы**» публикуется статья *А. В. Головнёвой*, студентки магистерской программы по социологии факультета политических наук и социологии Европейского университета в Санкт-

Петербурге и победительницы в конкурсе научных работ нашего журнала. Статья представляет результаты эмпирического исследования стратегий легитимации писателей-прозаиков в Санкт-Петербурге. В работе рассматривается трансформация попыток концептуализации легитимности в культурных индустриях от тезиса о привилегированной легитимности «высокой» культуры до признания наличия множественных принципов разделения легитимного и нелегитимного в данной сфере.

В рубрике «**Новые книги**» представлена рецензия *С. Ю. Барсуковой*, профессора департамента социологии НИУ ВШЭ, на коллективную монографию Ю. Плюснина, Я. Заусаевой, Н. Жидкевич и А. Позаненко «Отходники» (научн. ред. — С. Кордонский) (М.: Новый хронограф, 2013). В книге определяется отходничество, оно соотносится с другими формами трудовой миграции, выявляются мотивация и экономическое поведение отходников, обозначается социальный портрет современного отходника, оценивается культурное значение отходничества для местного населения. Книга написана по материалам четырёхлетних экспедиций в малые города России.

Далее публикуется рецензия на книгу профессора департамента государственного управления Гарвардского университета *Майкла Сэндела* «Что нельзя купить за деньги. Моральные ограничения свободного рынка» (Sandel M. J. 2012. *What Money Can't Buy: The Moral Limits of Markets*. London: Allen Lane). Книга посвящена деструктивному характеру последствий тотальной коммодификации благ. В ней показывается, что придание денежной стоимости, даже если не изменяет функциональных свойств блага, способно существенным образом повлиять на смыслы, которыми наделяется данное благо. Рецензия подготовлена К. В. Макаровым (Лаборатория экономико-социологических исследований (ЛЭСИ) НИУ ВШЭ).

В разделе с текстами на *английском языке* в рубрике «**Новые тексты**» выходит статья д. э. н. *В. В. Радаева* (ЛЭСИ НИУ ВШЭ) «Relational Exchange in Supply Chains and Its Constitutive Elements» («Отношенческий обмен в цепях поставок и его конститутивные элементы»). Интегрируя методологические разработки теории контрактов, маркетинга отношений и экономической социологии, автор анализирует транзакционный и отношенческий типы рыночного обмена. Проблематизируемое понятие укоренённости представлено как сложный конструкт, включающий совокупность конституирующих элементов, атрибутируемых к разным фазам цикла рыночного обмена. Возникновение отношенческого обмена рассматривается как результат последовательных стратегических выборов, осуществляемых участниками рынка на разных стадиях межфирменных контрактных отношений. В заключение формулируются проверяемые гипотезы об основных факторах, влияющих на формирование отношенческого обмена.

В рубрике «**Новые книги**» публикуется рецензия на книгу Арне Каллеберга, профессора социологии Университета Северной Каролины в Чапел-Хилл, «Хорошие рабочие места, плохие рабочие места» (Kalleberg A. 2011. *Good Jobs, Bad Jobs: The Rise of Polarized and Precarious Employment Systems in the United States, 1970s to 2000s*. New York: Russell Sage Foundation). Книга посвящена феномену нестандартной занятости. На примере развития рынка труда США за последние 40 лет автор демонстрирует причины и характер возрастающей поляризации между высококвалифицированными и низкоквалифицированными работниками и их неравенства в условиях занятости и обосновывает необходимость нового социального контракта между государством, бизнесом и наёмным трудом. Рецензия, подготовленная *Т. С. Карабчук* (Лаборатория сравнительных социальных исследований (ЛССИ) НИУ ВШЭ), освещает основные положения книги, рассматривая изложенные в ней идеи в глобальном контексте.

В завершение даётся обзор семинара, прошедшего в ЛЭСИ НИУ ВШЭ в декабре 2014 г., на котором обсуждался доклад *Т. Натхова* и *Л. Полищука* (Лаборатория прикладного анализа институтов и социального капитала НИУ ВШЭ) «Измерение и анализ коррупции по объективным данным» («Measurement

and Analysis of Corruption Using Objective Data»). Исследование нацелено на измерение непосредственно наблюдаемых искажений, имеющих коррупционную природу. Излагается математическая модель, используемая для оценки коррупции на основе распределения номеров государственной регистрации между автомобилями различных марок. Приводятся результаты расчётов, косвенно свидетельствующие о значительной коррупции в соответствующей государственной службе. Обзор подготовлен *И. Аймалиевым* (ЛЭСИ НИУ ВШЭ).

* * *

Вышла наша долгожданная книга «Классика новой экономической социологии» (М.: Изд. дом ВШЭ, 2014). О ней и о завершающемся проекте переводов расскажем в следующем номере.

ИНТЕРВЬЮ

Интервью с Алей Гусевой: Как создавались рынки кредитных карт в посткоммунистических странах



ГУСЕВА Аля (Guseva, Alia) — профессор социологии Бостонского университета.
Адрес: США, штат Массачусетс, 02215, г. Бостон, ул. Силберуэй.

Email: aguseva@bu.edu

Интервью с Алей Гусевой, профессором социологии Бостонского университета, которое провела Наталья Халина, преподаватель НИУ ВШЭ, состоялось в рамках семинара «Consumption and Economic Crises: Post-Socialist Experiences» («Экономические кризисы и потребление: опыт постсоциалистических стран»), проходившего в Москве 9–10 октября 2014 г. А. Гусева презентовала свою новую книгу «Plastic Money: Constructing Markets for Credit Cards in Eight Postcommunist Countries» («Пластиковые деньги: конструирование рынка кредитных карт в восьми посткоммунистических странах»), написанную в соавторстве с А. Рона-Ташем [Rona-Tas, Guseva 2014].

В интервью Аля Гусева рассказала о том, как рынки кредитных карт стали предметом её научного интереса и почему в качестве объекта исследования были выбраны рынки кредитных карт Польши, Венгрии, Чехии, Болгарии, России, Украины, Китая и Вьетнама. А. Гусева объяснила, как создавались данные рынки и насколько точно удалось воспроизвести модель «американского рынка кредитных карт» в исследуемых странах. Были рассмотрены ключевые понятия, используемые в книге: правила функционирования рынка (functional rules) и правила создания рынка (generative rules). Обсуждался вопрос последовательности возникновения этих правил и их применения участниками рассматриваемых рынков в посткоммунистических странах. Также были затронуты вопросы о том, как применение банковских карт меняет практики управления семейными финансами, и в целом о том, как применение банковских карт связано с реализацией власти и контроля за ресурсами и информацией.

В конце интервью А. Гусева отмечает, что, пока мы наблюдаем за созданием рынков кредитных карт на посткоммунистическом пространстве, сами эти рынки испытывают давление со стороны зарождающихся рынков мобильных платежей.

Ключевые слова: рынок кредитных карт; мобильные платежи; конструирование рынков; правила функционирования рынка; правила создания рынка; глобализация; финансовая власть в семье.

— Недавно вышла Ваша книга «Plastic Money: Constructing Markets for Credit Cards in Eight Postcommunist Countries» («Пластиковые деньги: конструирование рынка кредитных карт в восьми посткоммунистических странах»), написанная в соавторстве с Аюшем Рона-Ташем [Rona-Tas, Guseva 2014]. Почему выбран рынок кредитных карт? Ведь очевидно, что

это не единственный рынок, который был создан на посткоммунистическом пространстве по образу и подобию существующих западных рынков. И чем был обусловлен выбор для исследования восьми стран (Чехия, Венгрия, Польша, Болгария, Россия, Украина, Вьетнам, Китай)?

— Выбор рынка — это давняя история, об этом и моя первая книга «Into the Red» [Guseva 2008], которая переведена на русский и вышла под названием «Карты в руки» [Гусева 2012]. Та книга тоже посвящена рынку кредитных карт, и именно кредитных, потому что слово, определяющее пластиковую карточку, пришло из американского обихода, где карточки изначально были кредитными. Потом оно прижилось и стало определять все платёжные карточки. Это во-первых. Во-вторых, меня заинтересовал рынок кредитных карт очень давно, в 1990-е гг., и эту историю я описываю в начале своей первой книги. Я впервые приехала в Америку студенткой по обмену. Буквально через месяц или два на территории университетского городка была проведена акция, когда разные эмитенты карточек прямо на улице активно предлагали свои продукты проходящим мимо студентам. Впоследствии я узнала, что именно в то время на американском карточном рынке усилилась конкуренция, потому что возможность выпускать карточки была предоставлена небанковским учреждениям. Меня совершенно шокировал тот факт, что мне без всякого обеспечения выдали три карточки с общим лимитом кредита на 1000 долларов (к тому же я была иностранка, у меня ничего за душой не было). И это меня стало грызть: как это они вдруг дали кредит, а я возьму и уеду, не заплатив? Я и в самом деле уехала, но потом вернулась, и вот уже 20 лет живу в США и исправно плачу каждый месяц. Но ведь те, кто выдал мне тогда карточки, этого не могли знать! И примерно в то же время мне стало известно, что карточки выпускаются и в России, в ситуации полного хаоса, которым сопровождались первые годы переходного периода. Данный факт удивил меня ещё больше, потому что выдача любого кредита — рискованное предприятие, и непонятно было, каким образом это можно организовать в таких условиях. С тех пор я стала заниматься рынками кредитных карт. Ещё до того как вышла моя первая книжка, мы с Акошем Рона-Ташем подали заявку на грант и получили довольно большую сумму денег от Американского национального научного фонда (US National Science Foundation). Когда я дописывала «Into the Red», наш сравнительный проект уже шёл. Страны мы выбирали отчасти «по удобству», потому что А. Рона-Таш знал ситуацию в Венгрии, а я знала про Россию. Я родом из Украины, поэтому Украина тоже попала в нашу выборку. А потом мы взяли такие страны, про которые было достаточно много известно (например, Польша и Чехия). Эти две страны, а также Венгрия, часто фигурируют в разного рода сравнительных исследованиях посткоммунистических реформ, такая себе сложившаяся троица... Третьей страной в компанию к России и Украине мы взяли Болгарию, потому что она тоже была несколько менее развитая, и там были похожие структурные нюансы. Кроме того, мы захотели ещё посмотреть на Китай: это был тот самый слон в комнате, которого нельзя было игнорировать. И Китай нам был нужен, чтобы Россия не оказалась единственной большой страной в выборке. К Китаю мы добавили Вьетнам; тогда он был не очень развит в отношении карточек, а появился главным образом из-за того, что не хотелось иметь в выборке одну азиатскую страну... Изначально в выборке были и не посткоммунистические страны для сравнения: Южная Корея, Турция и Мексика. Но как обычно бывает с грантами, ты просишь одну сумму денег, а тебе дают немного меньше, поэтому эти последние три страны пришлось «урезать» (хотя мы и сотрудничали с исследователем из Кореи на раннем этапе исследования, но в книгу корейский кейс не вошёл).

— *После первого знакомства с книгой у меня сложилось впечатление, что эта книга не столько про рынки кредитных карт, сколько про рынки вообще. Про то, как они возникают. И, насколько я поняла, есть разница между правилами создания рынка и правилами его функционирования¹. А что первично*

¹ Под правилами создания рынка (*generative rules*) авторы книги понимают принципы, описывающие процесс создания рынка. Создание рынка предполагает конструирование условий, в рамках которых акторы могут заниматься бизнесом, следуя рациональным правилам функционирования. Под функциональными правилами (*functional rules*) понимаются основные принципы оперирования рынков, постулируемые в экономической теории, — выстраивание действий на основе конкуренции, эгоистического интереса, рациональной калькуляции и ценовых сигналов.

для рынка — какие правила идут первыми, а какие возникают уже на их основании? Или выстроить такую последовательность сложно, и нельзя сказать, что первично, что вторично?

— Интересный вопрос. Когда речь заходит о создании рынков в посткоммунистических странах, мы говорим о некоей репликации на новой почве рынков, уже существующих в других культурных и исторических условиях. В этом смысле правила функционирования уже существуют, они известны и во многом определяют правила генерирования (*generative rules*), поскольку цели и задачи для генерирования рынка создаются на основе того, что мы знаем про уже существующие рынки. Я предполагаю, что если речь идёт о построении рынка, который вообще нигде не существовал раньше (например, что-нибудь связанное с информационными технологиями), о таком разделении, вероятно, говорить будет сложно, потому что на момент образования и развития такого рынка правил его функционирования ещё нет. И в этом случае логика другая — возможно, более эволюционная. А те рынки, которые мы изучали, создавались стратегически. Были некие акторы, которые хотели достичь неких целей, но не смогли их достичь тем же самым образом, как в ситуации с развитыми рынками (например, с американским), которые служили в качестве модели чертежа. У этих акторов были совсем другие ресурсы, и они действовали в совершенно ином контексте, поэтому выстроили каналы рыночного обмена с теми ресурсами, которые у них были. В своей первой книжке я привожу пример игры с конструкторами «Лего». Их можно разобрать до мелких деталей, но у них всё равно есть некая форма, которую они сохраняют. Предприниматели переходного периода в некотором смысле креативно соединяли разные фрагменты друг с другом. Например, зарплатные карточки. Эта идея получила такое воплощение, потому что существовал ещё советский институт отношений работодателя и работника, которые обычно долговременны. Кроме того, есть и структурная особенность советских экономик — в них очень много крупных предприятий. Если все предприятия мелкие, и их много, пойдя там найди кого-нибудь, а на крупном предприятии ты заключил договор с администрацией и получил сразу большое количество дисциплинированных работников такого предприятия, которые будут держателями карточек. Иначе говоря, есть некие особенности, которые были креативно взяты за основу рынка на новом пространстве — в рассматриваемых странах, но задачи были поставлены на основании знания о функциональных правилах рынка.

— Словом, все пытались прийти к одним и тем же функциональным правилам, потому что они уже были заложены? А что в результате? Удалось всем прийти к одним и тем же функциональным правилам или нет?

— Как посмотреть... Это вопрос о глобализации и ещё о том, насколько то, что мы имеем в результате, повсюду похоже или всё-таки различается. Если смотреть с высоты птичьего полёта, то всё очень похоже. Есть рынки, есть торговцы, есть люди с карточками, которые ходят в магазины и что-то там ещё с этими карточками делают. Если же приглядеться, то начинаешь понимать, что в Америке в основном — кредитные карточки, и люди в основном живут в кредит, и здесь это нормально, а в России в основном — дебетовые карты. Они чаще всего связаны со счётом или с деньгами, которые человек получает за работу. Далее. В Венгрии, например, работники могут выбрать банк, в который будут переводить их зарплату, а в России не могут, и в Украине тоже не могут, поэтому в семье будут пять разных счетов в пяти разных банках. А что это значит? Что-то ведь значит... Это мы и видим, если приглядеться. Вот и получается, как посмотреть... Например, «Макдоналдс» где-то в Индонезии или в Китае... Вроде бы производится тот же гамбургер, в таком же пакете, но на самом деле и мясо не такое, и, может быть, ещё что-то не так... Вопрос поэтому в том, что имеет значение. Что релевантно?..

— Если говорить про те страны, которые Вы исследовали, кто из них больше всего приблизился к модели американской, а кто остался далеко от неё?

— Страны Центральной Европы — Венгрия, Чехия и Польша — больше приблизились, чем страны Восточной Европы, но тоже неидеально, потому что модель с преобладанием кредитных карт ни в одной из этих стран не возникла. Хотя если посмотреть по показателю соотношения кредитных и дебетовых карт, то в Чехии кредитных карт довольно много. Несколько лет назад этот показатель равнялся четверти всех карт. И отчасти такое приближение связано с тем, что в этих странах банковские системы были полностью скуплены западными банками, в основном европейскими. Например, много скупал австрийский «Райффайзен». Но в Европе рынки карт тоже не везде такие, как в Америке. В континууме страны Центральной Европы более продвинулись и в силу того, что они быстрее институционализировались. Их магазины раньше адаптировались, потому что многие из них были иностранные, и они более восприимчивы к привычным практикам приёма карточек к оплате. Кроме того, в этих странах был создан институт обмена информацией. Хотя и там было много сопротивления. Например, в Венгрии банк «ОТП» (OTP Bank), эквивалент Сбербанка, до конца сопротивлялся и не хотел участвовать в общей системе обмена информацией, как, впрочем, и Сбербанк на начальном этапе Солидарность между банками отсутствовала. И в этом на самом деле большое отличие от Америки. Разница в том, что в каждой из этих стран, кроме Украины, был огромный — гигантский! — банк, и он был везде, как затычка. Он не хотел ни в чём участвовать, не хотел делиться информацией. В этом смысле Америка уникальна, потому что банкам большую часть прошлого столетия запрещалось конкурировать на национальном рынке, то есть им фактически запрещалось скупать другие банки (а в некоторых штатах — даже открывать дополнительные отделения). До недавнего времени банки в США были в основном местными, поэтому в том, чтобы делиться информацией, им было больше выгоды, чем потенциальных проблем.

— *Вы уже упомянули, что распространение карт связано с процессами глобализации. При этом мы знаем, что социальный мир сопротивляется процессам глобализации, в том числе и на национальном уровне. В России, в условиях ухудшения политических отношений с миром, было заявлено о создании национальной платёжной системы и фактически об усложнении условий для работы Visa и MasterCard. Как можно интерпретировать эти события? Это результат политической борьбы в сложившейся ситуации или, может быть, сопротивление процессам глобализации?*

— Мне кажется, что всё началось раньше, до тех событий в России, о которых Вы говорите, и не только здесь. Ведь Китай фактически отказался открывать свой рынок карт для иностранного капитала (то есть для Visa и MasterCard), несмотря на то что таково было требование ВТО. Кроме финансовых рынков, аналогичные процессы коснулись и Интернета: Китай уже контролирует Интернет у себя; Россия хочет создавать свой собственный Интернет. Индия, ещё одна страна БРИКС (BRICS)², создаёт свою платёжную систему RuPay, тоже в обход международных карточных брендов. RuPay не только будет пластиковой карточкой для оплаты практически всего, в том числе транспорта и услуг здравоохранения, но и станет выполнять идентификационные, паспортные функции. Это как раз то, что развивает Россия как УЭК (универсальная электронная карта). Крупные страны, с ресурсами и достаточно большим внутренним рынком, могут обосновать такие затраты и пытаются делать что-то своё. И мне кажется, что это связано с контролем над информацией, особенно в контексте откровений Эдварда Сноудена о тотальной слежке американских спецслужб за гражданами всех стран с использованием информационных каналов. Думаю, что в определённый момент система глобального мира или картина глобального мира начала фрагментироваться, распадаться на части, которые контролируются достаточно сильными, ресурсными странами, пытающимися удерживать информационные или финансовые потоки. И полагаю, что началось это немного раньше, не в 2014 г.

² BRICS — аббревиатура, состоящая из первых букв названий стран, входящих в этот союз: Бразилия (Brazil), Россия (Russia), Индия (India), Китай (China), Южная Африка (South Africa).

— В таком случае пример Китая, который со своей системой UnionPay уже перекрыл выпуск карточек Visa и MasterCard, вместе взятых...

— Нет, пока не вместе взятых, пока — по отдельности...

— И всё же можно ли сказать, что Китай будет завоёвывать новые позиции в мире со своей карточной системой, используя те же самые логики построения рынка? Можно ли этот процесс рассматривать в контексте глобализации, идущей со стороны Китая, когда в результате мы получим повсеместное применение UnionPay?

— Вполне возможно, UnionPay уже выпускают в 17 странах, а принимают к оплате более чем в 140 странах. Вообще, я не люблю давать прогнозы. Кроме того, пример Китая не единственный. Как я уже говорила, Индия развивает собственную систему. Я слышала, что-то похожее делает Бразилия. В Европе, хотя и иначе, тоже происходит кое-что интересное. Европейский союз сейчас пытается продвигать проект SEPA (Single European Payment Area). Там пытаются создать новую систему, которая станет либо новым единым карточным брендом в Европе, либо платформой, которая позволит отдельным странам сохранять или развивать собственные карточные бренды. Для них такая платформа являлась бы неким объединяющим элементом. Мой коллега Рона-Таш объясняет это так: система SEPA — некие общие рельсы, а каждая страна сможет построить и эксплуатировать свой поезд. Рельсы будут соединять всю Европу, и будут общие стандарты, поэтому не придётся менять колеса, когда переезжаешь из одной страны в другую. Я не думаю, что страны бросятся создавать собственные платёжные системы и электронные банковские карты, потому что в Чехии и Венгрии давно поголовно используют Visa и MasterCard, но и эти системы будут работать на платформе SEPA. В Дании, правда, уже существует своя банковская карта Dankort. Внутри страны она работает как дебетовая Dankort, а за рубежом — как кредитная карта Visa. Но в планах SEPA создать параллельную систему процессирования. Это ещё один пример попытки стран или регионов выйти из сферы влияния и контроля Visa и MasterCard.

— Получается, что когда мы говорим про карты на уровне национальном и на уровне бытовом, возникает очень много вопросов, связанных с властью и контролем. И здесь я хотела бы спросить о проекте «Управление деньгами в российских домохозяйствах», который Вы реализуете вместе с Д. Ибрагимовой. Этот проект как-то касается темы карт и их влияния на финансовую власть в семье? Например, в работах Дж. Пал (J. Pahl), большинство которых посвящены теме управления финансами и распределения финансовой власти в семье, есть сюжеты, показывающие, как использование кредитных карт меняет практики управления финансами в семье³. В рамках упомянутого проекта Вы рассматриваете, как применение банковских карт связано с управлением финансами в семье?

— Специально — нет, хотя в ходе данного исследования вопросы о карточках задавались. Например, были вопросы о том, есть ли в семье карточки, у кого они есть, и есть ли карты, привязанные к одному счёту. Также ставился вопрос о том, даёт ли один супруг другому ресурсы на содержание, на расходы домохозяйства и в какой форме. Но в целом это исследование не о картах, а об управлении денежными ресурсами в семье. Однако получается, что какая-то часть этих ресурсов приходит в семью и уходит из неё в форме пластиковых денег, и тогда вопросы контроля становятся особенно интересными: кто о чём знает, кто о чём не знает... Очень интересно. Получается, что пластиковые деньги открывают возможности для большего контроля: если дополнительная карточка выдаётся жене и привязана к счёту мужа, то он знает, сколько жена тратит и на что. В то же время, если у жены и мужа разные счета и разные карточки, это, наоборот, способствует закрытости.

³ См., например: [Pahl 2008].

— В работах Дж. Пал говорится о том, что кредитные карты в большей степени индивидуализируют семейные финансы...

— Да, индивидуализируют. В принципе, все финансовые инструменты рассчитаны на индивидуального потребителя. В этом, мне кажется, состоит очень любопытное противоречие. Семейные отношения — коллективные, это и компромисс, и диалог, и конфликты. Семья — это не один человек. А финансовые инструменты рассчитаны на то, что выдаются каждому человеку отдельно. Для того чтобы получить кредит, нужно предоставить свою личную кредитную историю. Кредитные карточки выдаются не домохозяйству, а конкретному человеку. Бывают ситуации, когда к одному карточному счёту имеет доступ более чем один человек, но обычно один из этих людей является основным держателем карточки, а другой — второстепенным. И в этом случае первый может контролировать траты второго.

— Как Вам кажется, насколько карты могут вести к неравенству? Если мы говорим о таком контроле, когда муж выдаёт жене определённую сумму или устанавливает лимит по карте, то фактически в этом случае речь идёт о неравенстве между мужчиной и женщиной. А на каком-то агрегированном уровне, на уровне всех пользователей, можно ли говорить о неравенстве?

— Мне кажется, что карты сами по себе уровень неравенства в семье не повышают. Они — некий инструмент, которым можно пользоваться с разными целями. Карты, да и другие финансовые инструменты, могут способствовать большему равноправию: например, если есть общий счёт, с которого оплачиваются затраты по двум отдельным картам. Дело не в картах, это вопрос об отношениях, в которые эти карты встроены. Я начинаю понимать, что мужчины в переходных экономиках часто занимаются предпринимательской деятельностью, которая предполагает нерегулярный, недокументированный доход, и это фактически ограничивает их доступ к финансовым услугам и, следовательно, исключает их из потенциальных пользователей финансовыми услугами. А жёны, которые часто получают гораздо меньший доход, но регулярный, официальный, получают доступ к пластиковым деньгам и другим финансовым инструментам. В Венгрии, например, мужчины традиционно распоряжались семейными деньгами, но сейчас доступ к финансам зависит от регулярности и открытости дохода, поэтому в настоящее время именно женщины становятся потребителями финансовых услуг. Это интересно, потому что в некотором смысле может изменить баланс власти в семье в другую сторону.

— В то же время речь идёт ещё и о представлениях о кормильце семьи, о своеобразной идеологии, связанной с ролью мужчины и женщины в семье. Ничего не меняется, даже когда женщины получают больше. Зачастую даже наоборот: не мужчины начинают делать работу по дому, а женщины, поддерживая их традиционную роль в семье, взваливают на себя ещё больше домашних обязанностей. Возможно, что смещения баланса в этом случае не произойдёт?

— Это один из моментов... Но я допускаю, что есть определённый зазор между идеологией и практикой. В интервью люди могут говорить одно, а на практике происходит совсем другое. Этот зазор осложняет подход к изучению финансовых вопросов внутри домохозяйства на базе интервью. Когда люди рассказывают о своих практиках, они на самом деле стараются предоставить какую-то связную историю (*narrative*). Эта история может быть логична и последовательна. А на самом деле, в практиках, есть какие-то неразрешённые противоречия, проблемы и конфликты. И в этом смысле лучше было бы не только с людьми разговаривать, но и наблюдать их... Тогда всё это было бы видно воочию, а все противоречия и несовпадения можно было бы зафиксировать.

— Вернёмся к вопросу о неравенстве в результате использования банковских карт... Если посмотреть на практики применения банковских карт, то вначале, когда всем раздавали пластиковые карты, многие были просто их владельцами, держателями, но не пользователями. Однако со временем форми-

руется группа людей, у которых появляются новые возможности: они могут бронировать билеты и не стоять в очередях, покупать нужные товары в Интернете, в том числе за границей. Но есть те, кто этим инструментом не пользуется, то есть они исключены из поля данных новых практик. Это можно рассматривать как неравенство?

— Да, конечно. В некотором смысле доступ к финансовым инструментам становится механизмом отбора, «селекции» людей по разным жизненным траекториям. Одни траектории создают дополнительные благоприятные обстоятельства, то есть как трамплины или эскалаторы, идущие вперёд и вверх, а другие — наоборот, препятствия. Сейчас исследованием этих процессов и их последствий занимаются Киран Хили (Kieran Healy) и Марион Фуркад (Marion Fourcade)⁴. Конечно же доступ к современным финансовым инструментам открывает совсем иные возможности перед пользователями по сравнению с теми, для кого они не доступны. Но неравенство проявляется и воспроизводится и среди тех, кто получает доступ, но на разных условиях. Если ты по какой-то причине воспринимаешься более рискованным финансовым субъектом, то цена кредита для тебя будет выше. Если она будет выше, то вероятность не заплатить и попасть в дальнейшем в какую-то долговую проблему тоже будет выше. И так далее. В этом смысле попадание на более рисковую траекторию становится перформативным.

— И в заключение я хотела бы спросить о том, продолжаете ли Вы как-то следить за теми рынками, которые исследовали, и связаны ли Ваши будущие проекты с пластиковыми картами?

— Интересно следующее: пока мы заканчивали книжку, выпускали её и теперь выступаем с этими результатами, рынки не стояли на месте. Сейчас совсем не понятно, как долго пластиковые карты ещё будут интересны в качестве предмета исследования, потому что в некоторых ситуациях они заменяются новыми рынками. Например, рынкам пластиковых карт наступают на пятки рынки мобильных платежей. Причём происходит это не только в развитых рынках, например в США, но и в случае совершенно не развитых рынков банковских карт. В качестве примера могу привести кенийскую систему мобильных платежей M-Pesa, которая возникла потому, что у большинства людей в Кении нет доступа к банковским услугам, но есть доступ к мобильным телефонам. Кенийцы фактически полностью перепрыгивают через стадию карт. Это преимущество позднего развития. Интересно, что будет дальше. Мне всегда интересно смотреть вперёд.

— *Спасибо большое!*

*Беседовала Наталья Халина
Москва, 9 октября 2014 г.*

⁴ См. короткий рассказ об этом проекте в интервью М. Фуркад журналу «Экономическая социология»: [Фуркад 2013].

Литература

- Гусева А. 2012. *Карты в руки. Зарождение рынка банковских карт в постсоветской России*. М.: Изд. дом ВШЭ.
- Фуркад М. 2013. Интервью с Марион Фуркад. Дюркгейм и *science studies* для экономической социологии. *Экономическая социология*. 14 (2): 8–16. URL: http://ecsoc.hse.ru/data/2013/04/05/1294839705/ecsoc_t14_n2.pdf#page=8
- Guseva A. 2008. *Into the Red: The Birth of the Credit Card Market in Postcommunist Russia*. Stanford: Stanford University Press.
- Pahl J. 2008. Family Finances, Individualisation, Spending Patterns and Access to Credit. *The Journal of Socio-Economics*. 37 (2): 577–591.
- Rona-Tas A., Guseva A. 2014. *Plastic Money: Constructing Markets for Credit Cards in Eight Postcommunist Countries*. Stanford: Stanford University Press.

INTERVIEWS

Interview with Alya Guseva: How Markets for Credit Cards were Created in Postcommunist Societies

GUSEVA, Alya —
Professor of Sociology,
Boston University.
Address: One Silber Way
Boston, MA 02215, USA.

Email: aguseva@bu.edu

Abstract

Alya Guseva, Professor of Sociology at Boston University, was interviewed by Natalia Khalina, a Lecturer at the Higher School of Economics. The interview was conducted during the workshop “Consumption and Economic Crises: Post-Socialist Experiences” (Moscow, 9–10 October 2014) where A. Guseva presented her new book “Plastic Money: Constructing Markets for Credit Cards in Eight Postcommunist Countries”, co-authored with A. Rona-Tas [Rona-Tas, Guseva 2014].

In the interview Guseva describes how markets for credit cards became the subject of her research interest and why card markets in Poland, Hungary, The Czech Republic, Bulgaria, Russia, Ukraine, China and Vietnam were chosen for the study. Guseva explains how these markets were constructed and how successful the listed countries were in reproducing the “American credit card market” model. Two key concepts of the book, concerning market creation and market operation, were considered: functional rules and generative rules and how postcommunist market actors applied those rules.

Additionally, questions concerning how bank cards change family finance practices and how bank card usage, connected with power and control for information and resources, were raised.

At the end of her interview Guseva points out that while we are observing the creation of credit card markets within postcommunist space, the credit card markets themselves are being pressed by the emerging market of mobile payments.

Keywords: credit card market; mobile payments; market creation; functional rules; generative rules; globalization; financial power within family.

References

- Fourcade M. (2013) Intervyu s Marion Fourcade. Durkheim i sciences studies dlya ekonomicheskoy sotsiologii [Interview with Marion Fourcade. Durkheim and Sciences Studies for Economic Sociology]. *Ekonomicheskaya sotsiologiya = Journal of Economic Sociology*, vol. 14, no 2, pp. 8–16. Available at: http://ecsoc.hse.ru/data/2013/04/05/1294839705/ecsoc_t14_n2.pdf#page=8 (accessed 5 January 2015) (in Russian).
- Guseva A. (2008) *Into the Red: The Birth of the Credit Card Market in Postcommunist Russia*, Stanford: Stanford University Press.
- Guseva A. (2012) *Karty v ruki: Zarozhdenie rynka bankovskih kart v postsovetskoy Rossii* [Into the Red: The Birth of the Credit Card Market in Postcommunist Russia], Moscow: HSE (in Russian).

Pahl J. (2008) Family Finances, Individualisation, Spending Patterns and Access to Credit. *The Journal of Socio-Economics*, vol. 37, no 2, pp. 577–591.

Rona-Tas A., Guseva A. (2014) *Plastic Money: Constructing Markets for Credit Cards in Eight Postcommunist Countries*, Stanford: Stanford University Press.

Received: November 11, 2014

Citation: Interv'yu s Aley Gusevoy: Kak sozdavalis' rynki kreditnykh kart v postkommunisticheskikh stranakh [Interview with Alya Guseva: How Markets for Credit Cards were Created in Postcommunist Societies] (2015) *Ekonomicheskaya sotsiologiya = Journal of Economic Sociology*, vol. 16, no 1, pp. 12–21. Available at: <http://ecsoc.hse.ru/2014-16-1.html> (in Russian).

РАСШИРЕНИЕ ГРАНИЦ

Э. Фелпс

Массовое процветание.

Как низовые инновации стали источником рабочих мест, вызовов и изменений¹



ФЕЛПС Эдмунд (Phelps, Edmund) — профессор им. Дж. Маквикара в области политэкономии, директор Центра капитализма и общества при Колумбийском университете. Адрес: США, штат Нью-Йорк, 10027, г. Нью-Йорк, Запад, 118-я улица, д. 420.

Email: esp2@columbia.edu

Перевод с англ.
Дмитрия Кралечкина.

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

В представляемой книге «Массовое процветание» («Mass Flourishing») нобелевский лауреат по экономике (2006) Эдмунд Фелпс предлагает новый взгляд на преуспевание стран и народов. По его мнению, на национальном уровне преуспевание возникает благодаря масштабному вовлечению людей в процессы инновации, которые являются источником динамики экономического развития и, в свою очередь, должны подпитываться правильными ценностями. Однако в XX столетии история процветания западного мира, начавшаяся в XIX веке, с точки зрения автора книги, приостановилась, в том числе из-за утраты понимания того, что такое процветание, а также из-за растворения институтов в препятствующих процветанию ценностях. Например, всё чаще раздаются призывы к большей социальной защищённости и поддерживаются ценности сообщества и семьи. Ко всему прочему, в своей книге Фелпс разрабатывает концепцию хозяйственного устройства, которое является современным и при этом справедливым.

Журнал «Экономическая социология» публикует введение к книге Фелпса — «Возникновение современных экономик» («Advent of the Modern Economies»), — в котором автор прослеживает истоки формирования современных хозяйств (XIX век — первая половина XX века). Их взрывное развитие сначала произошло в Англии и в США, а затем было подхвачено Германией и Францией. Отличительными чертами современных экономик являются условия, в которых обычные люди, наделённые разными талантами, получили возможность для личностного роста и самореализации.

Ключевые слова: экономический рост; экономическая история; экономическое развитие; инновации; институты; ценности.

Введение. Возникновение современных экономик

Верно, что современность была зачата в 1780-х... [но] в основном матрица современного мира была сформирована в 1815–1830 гг.

Пол Джонсон. *Рождение современности*

На протяжении почти всей истории человечества участники экономик разных обществ редко делали то, что могло бы расширить их, скажем так, эко-

¹ *Источник:* Фелпс Э. (готовится к изданию) *Массовое процветание. Как низовые инновации стали источником рабочих мест, вызовов и изменений*. М.: Институт Гайдара. Перев. с англ.: Phelps E. S. 2013. *Mass Flourishing: How Grassroots Innovation Created Jobs, Challenge, and Change*. Princeton: Princeton University Press.

номические знания, то есть знания о способах и продуктах производства. Даже в ранних экономических системах Западной Европы отступления от старой, проверенной временем практики, которые могли бы привести к новому знанию и, следовательно, к новой практике, или инновации, встречались редко. И хотя в Древней Греции и Риме появлялись кое-какие инновации (например, водяная мельница и бронзовое литьё), их редкость в древней экономике, особенно на протяжении восьми столетий после Аристотеля, поражает. В период Возрождения были сделаны некоторые ключевые открытия в науке и искусстве, которые позволили обогатиться королям. Однако итоговый прирост в экономических знаниях оказался слишком незначительным, чтобы поднять производительность и уровень жизни простых людей (это было отмечено историком повседневности Фернаном Броделем). В тех экономиках всё подчинялось привычке и рутине.

В том ли причина, что участники этих экономик не хотели отказаться от сложившейся практики? Наверняка нет. Нам известно, что многие поколения проявляли свои творческие способности и применяли воображение на протяжении тысячелетий². Можно с уверенностью предполагать, что участникам первых экономик хватало желания созидать — они изобретали и проверяли на практике то, чем пользовались сами. Однако им недоставало способности развить новые методы и продукты, которые стали бы доступны для всего общества: в ранних экономиках ещё не сложились институты и установки, способные подтолкнуть к изобретательству и обеспечить саму возможность инноваций.

Наибольшим достижением ранних экономик стало расширение внутренней и международной торговли. Торговля Гамбурга XIV века и Венеции XV века, двух важных городов-государств, развивалась по торговым путям Ганзы, по Шёлковому пути и океанским маршрутам, позволяя достигать всё более удалённых городов и портов. Когда в XVI веке были основаны колонии Нового Света, уровень торговли внутри стран и в международном масштабе ещё больше вырос. К XVIII веку большинство людей, особенно в Британии и Шотландии, в основном производили товары для *рынка*, а не для собственных семей или городов. Всё чаще страны занимались экспортом и импортом, то есть достигавшим значительного объёма товарообменом с далёкими рынками. Бизнес по-прежнему требовал производства, но был сосредоточен на распространении и торговле.

Конечно, это капитализм (если использовать термин, которого в те времена не было). Говоря точнее, это был торговый, или *меркантилистский, капитализм*: в те времена богатый человек мог стать купцом, инвестируя свои средства в повозки или суда, чтобы перевозить товары туда, где цены были выше. В 1550–1800 гг. эта система выступала в качестве двигателя того, что шотландцы называли «торговое общество». Во всяком случае, в Шотландии и Англии многие искренне восхищались этой системой, хотя другие считали, что ей не хватает «духа героизма»³. Впрочем, в меркантилистскую эпоху эти общества не страдали от недостатка агрессивности. Торговцы сталкивались друг с другом, поскольку боролись за поставщиков или рынки, тогда как страны участвовали в колониальной гонке. Военные конфликты стали обыденным делом. Возможно, дух героизма, не сумев занять разум людей или подтолкнуть их к серьёзному развитию в деловой сфере, нашёл выход в военных авантюрах.

² Исследователи из Тюбингенского университета недавно нашли несколько флейт, сделанных из костей пещерными жителями, которые колонизировали Европу 35 тыс. лет назад. Николас Конард (Nicholas Conard) и его коллеги сообщили о своей находке в 2009 г., в научном журнале «Nature».

³ Адам Смит в своих «Лекциях о юриспруденции» («Lectures on Jurisprudence»), прочитанных в Глазго в 1762–1763 гг., выделил недостатки «коммерческого духа»: «Умы людей, — писал он, — укорачиваются... Образование презирается или, по меньшей мере, отодвигается на второй план, а дух героизма угасает едва ли не полностью» [Smith 1978, vol. 5: 541]. В своей классической работе «Богатство народов» (1776) он утверждает, что «в варварских обществах... различные занятия каждого человека обязывают его упражнять свои способности... [следовательно] изобретения продолжают» [Smith 1776: 51]. Адам Фергюсон в «Эссе по истории гражданского общества» («Essay on the History of Civil Society») с восхищением цитирует некоего вождя американских индейцев, который сказал: «Я воин, а не торговец» [Ferguson 1767].

Конечно, в меркантилистскую эпоху привычности и рутины в деловой жизни было гораздо меньше, чем в Средние века. Когда кто-то находит новые рынки и проникает на них, накапливаются крупницы новых экономических знаний. Несомненно, расширение торговли часто оборачивалось новыми возможностями для внутренних производителей, а также для иностранных конкурентов, то есть становилось условием приобретения новых знаний о том, что производить. Подобные наработки могли превращаться в публичное знание, попадающее в распоряжение «деловых» людей, или же оставаться знанием частным, поскольку достигались они тяжёлым трудом. Реже, однако, стимулы к производству продукта, который ранее не выпускался, приводили к прогрессу в способах производства. Но насколько именно выросли экономические знания в меркантилистскую эпоху?

Экономические знания в меркантилистскую эпоху

Показательны ранние, хотя и обрывочные, данные по экономике Англии. Предположительно рост знаний о том, что производить, должен при прочих равных условиях приводить к повышению продуктивности, то есть к увеличению выработки на единицу затрат труда. Следовательно, если бы практические знания, которыми располагали участники экономического процесса и которые могли быть как частными, так и публичными, действительно сильно расширились в меркантилистскую эпоху, это проявилось бы в *росте* выработки на единицу труда в период, который начался около 1500 г. и закончился примерно в 1800 г. Если же мы не видим почти никакого улучшения соответствующих показателей, у нас появляется причина усомниться в том, что в меркантилистскую эпоху произошёл сколько-нибудь значимый рост практических производственных знаний. Что же, собственно, показывают данные?

Согласно оценкам Энгаса Мэддисона, приводимым в его книге «Мировая экономика» («The World Economy») [Maddison 2006], которая является надёжным источником, в Англии *выработка из расчёта на одного рабочего* в 1500–1800 гг. вообще не увеличилась. Однако население, а следовательно, и рабочая сила в тот же промежуток времени значительно выросли, восстановившись после потерь, вызванных бубонной чумой, или Чёрной смертью 1300-х гг. Можно предположить, что это привело к снижению выработки на рабочего в силу «убывающей отдачи», чего оказалось достаточно для того, чтобы заслонить рост выработки на одного рабочего, обусловленный ростом знания, если таковой действительно имел место. Однако подекадные оценки Грегори Кларка показывают, что выработка на рабочего в 1330–1340-х гг., когда численность населения ещё не упала существенно ниже своего пикового показателя до прихода чумы, была такой же, как и в 1640-х гг., когда численность населения практически вернулась к этому пиковому показателю. Некоторые редкие микроданные показывают, что даже в конце XVIII века выработка на рабочего была не выше, чем в начале XIV столетия. Другое исследование демонстрирует прирост выработки на треть за тот же период⁴. Можно с определённой долей уверенности заключить, что за прошедшие пять столетий доступные сельскохозяйственные технологии практически не были усовершенствованы. (Однако измерение выработки на рабочего по каждому продукту в отдельности не учитывает постоянного прироста в агрегированной выработке на рабочего, который связан с перемещением рабочей силы в то производство, где цены или производительность выше. В этом отношении заработная плата является более информативным показателем.)

⁴ Согласно одному исследованию производства зерна в английских поместьях Рэмси, средние показатели дневной выработки в 1293–1347 гг. «не превышали и даже не достигали наиболее высоких оценок производительности английских рабочих, встречающихся в исследовательской литературе, вплоть до 1800 г.» (см.: [Karakacili 2004: 24]).

Более масштабное исследование показывает отсутствие сокращения объёмов труда, необходимых для молотбы, жатвы и покоса. Однако выводы относительно общей производительности указывают на то, что за четыре с половиной столетия уровень знаний о лучшем использовании сельскохозяйственных работников в какой-то мере вырос. В начале 1300-х гг. рабочие производили 58 бушелей зерна за 300 человеко-дней и 79 бушелей — в 1770-х гг. Но это ничтожная прибавка за столь значительный период (см. рис. 3 и табл. 6 в работе: [Clark 2005]). Рисунок 8 в той же работе показывает, что в 1640–1730-х гг. выработка на одного работника выросла примерно на 20 бушелей.

Реальная заработная плата на одного работника, то есть средняя заработная плата, исчисляемая через корзину потребительских товаров и услуг, отражает, среди прочего, знания о том, что и как производить. Стартовые проекты, нацеленные на разработку новых методов производства или новых продуктов, должны были создавать рабочие места, а это рано или поздно вело к повышению заработной платы. Также новые методы производства обычно стимулируют рост. Раз так, наблюдался ли в меркантилистских экономиках существенный рост реальной заработной платы, сочетающийся со значительным приростом экономических знаний? В английском сельском хозяйстве реальная заработная плата, как и выработка из расчёта на человека, падала в первую половину меркантилистской эпохи, то есть в 1500–1650 гг., что было связано с восстановлением численности населения после чумы. Заработная плата росла в 1650–1730 гг., хотя почти половина этого прироста была потеряна к 1800 г. Итоговый результат состоял в том, что к 1800 г. заработная плата была ниже, чем в 1500 г. В то же время в 1800 г. заработная плата *была выше*, чем в 1300 г., примерно на треть. Но является ли этот прирост достаточно большим, чтобы подтвердить увеличение экономических знаний за счет английских инноваций в области товаров и методов? Во-первых, как отмечает Кларк, реальная заработная плата была значительно увеличена благодаря падению цен на важные потребительские товары и «появлению новых товаров, таких как сахар, перец, изюм, чай, кофе и табак» [Clark 2007: 42]⁵. Так что прирост реальной заработной платы на треть является не столько признаком английских инноваций, сколько свидетельством открытий, совершённых мореплавателями и колонизаторами. Во-вторых, 1300 г. стал завершением столетия падения заработной платы. Реальная заработная плата в 1800 г., как показывает таблица 4 в той же работе Кларка, была ниже, чем в 1200 г.! Следовательно, разумно будет «взять среднюю величину» и согласиться с тем, что в Англии почти не наблюдалось роста заработной платы в период от Средневековья до Просвещения⁶.

Мы должны сделать вывод, что в меркантилистских хозяйствах прирост в экономических знаниях оказался удивительно небольшим даже в эпоху расцвета (1500–1800). Поскольку численность населения существенно выросла в XVIII веке и росла ещё быстрее на протяжении большей части XIX века, когда каждый год она устанавливала всё новые и новые рекорды, можно предположить, что ограниченность земельных ресурсов могла замедлить рост производительности, вызванный ростом экономических знаний. Но по мере роста численности населения Британии её экономика всё больше обращалась к промышленному производству, торговле и различным услугам, то есть к тем формам деятельности, для которых требовалось меньше земли, чем для сельского хозяйства. По этой причине рост численности населения всё меньше сказывался на росте заработной платы и увеличении выработки из расчёта на рабочего. Представление, согласно которому рост населения воспрепятствовал производительности и заработной плате или серьёзно ограничил их, занижая, таким образом, и заслоняя развитие экономических знаний, кажется поэтому не слишком убедительным. Рост зарплат и производительности труда сдерживало что-то другое.

Удивительное единообразие экономического развития во всём меркантилистском мире — ещё одна подсказка, позволяющая выяснить, какие факторы вызывали рост заработной платы и производительности труда, а какие не имели никакого значения. Сегодня нам известно, что в меркантилистскую эпоху 11 стран (или регионов, которые становятся странами) состояли в одном и том же клубе, определяемом производительностью труда или заработной платой на одного рабочего. Это Австрия, Брита-

⁵ Цит. по: Кларк Г. 2013. *Прощай, нищета! Краткая экономическая история мира*. М.: Изд-во Института Гайдара; 71. — *Примеч. пер.*

⁶ Верно то, что заработная плата (как и выработка на рабочего) в 1200 г., возможно, оказалась несколько выше уровня 1300 г. в результате изобилия земли, какового после этого никогда больше не было (в те времена Робин Гуд мог пользоваться целым лесом). Однако земля вряд ли считалась действительно дефицитной и в 1300 г. В оба периода труд не находился под давлением нехватки земли, поэтому нет убедительных причин отказывать 1200 г. в статусе базисного года с его хорошей заработной платой, от которой можно отталкиваться в сравнениях.

ния, Бельгия, Дания, Франция, Германия, Голландия, Италия, Норвегия, Швеция и Швейцария. (Даже в XIII веке — начале XIV века Англия в сравнении с континентальной Европой не была глушью, хотя и считалась ею.) К 1800 г. к этому клубу присоединилась Америка. Можно было бы сказать, что эти и другие страны маршировали под звуки одного и того же барабана, хотя и не по прямой — у каждой были свои собственные отклонения, но — вдоль *одного и того же основного пути*. Причём в 1500 г. ведущую позицию занимала Италия, а в 1600 г. — Голландия (сохранившая её до начала 1800-х гг.). Этот факт указывает на то, что небольшая тенденция к росту была результатом действия меркантилистских сил, то есть сил глобальных и сказывающихся на всех странах — по крайней мере, в рамках клуба — примерно одинаково, а не сил, специфичных для отдельных стран⁷.

Любой, кто жил в те времена, мог бы предсказать, что, как только распространение торговли достигнет предела, национальные экономики вернутся в старую колею, пусть она и будет более глобальной. Однако, как выяснилось, меркантилистская эпоха не была последней стадией экономического развития — во всяком случае, в этих развитых частях мира. Во многих торговых обществах экономика, прежде почти полностью занятая коммерцией и товарообменом, вскоре приобрела новый характер. Произошло нечто по тем временам странное — то, от чего изменится всё на свете.

Признаки взрывного роста экономического знания

За какие-то десятилетия индикаторы, демонстрировавшие поразительное отсутствие какой-либо динамики на протяжении столетий, с 1500 г. (а по некоторым оценкам, даже с 1200 г.) по 1800 г., радикально изменились. В 1820–1870 гг. Британия, Америка, Франция и Германия стали уходить в отрыв — одна страна за другой. Траектория двух индикаторов этих стран — производительности труда и средней реальной заработной платы — продемонстрировала невиданное доселе развитие.

По современным оценкам, производительность труда в Британии начала устойчиво расти в 1815 г., когда закончились наполеоновские войны, и после уже никогда не возвращалась к исходному уровню. Особенно поразительный рост наблюдался в 1830–1860 гг. В Америке, согласно современным исследованиям, устойчивый рост производительности труда начался в 1820-х гг.⁸ Во Франции и Бельгии неровный подъём начался в 1830-х гг., а Германия и Пруссия последовали примеру этих стран в 1850-х гг. Историк экономики Уолт У. Ростоу окрестил те удивительные восхождения взлётами (*take-off*), позволяющими перейти к устойчивому экономическому росту⁹.

Реальная заработная плата в целом развивалась по той же схеме. В Британии поденная заработная плата в профессиях, по которым у нас имеются данные, стала устойчиво расти примерно в 1820-е гг., то есть вскоре после того, как начала увеличиваться производительность труда. В Америке заработная плата начала подниматься в конце 1830-х гг. В странах, которые одна за другой переживали взрывной рост производительности, наблюдался такой же рост реальной заработной платы. (Во второй главе

⁷ Стандартным источником являются приблизительные оценки, полученные на основе сводки данных в работе Мэддисона и показанные им в таблицах 1b и 8c [Maddison 2006].

⁸ Наметившийся было в 1800 г. рост закончился провалом. Несмотря на несколько лет быстрого роста (вплоть до 1807 г.), вскоре прирост был полностью утрачен, и восстановить его удалось не ранее 1818 г. Тогда как с середины 1830-х гг. по середину 1840-х гг., когда наблюдалось замедление, не было потери предшествующего прироста производительности; см.: [David 1967].

⁹ Главная работа Ростоу — книга «The Process of Economic Growth» («Процесс экономического роста») [Rostow 1953]; см. также его работу «The Stages of Economic Growth» («Стадии экономического роста») [Rostow 1960]. Предложенная им трактовка «связей», то есть причин взлётов осталась спорной и не получила академического признания. (Его объяснение взлётов не похоже на предлагаемое в данной работе и, по-видимому, не предвосхищает его.) После работы в правительстве в 1960-е гг. Ростоу не пригласили вернуться в Гарвард. Однако он заслуживал большего признания, хотя бы потому, что привлёк внимание к феномену экономического взлёта.

будет представлена количественная оценка этого увеличения.) Взлёт заработной платы был открыт в 1930-х гг. Юргеном Кучинским, немецким историком экономики польского происхождения. Будучи убеждённым марксистом, в изменении экономики он видел только «ухудшение условий труда» и «обнищание». Однако его собственные данные, даже после всех его корректировок, указывали на то, что заработная плата к середине XIX века стремительно росла во всех изученных им странах — в Америке, Британии, во Франции и в Германии¹⁰.

Страны тянули друг друга вперёд. Когда в четырёх ведущих странах ускорился рост производительности труда и заработной платы, все остальные члены группы смогли расти быстрее просто за счёт продолжения торговли с лидерами и её наращивания, позволяющего капитализировать возникающие различия, то есть за счёт того, что плыли за ними, как рыбы за китом.

Основополагающие наблюдения феномена взлёта, сделанные двумя Галилеями современной экономической истории — Кучинским и Ростоу, выявили общую картину удивительного путешествия, в которое Запад отправился в XIX веке. Экономисты и историки начали задаваться вопросом, каковы причины и истоки этих невиданных ранее явлений. Экономисты обратились к традиционной экономической мысли.

Многие традиционные экономисты полагали, что причина — в резком увеличении запасов *капитала*, то есть технологического оборудования на фермах и фабриках XIX века. Однако прирост капитала не может убедительно объяснять, пусть даже частично, рост производства на душу населения в США с середины XIX века по XX век. В действительности на долю прироста капитала и используемой земли приходится лишь одна седьмая этого подъёма¹¹. Возможно, прирост капитала в XVIII веке и может объяснить незначительный и прерывистый рост производительности в этот период. Однако рост капитала в XIX веке, хотя и ускорился, не мог вызвать увеличения производительности и заработной платы. Согласно принципу убывающей отдачи устойчивый прирост капитала сам по себе не мог привести к устойчивому росту производительности труда или средней заработной платы.

Ощущая это затруднение, некоторые традиционные экономисты предположили, что разгадка — в *экономии от масштаба производства*. Поскольку количество рабочей силы стало больше, а капитал также продолжал расти, они предположили, что производительность труда (и капитала) тоже увеличилась¹².

¹⁰ Первые исследования Кучинского — «Labour Conditions in Western Europe» («Условия труда в Западной Европе») [Kuczynski 1937] и «A Short History of Labour Conditions» («Краткая история условий труда» в четырёх томах [Kuczynski 1942–1945]). Всю свою жизнь, о которой можно было бы снять фильм-нуар, он не боялся разногласий. В собранные им сырые данные о заработной плате он внёс несколько новых поправок, не нашедших подтверждения у последующих исследователей. Но, даже по его оценкам, реальная заработная плата в Британии (с поправками на потери времени, связанные с безработицей) выросла с 57 в «торговом цикле» 1849–1858 гг. до 99 в цикле 1895–1903 гг. [Kuczynski 1942, vol. I, part I: 67]. Приведённые выше оценки взяты, однако, из современных источников — международных таблиц 1995 г. Джеффри Уильямсона (Jeffrey Williamson) и таблиц Бродаса Митчелла (Broadus Mitchell), Пола Байроха (Paul Baigoch), Грегори Кларка (Gregory Clark) и Дидриха Саалфелда (Diedrich Saalfeld). (Подсчёты Кучинского показывали, что все изученные им страны начинали с сильно различавшихся показателей, но закончили столетие с примерно одинаковыми уровнями заработной платы, что было обусловлено «переносом» технологий и миграцией рабочих. Подсчёты Уильямсона демонстрируют меньший уровень конвергенции и даже некоторую дивергенцию среди четырёх стран.)

¹¹ В случае с США для рассматриваемого периода времени — с 1869–1878 гг. по 1944–1953 гг. — исследователи располагали и более ранними данными. Сегодня можно было бы сделать приблизительные подсчёты и для более раннего периода — вплоть до 1840-х гг., которые, впрочем, не внесли бы существенных поправок в результаты; см.: [Abramovitz 1956]. Исследователи экономической истории Британии пришли к выводу, что, хотя львиная доля роста XVIII века была обусловлена приростом капитала, а не знаний, в XIX веке экономический рост имел другую природу; см.: [Crafts 1983: 196]. В этой статье Крафтс также цитирует ниже приведённое высказывание Д. Макклоски.

¹² Этот тезис был выдвинут в 1969 г. крупным в прошлом теоретиком экономики Джоном Хиксом в одной из его не самых значительных работ — «A Theory of Economic History» («Теории экономической истории») [Hicks 1969]. Теоретические

Однако почти троекратный рост производительности в 1820–1913 гг. в Америке и Британии является слишком значительным, чтобы связать его с экономией от масштаба производства, вытекающей из увеличения количества рабочей силы и капитала. И если такое увеличение смогло привести к чудесным результатам в этот период, почему же похожее увеличение в 1640–1790 гг. не привело к сопоставимым последствиям, если о них вообще можно говорить? Кроме того, если экономия от масштаба производства привела к столь существенному увеличению производительности и заработной платы, почему она не оказала такого же влияния в Италии и Испании? Избыточное население этих стран бежало в Америку — как Северную, так и Южную, — где можно было найти лучшие экономические условия. К тому же экономии от масштаба производства стало сложнее достигать в быстро развивающихся экономиках XX века. Прирост рабочей силы и вытекающий из него прирост капитала, которые могли бы поддерживать новую экономию от масштаба, снизились. Однако производительность труда и заработная плата продолжали неуклонно расти на протяжении почти всего XX века, вплоть до начала 1970-х гг. (Производительность резко выросла в 1925–1950 гг., причём рост не прекращался даже во время Великой депрессии 1930-х гг., а затем продолжился в 1950–1975 гг.)

Другие традиционные экономисты искали ответ в продолжающемся расширении торговли внутри стран и между ними, которое шло на протяжении почти всего столетия, заставляя людей отказываться от самообеспечения и создавая новые каналы и железные дороги, связывающие рынки. Конечно, расширившиеся горизонты увеличивали знания о том, что производить и как, в различных экономиках — и в быстро растущих, и во всех остальных. Но мы это уже обсуждали. Если *всей* коммерциализации и торговли со времён средневековых Венеции и Брюгге и до Глазго и Лондона XVIII века не хватило для увеличения производительности и заработной платы, вряд ли можно поверить в то, что последние этапы расширения торговли и товарообмена в XIX веке привели к столь удивительному росту этих показателей. Кроме того, даже если торговля и товарообмен были важны для той или иной экономики, перешедшей к стадии экономического взлёта, они не могли поддерживать безграничный рост производительности и заработной платы, который тогда как раз начинался. У торговли как двигателя роста топливо заканчивается тогда, когда завершается глобализация.

В социальном мире нет почти ничего достоверного. Но кажется, что только прирост экономических знаний, то есть знаний о том, как и что производить, мог обеспечить быстрый подъём национальной производительности и реальной заработной платы в странах, вступивших в стадию экономического взлёта. Как заметила по этому поводу Дейдра Макклоски, решающее значение имела изобретательность, а не воздержание. И, могли бы добавить мы, изобретательность, а не торговля.

Со временем модернистский акцент на приросте знаний — и, соответственно, на предположении, что в будущем знаний будет ещё больше, — вытеснил традиционный акцент на капитале, масштабах производства, торговле и товарообмене. Но откуда взялось это знание? Чья это была «изобретательность»?

Где источник экономических знаний?

Большинство историков, пытавшихся после Ростоу разобраться с феноменом экономического взлёта, не испытывали никаких философских затруднений, когда допускали возможность того, что разум способен порождать новые идеи, из которых может возникать новое знание. Кроме того, если будущее знание, имеющее значение для общества, в основном не неизбежно или не детерминировано, то и будущее общество также не является детерминированным. А то, что не детерминировано, невозможно предвидеть, как указал Карл Поппер, выступая против «историцизма» [Popper 1957], то есть против взгляда, согласно которому будущее детерминированным образом вытекает из исторической ситуации.

исследования того, как интегрированные рынки осуществляют эту экономию на масштабе производства, были инициированы Полом Кругманом в работе «Geography and Trade» («География и торговля») [Krugman 1992].

Однако даже историки, не являвшиеся сторонниками исторического детерминизма, обосновывали свои взгляды на экономику — в частности, на экономики XIX века и экономики стран, вступивших в стадию экономического взлёта, — учениями XVIII века, оставленными нам в наследство Смитом, Мальтусом и Давидом Рикардо. Согласно этим учениям, лежащим в основе классической концепции рыночной экономики, она всегда находится в состоянии равновесия. А при равновесии такая экономика включает все знания мира, потенциально полезные для её функционирования: если в мире открывается некая новая порция знаний, такие экономики тут же пытаются это использовать. С данной точки зрения, в рамках национальной экономики нет места для открытий, то есть нет места для того, что мы могли бы назвать *внутренней инновацией* (*indigenous innovation*) или же внутренним приростом экономических знаний, поскольку — опять согласно этой позиции — экономика уже познана в той мере, в какой это возможно. В таком случае страна должна искать источники идей или открытий, способных привести к новым экономическим знаниям, за пределами своей экономики — в государстве (законодательном органе или у королевской власти) или же в финансируемых частным капиталом некоммерческих институтах, своих или зарубежных. Отсюда следует то, что в начавшемся в XIX веке процессе безостановочного роста производительности и заработной платы нашла отражение некая внешняя сила, а не новая сила самой экономики.

Этот взгляд на экономическую историю получил развитие в работах последнего поколения немецкой исторической школы. Её представители рассматривали все материальные успехи той или иной страны как следствие развития науки, являющейся движущей силой, то есть как результат открытий «учёных и мореплавателей», внешних по отношению к национальным экономикам. Если бы не эти богоподобные фигуры, материального прогресса, как и всех остальных чудес, достойных восхищения, просто не было бы. Выдающийся австрийский экономист Йозеф Шумпетер, когда ему не исполнилось ещё и 30 лет, дополнил модель этой школы интересным новым штрихом: он заявил, что для развития нового метода или товара, возможность которых определена новыми научными знаниями, необходим предприниматель¹³. В труде, впервые опубликованном в Австрии в 1911 г. и впоследствии ставшем весьма влиятельным, Шумпетер изложил догму своей школы, которую можно близко к тексту пересказать так¹⁴:

То, что в данный момент является в экономике познаваемым, уже известно, и поэтому никакая оригинальность внутри экономики невозможна. Только открытия за пределами экономики создают возможность для развития новых методов или товаров. Хотя открытие подобной возможности оказывается вскоре «у всех на слуху», её осуществление или внедрение требует наличия предпринимателя, который бы желал и был способен осуществить нелёгкий проект — найти капитал, организовать необходимую компанию и разработать продукты, недавно ставшие возможными, то есть «сделать дело». Хотя такой проект весьма обременителен, вероятность коммерческого успеха нового продукта, то есть вероятность инновации, столь же познаваема, как

¹³ Эта школа приобрела известность и влияние в Америке и Европе благодаря своей главной теме — центральному значению институтов для экономической эффективности, хотя изучать её начинали ещё Вильгельм Рошер и даже Маркс. В начале 1900-х гг. лидера школы немца Артура Шпитгофа и его шведского последователя Густава Касселя затмил младший представитель школы — немец Йозеф Шумпетер. (Выдающимися представителями школы были также Вернер Зомбарт, Макс Вебер и Карл Поланьи.) Однако значение Шпитгофа сохранялось. Великий британский экономист Джон Мейнард Кейнс отправился в 1932 г. в Мюнхен для юбилейного чествования, которым ознаменовался выход Шпитгофа на пенсию, а устроителем этого мероприятия был Шумпетер.

¹⁴ Эти тезисы отражают основные темы работы Шумпетера «Теория экономического развития», её немецкой [Schumpeter 1912] и американской [Schumpeter 1934] версий. Тезисы позволяют создать общее представление о теоретических взглядах Шумпетера в 1900-е гг., то есть за одно или два десятилетия до «современных» экономистов межвоенного периода, особенно Фридриха Хайека. Испытав на себе влияние работ Хайека, Шумпетер выпустил работу «Капитализм, социализм и демократия» [Schumpeter 1942], в которой утверждалось, что компании из бизнес-сектора, а не только учёные королевского двора и университетов, могут быть креативными и придумывать успешные инновации. Однако, с его точки зрения, для этого нужны научно-производственные лаборатории.

и перспективы уже известных продуктов. При достаточном усердии и внимании шанса для неверного суждения не остаётся. Экспертное решение предпринимателя по проекту или же решение старого банкира по его поддержке *ex ante*¹⁵ являются оправданными, пусть и странными, хотя *ex post*¹⁶ невезение может привести к убыткам, а удача — к огромной прибыли.

Таким образом, Шумпетер предложил способ осмысления инноваций, который лишь незначительно отклонялся от классической экономической теории. Два интеллектуальных искусителя — Шумпетер с его сциентизмом и Маркс с его историческим детерминизмом — надолго запутали и историков, и публику. Экономическая теория по сути оставалась классической на всём протяжении XX века.

Недостатки подобного подхода проявились довольно быстро. Историки, опиравшиеся на немецкую теорию, поняли, что ко времени экономического взлёта у великих мореплавателей почти не осталось морских путей, которые ещё можно было открыть. Историки зависели от «сциентистов», а потому связывали экономический взлёт с ускорением темпа научных открытий в период научной революции (1620–1800), который включал и Просвещение (оно примерно датируется 1675–1800 гг.). Некоторые из научных успехов тех времён стали легендами: «Новый органон» Фрэнсиса Бэкона (1620) должен был стать основанием для новой логики, которая заменила бы органон (то есть логику) Аристотеля; великолепный анализ «движения крови», проведённый Уильямом Гарвеем в 1628 г.; работы Антони Левенгука по микроорганизмам (1675); механика Исаака Ньютона (1687); математические работы Пьера Симона Лапласа (ок. 1785); работы Эухенио Эспехо по патогенам (1795). Но можно ли с уверенностью утверждать, что эти открытия и последующие исследования горстки учёных в Лондоне, Оксфорде и других местах запустили экономический взлёт, который привёл к устойчивому росту?

Есть множество причин, заставляющих скептически относиться к этому тезису. Трудно представить, будто научные открытия, сделанные в эпоху Просвещения и после неё, получили столь всеобщее и важное применение, что смогли менее чем за столетие утроить производительность и реальную заработную плату в странах, вступивших в стадию экономического взлёта, причём в *большинстве* отраслей промышленности, а не только в некоторых, тогда как все прошлые открытия практически никак не сказались на росте производительности. С одной стороны, научные открытия стали всего лишь дополнениями к уже накопленному запасу знаний. Ньютон заявлял, что он и все остальные учёные «стоят на плечах гигантов». С другой стороны, открытия зачастую едва ли могли найти какое-либо применение, которое повысило бы производительность; открытия учёных позволяли создавать новые продукты и методы лишь от случая к случаю. Кроме того, большинство инноваций, особенно в индустрии развлечений, в моде и туризме, далеки от науки. В тех же областях, где, напротив, инновации тесно связаны с научными достижениями, изобретения часто выступают двигателями науки. Например, появление парового двигателя повлекло развитие термодинамики. Историк Джозель Мокир обнаружил, что, хотя в некоторых случаях предприниматели могли использовать научное знание, инноваторы обычно шли впереди науки, опираясь только на свои догадки и эксперименты.

Сциентизм Шумпетера заставлял связывать с наукой рост экономических знаний, продолжавшийся на протяжении всего XIX века. Но этот тезис проблематичен, если сопоставить его с данными другого рода. Любая важная часть научных знаний доступна через научные публикации по минимальной цене или бесплатно, и именно по этой причине такие знания называются общественным благом. Научное знание обычно равномерно распределяется по разным странам. Но если бы мы приняли прогресс в научном знании в качестве главного фактора, объясняющего огромный прирост экономических знаний в странах, вступивших в стадию экономического взлёта, нам было бы очень трудно объяснить возрас-

¹⁵ Предположительно (лат.). — Примеч. пер.

¹⁶ Фактически (лат.). — Примеч. пер.

тание в XIX веке различий в экономических знаниях (после приблизительно равных уровней в 1820 г.), то есть истолковать так называемое Великое расхождение. Нам понадобилось бы связать вместе полдюжины различных объяснений *ad hoc*¹⁷, чтобы объяснить раннее, но неустойчивое лидерство Британии, которое сменилось более продолжительным лидерством Америки, прогресс Бельгии и Франции, а также более позднее вступление в ту же игру Германии. Пришлось бы объяснять, почему с точки зрения сциентизма Америка решительно обогнала Францию, промчалась мимо Бельгии и наконец превзошла Британию, хотя и была страной, наименее подкованной в науках, географически находилась слишком далеко от всех остальных, а научные открытия были ей доступны в наименьшей мере. Ещё большей проблемой было бы объяснение того, почему Нидерланды и Италия остались стоять на старте, хотя и преуспели в науках. (Историки шумпетеровского направления предполагали порой, что этим двум странам не хватило предпринимательского духа и финансовых знаний. Однако сам Шумпетер не мог высказать подобные сомнения, поскольку построил свою теорию на тезисах об усердии предпринимателей и осведомлённости финансистов.)

Приходится признать, что прогресс в науке не мог быть движущей силой взрывного роста экономических знаний в XIX веке.

Некоторые историки приписывали заслуги появившимся в Просвещение открытиям учёных, ориентированных на практику. При этом выделяются наиболее значительные изобретения так называемой Первой промышленной революции. В Британии примерами могут служить водяная прядильная машина Ричарда Аркрайта (1762); многовальная прядильная машина, изобретение которой приписывается скромному ткачу из Ланкашира Джеймсу Харгривсу (1764); усовершенствованный паровой двигатель Болтона и Уатта (1769); метод производства кованого железа из чушкового чугуна, разработанный на металлургическом предприятии Корта и Джеллико (1780-е гг.); наконец, паровой локомотив, изобретённый Джорджем Стивенсоном (1814). Если говорить об Америке, вспоминается пароход Джона Фитча (1778). Однако у историков нет причин заниматься лишь самыми крупными инновациями. Слишком незначительные, чтобы отразиться в письменных источниках, усовершенствования могли постепенно накапливаться, создавая такой объём инноваций, который, если оценивать его по приросту производительности или заработной платы, существенно превосходил бы все инновации, запущенные отдельными выдающимися изобретениями. Можно было бы предположить, что историки Промышленной революции снова и снова обращались к главным изобретениям только для того, чтобы продемонстрировать ту неустанную изобретательность, которая начала распространяться в Британии с 1760-х гг. Но можно ли действительно считать эти изобретения двигателями развития научного знания — развития, бравшего начало, скорее, в приземлённой практике, а не в башнях из слоновой кости? И были ли они двигателями взрывного роста экономических знаний в XIX веке?

Вопреки подобным представлениям, почти все изобретатели, даже самые крупные из них, не были по своему образованию учёными, а то и вовсе не были особенно образованными людьми. Уатт является исключением, а не правилом. Аркрайт был изготовителем париков, ставшим потом промышленником, но не учёным и не инженером. Харгривс, ланкаширский ткач, имел весьма скромное образование — слишком скромное, чтобы изобрести прядильную машину. Великий Стивенсон был почти неграмотным. Пол Джонсон отмечает, что большинство изобретателей происходили из бедных семей и не могли позволить себе приличного образования, но им достало ума и изобретательности [Johnson 1991: 188]¹⁸:

¹⁷ Специально сформулированных (лат.). — Примеч. пер.

¹⁸ Немногие решились бы оспорить суждения этого учёного-энциклопедиста в любой из областей, которыми он занимался. Однако весьма странно полагать, что Первая промышленная революция началась в 1780-х гг., а не в 1760-х, и столь же необычно считать, что она растянулась до 1820-х гг. (Некоторые из наиболее важных изобретений и последующих

Промышленная революция, начавшаяся в 1780-х гг., когда Стивенсон был еще мальчиком, часто представляется ужасным временем для рабочего человека. В действительности же это было прежде всего время небывалых возможностей для бедных людей с хорошими мозгами и воображением, и удивительно, как быстро они вышли на первый план.

Эта характеристика основных изобретателей относится, несомненно, и к авторам множества усовершенствований, менее значительных и не получивших широкой известности. Так что если историки, указывая на знаменитые изобретения, считали, что их создатели были сосудами, переносящими научное знание на плодородную почву экономик XIX века, то они глубоко заблуждались. Кроме того, такой сциентизм не объясняет, почему взрывной рост изобретений начался в первые годы XIX века, а не до и не после, и почему он имел место лишь в некоторых из стран с высокими доходами.

Вероятно, можно сказать, что одарённые изобретатели, пусть даже необразованные, дополняли научное знание, когда их эксперименты приводили к находкам. Однако такие изобретатели не создавали *научного* знания, точно так же, как бармены, изобретающие новые коктейли, не создают знаний в области химии: для этого им просто не хватало образования. Научное знание дополнялось в тех случаях, когда теоретикам, имевшим соответствующее образование, удавалось понять, почему изобретение работает. (Например, нужен был музыковед, чтобы понять, как «работают» кантаты Баха.) Если изобретение, достигшее стадии экспериментальной проверки, впоследствии развивалось и принималось, становясь тем самым новацией, оно создавало определённые *экономические* знания. (Провал также пополнял знания такого сорта, то есть экономические знания о том, что, судя по всему, не работает.)

Считать изобретения двигателем экономических знаний — это ошибка, которая предполагает, что они являются экзогенными силами, воздействующими на экономику. (Даже случайные открытия осуществляются и оказывают влияние только в том случае, если первооткрыватель оказался в нужном месте и в нужное время.) Изобретения, прославившие своих создателей и ставшие известными благодаря важным инновациям, к которым привели, не были первопричинами, то есть не могли быть своеобразными ударами молнии, внешними для экономической системы. Они были рождены из понимания деловых потребностей или же предчувствия того, что может понравиться деловым кругам и потребителям. Причём такое понимание и предчувствие можно было извлечь лишь из опыта инноваторов и догадок делового мира. Возможно, Джеймс Уатт был по своей натуре чистым инженером, однако его партнёр Мэтью Болтон требовал широкого применения парового двигателя. В конце концов, изобретения и скрывавшиеся за ними любопытство и изобретательность не были чем-то принципиально новым. Новыми и связанными с более глубокими причинами были изменения, которые вдохновляли людей и подталкивали их к массовому изобретательству.

Крупнейшие инновации редко могут сдвинуть гору, которую являет собой экономика. Блестящие инновации Британии XVIII века в текстильной индустрии привели к значительному приросту производительности труда, однако, поскольку текстильная отрасль была лишь небольшой частью экономики, они смогли вызвать лишь довольно скромный прирост производительности в британской экономике в целом (настолько скромный, что в 1750–1800 гг. производительность труда одного работника едва ли вообще увеличилась). Придерживаясь той же логики, историк экономики Роберт Фогель потряс своих коллег-историков, когда заявил, что американское экономическое развитие ничуть не пострадало бы от отсутствия железных дорог [Fogel 1964]. Плоды Промышленной революции являются одиночными, это разовые события, а не проявления действия системы или общих процессов, и они не объясняют ни поразительного взлета Британии, ни более поздних взлетов других стран. Как отмечает Мокир, «самой

инноваций Второй промышленной революции, начиная с бессемеровского процесса и мартеновской печи, в значительной степени опирались на науку. Но и в этом случае научный прогресс обычно не был двигателем изобретений, и уж точно он не объясняет большую часть агрегированного уровня инноваций.)

Промышленной революции, если понимать её в классическом смысле, не было достаточно для порождения устойчивого экономического роста» [Mokyr 2007: 3]¹⁹.

Приходится сделать вывод, что ни волнующие путешествия, позволившие открыть новые земли, ни блистательные открытия в науках, ни последовавшие за ними важные изобретения не могли быть причиной резкого и устойчивого роста производительности и заработной платы в XIX веке в экономиках Западной Европы и Северной Америки, вступивших в стадию взлёта. Скорее, взрывной рост экономических знаний в XIX веке должен быть следствием возникновения совершенно нового типа экономики — системы порождения эндогенных инноваций, которые могли поддерживаться многие десятилетия, пока система продолжала работать. Только такое структурирование этих экономик, которое способствовало внутренней креативности, прокладывая пути от этой креативности до инноваций, то есть обеспечивая то, что мы можем назвать «внутренней инновацией», могло вытолкнуть эти страны на идущую вверх тропу устойчивого роста. Если и имело место какое-то фундаментальное «изобретение», то оно состояло в оформлении таких экономик, которые в своих попытках создания инноваций опирались на креативность и интуицию, заключающиеся внутри них самих. Это были первые в мире современные экономики. Экономический динамизм превратил их в чудо современности.

Нет нужды на основе данных о росте производительности делать вывод о наличии (или об отсутствии) динамизма, подобно тому, как физики делают вывод о существовании тёмной материи и тёмной энергии. Революция в обществах, обладающих экономиками, вступившими в стадию взлёта, распространилась далеко за пределы этого небывалого феномена постоянного и внешне устойчивого роста. Когда увеличилось число первых предпринимателей, которые, в конце концов, затмили собой торговцев, и когда всё больше людей стали заниматься новыми методами и продуктами, то есть внедрять их и придумывать, для всё большего числа участников стал радикально меняться сам опыт труда. Повсюду — и в розничной торговле, и в текстильной промышленности, и на «Улице жестяных кастрюль» (*Tin Pan Alley*)²⁰ — люди в своей массе стали заниматься придумыванием, созданием, оценкой и проверкой нового и обучением на опыте.

Таким образом, современные экономики в определённом смысле вернули обществу «дух героизма», который надеялся обнаружить Смит, поскольку возникло желание выделиться из толпы или ответить на брошенный вызов. Также эти экономики дали обычным людям, наделённым самыми разными талантами, своего рода процветание — опыт вовлечённости, личностного роста и самореализации. Даже люди с немногими или скромными талантами, которых едва хватало, чтобы найти работу, приобрели навыки приложения собственного разума — распознавания возможности, решения задачи, осмысления нового способа или практики применения какой-то новой вещи. Короче говоря, искра динамизма создала современную жизнь.

Современные экономики, настоящие и прошлые, их польза и издержки, условия возникновения, демонтаж некоторых из них, оправдание и сегодняшнее ослабление тех из них, что сохранились, — вот тема этой книги.

¹⁹ Он также добавляет: «Легко можно представить, что экономики Запада могли бы освоить техники (производства вязальных машин, ковального железа, коксовой плавки и стационарных паровых двигателей), которые возникли в 1750–1800-х гг., а потом застыть на этом достигнутом уровне. Такое развитие стало бы параллелью к волне изобретений XV века, когда появились печатный станок, трёхмачтовые суда и чугунное литьё, которые, хотя и составили основные технические конструкции, не помешали тому, что процесс совершенствования впоследствии из потока превратился в маленький ручеёк» [Mokyr 2007: 3].

²⁰ Собрательное обозначение американской музыкальной индустрии, концентрировавшейся первоначально между 28-й улицей и Пятой и Шестой авеню на Манхэттене (Нью-Йорк). — *Примеч. пер.*

Литература

- Abramovitz M. 1956. Resource and Output Trends in the United States since 1870. *American Economic Review*. 46: 1–23.
- Clark G. 2005. *The Long March of History: Population and Economic Growth*. Working Paper 05-40. Davis: University of California.
- Clark G. 2007. *A Farewell to Alms: A Brief Economic History of the World*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Crafts N. F. R. 1983. British Economic Growth, 1700–1831: A Review of the Evidence. *Economic History Review*. 36 (2): 177–199.
- David P. A. 1967. The Growth of Real Product in the United States before 1840: New Evidence, Controlled Conjectures. *Journal of Economic History*. 27 (2): 151–197.
- Ferguson A. 1767. *Essay on the History of Civil Society*. Dublin: Grierson.
- Fogel R. W. 1964. *Railroads and American Economic Growth: Essays in Econometric History*. Baltimore: Johns Hopkins University Press.
- Hicks J. 1969. *A Theory of Economic History*. Oxford: Oxford University Press.
- Johnson P. 1991. *The Birth of the Modern: World Society 1815–1830*. New York: Harper Collins.
- Karakacili E. 2004. English Agrarian Labour Productivity Rates before the Black Death: A Case Study. *Journal of Economic History*. 64: 24–60.
- Krugman P. R. 1992. *Geography and Trade*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Kuczynski J. 1937. *Labour Conditions in Western Europe*. London: F. Muller.
- Kuczynski J. 1942–1945. *A Short History of Labour Conditions under Industrial Capitalism*. London: F. Muller.
- Maddison A. 2006. *The World Economy: Historical Statistics*. Paris: OECD.
- Mokyr J. 2007. *The European Enlightenment, the Industrial Revolution, and Modern Economic Growth*. Max Weber Lecture, European University Institute, Badia Fiesolana, March 27. URL: <http://faculty.wcas.northwestern.edu/~jmokyr/Florence-Weber.PDF>.
- Popper K. R. 1957. *The Poverty of Historicism*. London: Routledge and Kegan Paul.
- Rostow W. W. 1953. *The Process of Economic Growth*. Oxford: Clarendon.
- Rostow W. W. 1960. *The Stages of Economic Growth, a Non-Communist Manifesto*. Cambridge: Cambridge University Press.

Schumpeter J. A. 1912. *Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung*. Leipzig: Duncker and Humblot.

Schumpeter J. A. 1934. *The Theory of Economic Development*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Schumpeter J. A. 1942. *Capitalism, Socialism and Democracy*. New York: Harper and Brothers.

Smith A. 1776. *Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*. London: W. Strahan and T. Cadell.

Smith A. 1978. *Lectures on Jurisprudence (1762–1763)*. Oxford: Clarendon Press.

BEYOND THE BORDERS

Edmund Phelps

Mass Flourishing: How Grassroots Innovation Created Jobs, Challenge, and Change

PHELPS, Edmund —

McVickar Professor of Political Economy, Director of Center on Capitalism and Society, Columbia University.
Address: 420 West, 118th Street, New York, NY 10027, USA.

Email: esp2@columbia.edu

Abstract

The presented book “Mass Flourishing” by Edmund Phelps, winner of the 2006 Nobel Economics Prize, proposes a new perspective on what the prosperity of nations is. According to the author, the prosperity at a national scale comes from the broad involvement of people with innovations. These processes of innovation serve as a source of dynamism for economic development but can be restricted by institutions if not fueled by the right values. However, in the XX century, the history of the prosperity of the Western world, which began in the XIX century, stopped partially due to the fact that the understanding of

what the prosperity means was lost and institutions were diluted by conservative values resistant to modern life. For instance, there are calls for greater social security and for more attention to the value of communities and families. Moreover, Phelps develops a new concept of economy that is both modern and fair. The Journal of Economic Sociology publishes the book’s introduction “Advent of the Modern Economies”, in which the author indicates the roots of modern economies from the XIXth to the first half of the XX century. The flourishing of modern economies came to Britain and the USA, later to France and Germany. The peculiarities of modern economies include conditions within the frameworks of those ordinary people with different talents having opportunities for personal development and self-expression.

Keywords: economic growth; economic history; economic development; innovations; institutions; values.

References

- Abramovitz M. (1956) Resource and Output Trends in the United States since 1870. *American Economic Review*, vol. 46, pp. 1–23.
- Clark G. (2005) *The Long March of History: Population and Economic Growth*. Working Paper 05–40, Davis: University of California.
- Clark G. (2007) *A Farewell to Alms: A Brief Economic History of the World*, Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Crafts N. F. R. (1983) British Economic Growth, 1700–1831: A Review of the Evidence. *Economic History Review*, vol. 36, no 2, pp. 177–199.
- David P. A. (1967) The Growth of Real Product in the United States before 1840: New Evidence, Controlled Conjectures. *Journal of Economic History*, vol. 27, no 2, pp. 151–197.

- Ferguson A. (1767) *Essay on the History of Civil Society*, Dublin: Grierson.
- Fogel R. W. 1964. *Railroads and American Economic Growth: Essays in Econometric History*, Baltimore: Johns Hopkins University Press.
- Hicks J. (1969) *A Theory of Economic History*, Oxford: Oxford University Press.
- Johnson P. (1991) *The Birth of the Modern: World Society 1815–1830*, New York: Harper Collins.
- Karakacili E. (2004) English Agrarian Labour Productivity Rates before the Black Death: A Case Study. *Journal of Economic History*, vol. 64, pp. 24–60.
- Krugman P. R. (1992) *Geography and Trade*, Cambridge, MA: MIT Press.
- Kuczynski J. (1937) *Labour Conditions in Western Europe*, London: F. Muller.
- Kuczynski J. (1942–1945) *A Short History of Labour Conditions under Industrial Capitalism*, London: F. Muller.
- Maddison A. (2006) *The World Economy: Historical Statistics*, Paris: OECD.
- Mokyr J. (2007) *The European Enlightenment, the Industrial Revolution, and Modern Economic Growth*. Max Weber Lecture, European University Institute, Badia Fiesolana, March 27. Available at: <http://faculty.wcas.northwestern.edu/~jmokyr/Florence-Weber.PDF> (17 January 2015).
- Popper K. R. (1957) *The Poverty of Historicism*, London: Routledge and Kegan Paul.
- Rostow W. W. (1953) *The Process of Economic Growth*, Oxford: Clarendon.
- Rostow W. W. (1960) *The Stages of Economic Growth, a Non-Communist Manifesto*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Schumpeter J. A. (1912) *Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung*, Leipzig: Duncker and Humblot (in German).
- Schumpeter J. A. (1934) *The Theory of Economic Development*, Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Schumpeter J. A. (1942) *Capitalism, Socialism and Democracy*, New York: Harper and Brothers.
- Smith A. (1776) *Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*, London: W. Strahan and T. Cadell.
- Smith A. (1978) *Lectures on Jurisprudence (1762–1763)*, Oxford: Clarendon Press.

Received: December 29, 2014

Citation: Phelps E. (2015) Massovoe protsvetanie. Kak nizovye innovatsii stali istochnikom rabochikh mest, vyzovov i izmeneniy [Mass Flourishing: How Grassroots Innovation Created Jobs, Challenge, and Change (an excerpt)]. *Ekonomicheskaya sotsiologiya = Journal of Economic Sociology*, vol. 16, no 1, pp.22–37. Available at: <http://ecsoc.hse.ru/2014-16-1.html> (in Russian).

ДЕБЮТНЫЕ РАБОТЫ

А. В. Головнёва

«Миры легитимности»: стратегии легитимации писателей-прозаиков в российском поле литературы



Головнёва Анастасия Владимировна — бакалавр социологии, студент магистерской программы по социологии факультета политических наук и социологии Европейского университета в Санкт-Петербурге.
Адрес: 191187, Россия, г. Санкт-Петербург, ул. Гагаринская, д. 3.

Email:
nastasjagolovneva@gmail.com

Данная статья представляет собой результат эмпирического исследования стратегий легитимации писателей-прозаиков в Санкт-Петербурге. Понятие «легитимность» в сфере культурного производства является проблемной областью в социологических исследованиях. В работе рассматривается трансформация попыток концептуализации легитимности в культурных индустриях — от тезиса о привилегированной легитимности «высокой» культуры до признания наличия множественных принципов разделения легитимного и нелегитимного в данной сфере. В настоящем исследовании легитимность акторов поля литературы ограничена рынком литературных публикаций, и в качестве институциональных источников легитимности в данной области рассматриваются работники издательств, жюри литературных премий, так называемых толстых литературных журналов, а также критики и журналисты. Целью работы является анализ стратегий, реализуемых российскими романистами и направленных на достижение легитимности при отсутствии ясности принципов отбора агентов в поле и риска необретения легитимной позиции в нём. Эмпирической базой исследования выступают нарративы писателей и других агентов поля литературы, собранные с помощью методов полуструктурированного интервьюирования и включённого наблюдения во время публичной презентации писателем литературного произведения. В итоге легитимация писателей анализируется как работа в трёх направлениях: (1) достижение литературной легитимности, основывающейся на факте создания произведения; (2) достижение институциональной легитимности двух форм — публикационной (писатель становится частью институции, издающей его произведения и обеспечивающей его оценку, критику) и экспертной (писатель занимает экспертную позицию в поле и оценивает произведения других авторов); (3) кроме того, достижение публичной легитимности — признания публики. Каждый из видов легитимности предполагает определённый набор стратегий по её достижению, комбинируемых романистами.

Ключевые слова: легитимность; рынок культурной продукции; поле литературы; концепция производства культуры; стратегии легитимации.

Введение

Право называться писателем является далеко не таким доступным ресурсом, как того хотелось бы потенциальным участникам этого процесса. С одной

стороны, открытость литературной среды кажется очевидной из-за отсутствия образовательных фильтров и чётких инструкций по фильтрации включающихся агентов. С другой стороны, именно отсутствие ясных, институционально закреплённых «правил игры» способствует усилению противоречий и неравенства по включению в поле культурного производства [Verboord 2012]. В такой ситуации не только начинающий, но и «состоявшийся» писатель находится в неопределённости и сталкивается с постоянным риском потери (необретения) легитимности в литературной сфере.

Настоящее исследование — попытка оспорить суждение о статусе писателя как о некоторой данности через анализ способов присвоения и оспаривания представлений о «правильном писателе» и «настоящей литературе», выраженных в карьерных траекториях литераторов. Отвечая на вопрос о том, какие стратегии мобилизуют потенциальные агенты поля литературы для преодоления входных барьеров и движения в сторону более «престижной» позиции в поле, мы включаемся в более широкую дискуссию о концептуализации легитимности в культурных индустриях, что сегодня является проблемной областью в социологии культуры [Griswold 1992; Cattani, Ferriani, Allison 2014]. В то же время, принимая тезис о наличии множественных легитимностей [Bourdieu 1993] в полях культурного производства, в данной статье будем вести речь о конкретной среде поля, ограниченной рынком печатной литературы. В фокус внимания попадают писатели, включённые или находящиеся на этапе включения в рынок печатной литературы и создающие произведения в жанре «роман». Выбор данного жанра первоначально был продиктован его достаточной нейтральностью и представленностью как в субполе ограниченного производства («высокая» литература), так и в субполе массового производства («низкая» литература), однако в итоге такой выбор сместил фокус исследования в область первого субполя [DiMaggio 1987].

Для сбора эмпирических данных были использованы методы полуструктурированного интервьюирования (шесть нарративов) и включённого наблюдения во время презентации писателем своей книги публике (семь нарративов) (двое из информантов были в обеих выборках). Первый метод позволил собрать данные по всем этапам включения информанта в поле, в том числе «неудачные» попытки публикации произведения, переживания по этому поводу, способы преодоления входных барьеров, то есть этапы, «невидимые» для количественного анализа данных. Интервью длились от 1 часа до 3 часов 20 минут; объём расшифровки каждого: 9–16 страниц текста. Для проведения интервью были использованы несколько типов гайдов в зависимости от основного вида деятельности информанта (писатель, критик, редактор, работник издательства).

Метод включённого наблюдения на презентации книги писателя, в свою очередь, позволил обратить внимание на то, каким образом аудитория участвует в процессе легитимации писателя в социальной ситуации прямой коммуникации между производителем и потребителем текста, а также на то, через какой дискурс писатель конструирует границы между «настоящей» и «ненастоящей» литературой, «правильным» и «неправильным» агентом поля. В первую очередь нам были интересны сами нарративы писателей и обсуждение выступлений с публикой, для чего были сделаны аудиозаписи презентаций (каждая из презентаций длится от 40 минут до 3 часов). Также в процессе сбора данных были использованы карточки наблюдения, включающие такие разделы, как внешний вид писателя (одежда, обувь, аксессуары, волосы), декорации зала, где проходила презентация, и организация пространства (расстояние до публики, время и длительность встречи, её формат, интерьер зала); вербальные характеристики, а именно стиль речи автора (использование сленга, штампов), особенности коммуникации с публикой (режим коммуникации — диалог или монолог), голос (тембр, интонация, громкость), невербальное поведение писателя (жесты, мимика, позы), общее описание публики (пол, возраст, внешний вид).

Выборка строилась на основании доступности случаев: информанты для интервью (писатели, литературные редакторы, критики, работники издательства, жюри литературных премий) были найдены через анонсы СМИ о мероприятиях в литературной сфере, и далее выборка расширялась по методу

«снежного кома», а в случае публичных презентаций кейсы были выбраны исходя из критериев жанровой принадлежности презентуемой книги (роман), открытости и доступности мероприятия (информация в СМИ, бесплатное участие), во временном промежутке ноябрь 2013 г. — июнь 2014 г., в Санкт-Петербурге. Важно подчеркнуть те ограничения, которые накладываются на собранный эмпирический материал и сделанные на его основе выводы. Поскольку поиск информантов осуществлялся с помощью метода «снежного кома», то, возможно, в исследовании есть смещение в сторону определённой группы писателей. Дальнейшее расширение выборки позволило бы найти не представленные на данном этапе типы литературных траекторий. Например, практически все полученные материалы отражают типы достижения и сохранения легитимности в субполе ограниченного производства. Так, субполе массового производства осталось без должного внимания, и с этой позиции проведение дополнительных интервью с работниками издательств, литературными агентами, журналистами и писателями этого субполя могло бы позволить показать более полную картину используемых стратегий достижения легитимности и в нём, и за его пределами.

Перед тем как перейти к описанию и анализу полученных эмпирических данных, необходимо обозначить, почему мы можем говорить о литературной сфере в терминах производства и рыночной инфраструктуры, что в таком случае представляет собой легитимность в культурных индустриях и каким образом она может быть концептуализирована в социологических исследованиях.

Легитимность в поле культурного производства

Как ни парадоксально, культурная сфера приковала к себе особое внимание социальных исследователей именно тогда, когда стала средой производства [Фархатдинов 2008]. Использование «индустриальной» метафоры по отношению к таким сакральным пространствам, как живопись, музыка и литература, породило активный интерес социологов к созданию произведений искусства как к процессу, сходному с производством в любой другой социальной сфере. «Производственное» направление позволило социологам обратить внимание на то, каким образом символические продукты культуры сформированы теми системами, в рамках которых они создаются, распространяются и оцениваются [Peterson, Anand 2004].

Несмотря на то что социологи «отказали» искусству в праве быть признанным уникальной средой, вопрос о том, кто является «правильным», легитимным актором этого поля, стал одним из самых проблематичных в исследованиях культурного производства. Неоднозначность определения легитимности в этом поле связана с несколькими обстоятельствами. Во-первых, как было отмечено выше, сфера культурного производства не предлагает своим акторам чётких правил того, кто может быть включён в поле, а кто — нет. Во-вторых, ситуация неопределённости и рискованности подкрепляется и тем, что эстетические суждения, являющиеся основным способом оценивания агентов в поле, произвольны и неотчётливы, даже у самих агентов поля, что затрудняет исследование процесса дифференциации производителей культурных продуктов [Chong 2013; Tröndle, Kirchberg, Tschacher 2014]. И кроме того, исследователи культурных полей до сих пор подчёркивают неоднозначность влияния агентов и (или) институций поля и их публик на процессы легитимации в поле [Cattani, Ferriani, Allison 2014]. Такого рода характеристики культурных сред и их «экономичность наоборот» [Бурдьё 2000] привели к необходимости переопределения того, кто есть легитимный актор в пространстве производства культурных продуктов. Так, мы можем наблюдать, что социологическая концептуализация легитимности в полях культурного производства не была однозначной и единой для социологов, занимающихся исследованиями культурных сфер.

Классическим ответом на вопрос о легитимности на рынке символической продукции является концепция Бурдьё, предлагающего разделение этого поля на «высокую» и «низкую» культуру, где имен-

но «высокая» культура обладает правом определять границы того, что есть искусство (см. подробнее: [Koreman 2014]). Другими словами, легитимным в данном случае является актер, «признанный» (*consecrated*) авторитетными агентами из субполя «высокой» культуры, то есть наделённый символическим капиталом и, как следствие, обладающий позицией в сфере «настоящего» искусства. Позиция агента (а в нашем случае — писателя) определяется через конфигурацию капиталов, которыми он обладает: социальным капиталом (социальные связи среди уже авторитетных агентов литературного поля), культурным капиталом (образование в сфере литературы, искусства, философии, филологии), экономическим (денежные ресурсы, издательские авансы, выплаты после презентаций книг) и символическим (престиж, репутация) [Бурдьё 2000].

В зависимости от того, **какой тип капитала является основой позиции агента**, Бурдьё выделяет два субполя [Bourdieu 1996]: (1) массовое производство (*low brow culture*), где циркулирует «ценность» экономического капитала, коммерческого успеха; (2) ограниченное производство (*high brow culture*), которое организует «ценность» символического капитала, признания среди коллег, «узкой» публики. Включённость писателей в то или иное субполе предполагает разность, во-первых, «логик действия» [Eikoff, Haunschild 2007], то есть борьбы за экономический капитал или за символическое признание агентов поля («искусство ради искусства»), и, во-вторых, практик производства и распространения литературной продукции.

Помимо «капитального» измерения организации поля литературы, важным для определения степени легитимности агента является **принцип внутренней стратификации каждого субполя** на доминантные и периферийные группы агентов [Anheier, Gerhards, Romo 1995]. Другими словами, это измерение представляет собой разделение писателей на наиболее признанных, авторитетных, властных агентов субполя, то есть являющихся его ядром [Берг 2000], и на ещё не добившихся легитимации или её потерявших, то есть находящихся на периферии поля [Cattani, Ferriani, Allison 2008] (см. рис. 1).

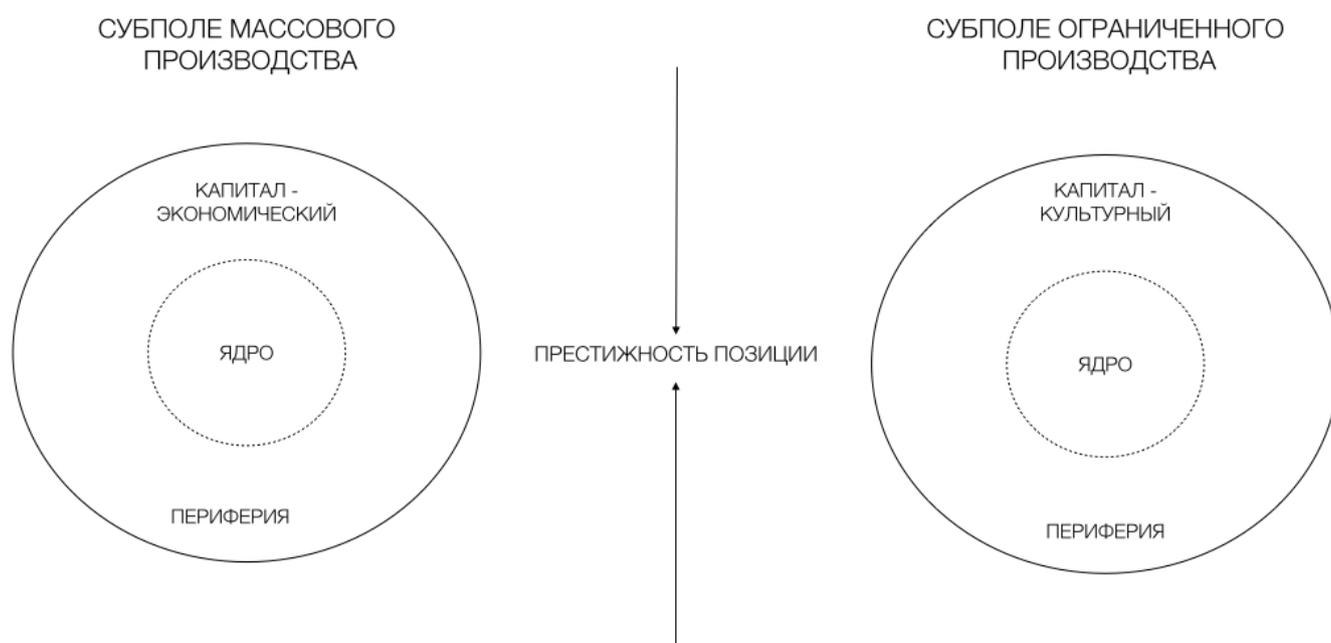


Рис. 1. Схематическое изображение поля литературы в концепции Бурдьё

Наличие строгих границ между «высокой» и «низкой» культурами в предложенном Бурдьё варианте было поставлено под вопрос после обнаружения тенденции, в англоязычной литературе именуемой как «omnivorous era», или «эра всеядности» [Peterson, Kern 1996; Peterson 1997]. Как отмечают иссле-

дователи, культурное потребление, подчёркивающее статус индивида, больше не полагается на выбор только тех жанров и продуктов, которые оцениваются как «высокая» культура (например, традиционно в качестве таковой определялась классическая музыка), а, наоборот, включает всё новые и новые жанры, ранее определявшиеся как «низкая», поп-культура (такие, как хип-хоп-музыка) [Johnston, Baumann 2007]. Переход к такому типу культурного потребления объясняется через влияние (1) медиа, представляющих вкусовые предпочтения самых разных групп, и (2) рыночных механизмов, расширяющих ассортимент продукции и находящихся в поисках новых, «экзотичных» товаров [Grixti 2009], а также через (3) появление стратегии, позволяющей индивидам снять напряжение из-за необходимости выбора между «демократичностью» идеологии «низкой» культуры и «статусностью» «высокой» культуры, допуская сочетание качеств этих идеологий [Baumann 2001]. Другими словами, как отмечают Бауманн и Джонстон, «культурная граница, которую проводит Бурдьё, проходит не между “высокой” и “низкой” культурами, но между “легитимной” и “нелегитимной”, или, другими словами, между культурой, которая была одобрена или освящена институциями или индивидами с культурным авторитетом (университеты, критика и т. д.), и культурой с недостатком такого освящения или не одобренной этими агентами с культурным авторитетом» [Johnston, Baumann 2007: 197].

Получается, что с процессом размывания границ между ранее обозначенными субполями культурного производства понятие «легитимность» как позиция исключительно в субполе «высокой» культуры также претерпевает изменения. В этом смысле легитимность — это не столько позиция в субполе ограниченного производства, сколько культурная избирательность вообще, которая может осуществляться как через применение критериев популярной культуры (развлечение, способность удовлетворять потребности в использовании продукта), так и через применение критериев «высокой» культуры (креативность, серьёзность, инновативность) [Kogeman 2014]. Учитывая такие перемены в способе концептуализации легитимности в культурных полях, Бурдьё в своей более поздней работе выделяет три типа культурной легитимности: (1) приветствие публики (легитимность популярности); (2) профессиональное признание со стороны коллег (специфическая легитимность) и (3) критическая оценка (буржуазная легитимность) [Bourdieu 1993]. При этом разные типы публики мобилизуют разные логики для оценивания произведения агента поля.

Такого рода определение легитимности направляет фокус исследования на сам процесс перехода агента из периферийных позиций поля на позиции, находящиеся ближе к его ядру и предполагающие большее количество доступных ресурсов и власти [Cattani, Ferriani, Allison 2014]. Исследователи отмечают, что влияние на данный процесс оказывают не только авторитетные институции поля, но и публики («публики» внутри поля; как коллеги и критики [Cattani, Ferriani, Allison 2014], так и «внешние потребители» культурного продукта [Lamont 1987]).

С учётом таких изменений в концептуализации культурных полей кажется упущением, что традиционно исследования легитимностей в этой среде — это изучение «вкусовых» предпочтений потребителей продукции или воздействия институций поля культурного производства на доступ к ресурсам в поле. В результате в фокус внимания не попадают вопросы влияния публики на процесс легитимации агента, а также вопрос о том, какие стратегии мобилизуют сами агенты поля в ситуации неопределённости и борьбы за легитимность, чему и хотелось бы посвятить настоящее исследование. Таким образом, в данной работе под легитимностью будет пониматься способность литературного произведения и его автора быть отобранными (*cultural selectivity*) и (или) признанными (*cultural consecration*) со стороны агентов и институций поля и со стороны публики. Однако, обращая внимание на первоначальное ограничение объекта исследования романистами, чьи произведения были отобраны издательствами и (или) толстыми литературными журналами, а также литературными премиями, в данном случае стратегиями легитимации будем считать стратегии по достижению «признания» именно со стороны данных институций, где роль признания публики в достижении агентом легитимности является периферийной.

Возвращаясь к постановке исследовательского вопроса, необходимо подчеркнуть, что в данном случае понятие «стратегический набор» не сводится к стратегиям писателей по достижению культурного признания исключительно со стороны авторитетных институций поля, а подразумевает также (как об этом пишет Ламон по отношению к полю науки) процесс самолегитимации автора (описание автором своего произведения и его ценности как включающегося в инфраструктуру поля или, наоборот, инновативного по отношению к нему) и процесс по достижению признания со стороны публики (зрительские голосования на литературных премиях, участие публики в институционализации произведения через выпуск дополнительных тиражей или спонсорство и т. д.) [Lamont 1987]. Исходя из выше обозначенного определения легитимации как совокупности разнонаправленных процессов, в нарративах информантов были выделены три набора стратегий по легитимации писателей в российском поле литературы: достижение (1) литературной легитимности, (2) институциональной легитимности и (3) публичной легитимности. Рассмотрим каждый из этих наборов подробнее.

Литературная легитимность писателей, или «Как приготовить произведение»

Когда мы говорим о писателях и их творческих и (или) статусных траекториях, сложно удержаться от использования литературных метафор в социологическом отчёте. Представим себе, что борьба за легитимность — это лестница, но лестница особенная, с возможностью перехода на «альтернативные» ступени, вроде той, что мы могли наблюдать в киноисториях о Гарри Поттере. Базовой ступенью для всех «литературных» лестниц является создание произведения. Эта ступень является базовой не потому, что она хронологически первая (это не всегда так), а потому, что присвоение статуса «писатель» возможно только после написания произведения. Вопросы создания произведения рассматриваются вне контекста связи с институциями внутри поля литературы или смежных полей, и потому этот вид легитимности, обретаемый писателем после написания произведения, является *собственно литературной*. Необходимо обратить внимание на то, что сам стимул создания романа может быть спровоцирован конкретной институцией внутри поля литературы (например, роман «на заказ»), однако в любом случае работа писателя с романом и работа писателя с институтом поля — два «мира», тесно взаимосвязанных, выступающих в качестве контекста друг для друга, но обладающих разной «стратегической» логикой. В этом смысле собственно литературной легитимностью обладают даже те писатели, которые не пытаются опубликовать свои работы, пишут «в стол» или в Интернет.

Описание творческой «кухни», то есть процессов, связанных с созданием литературного продукта, с вопросами писательского распорядка, настройкой на рабочий процесс, является одной из центральных стратегий по достижению и установлению собственно литературной легитимности. Повествование о процессе создания романа как о процессе «*труда*» (Инф. 5)¹, «*медитации*» (Инф. 9), о «*регулярности работы*» (Инф. 10) позволяет подчеркнуть профессионализацию в сфере литературы и, как следствие, может повышать символический капитал писателя. Обратной стратегией является самоделегитимация писателя путём описания процесса создания произведения в категории «хобби»:

Да всё хобби, ты знаешь. Я, как человек исключительно ленивый, плывущий по течению, так — так, не так — ну и слава Господи (Инф. 5).

Помимо непосредственного описания процесса создания произведения, важным является использование информантами в своей повседневности материального антуража, «вещных» индексов близости к литературной профессии:

У меня всегда есть ноутбук и всегда есть блокнот, всегда с собой, в который я всегда всё записываю. Что-то, что мне приходит в голову в метро, на улице или когда лежишь в кровати, засыпаешь (Инф. 9).

¹ Подробный список информантов см. в приложении.

Конечно, возможность легитимировать себя как писателя — значит описать своё произведение, иногда «оценить» его с точки зрения обладания конкретными качествами, такими как актуальность, эпатажность, правдивость, красота языковых форм. Однако представление своей позиции в поле может осуществляться писателем также в привязке к количеству опубликованных произведений, романов. Видимо, не только «качество» произведения имеет значение для позиционирования себя как писателя, но и их количество:

...Поскольку опять же книжек вышло не так уж много, один роман и какое-то количество рассказов, наверное, уместнее будет (Называть себя. — А. Г.) «литератор» (Инф. 8).

Кроме того, для произведения и его ценности важна определённая жанровая принадлежность, потому что для информантов символически значимым жанром и наиболее престижным в общей иерархии литературных форм является большой роман. Несоответствие формальным признакам жанра писатели используют как возможность сконструировать свою жанровую идентичность через наименование произведения (не роман, а «маленький роман», «роман в рассказах»):

Но всегда была мечта написать большой роман (Инф. 10);

Если ты напишешь произведение небольшое и назовёшь повестью — уже отношение другое; если назовёшь «маленький роман» — это вот такая хитрость. У меня — маленькие романы (Инф. 5).

Когда мы говорим о литературной легитимности вне его связи с агентами и институциями поля, интересно отметить, что описание своего произведения как независимого от влияния поля и публики за его пределами может быть важной стратегией в легитимации писателя. Стратегия «чистоты принципов» — это попытка представить свою литературную деятельность через создание только тех произведений, которые интересны и нравятся самому автору:

Социолог: *То есть, в принципе, сценарии вы пишете тоже только те, что вам нравятся?*

Информант: *То, что интересно. Это не халтура так называемая. Понятное дело, что к этому нужно идти, это не сразу даётся, но в какой-то момент, когда ты выстраиваешь свою жизнь только так, что занимаешься тем, что интересно, и в какой-то момент это начинает приносить деньги... Потому что я буду писать книгу только ту, которая интересна самой (Инф. 10).*

Кроме того, писатель и его работа — это результат творческого пути, ему в нарративах писателей отводится важное место, особенно среди информантов, ещё не занявших стабильную и (или) авторитетную позицию в поле. Описание творческого пути, позволившего информанту стать писателем, особая, в своём роде священная для большинства информантов часть биографического нарратива. Информанты характеризовали писательство с точки зрения мечты, желания, развития таланта, следования семейной традиции:

Ну, я не знаю, мне было лет 10, когда меня мама отвела в литературную студию, куда она сама давным-давно ходила. Так что это такая наследственная штука (Инф. 9);

Я всегда любила читать и писала рассказы, романы, с юности даже. Поэтому, конечно, хотелось стать романистом (Инф. 8).

Институциональная легитимность, или «В поиске сотрудничающего агента»

Некоторая часть авторов литературных продуктов останавливается на ступени создания произведения и описания себя как творца. Дальнейший вход в поле возможен через поиск писателем тех агентов, которые готовы с ним сотрудничать, оценивать, публиковать, продвигать, обсуждать его (её) произведения. В качестве *агентов-проводников* в поле литературы информанты упоминали литературные объединения (ЛИТО) (в частности, при Союзе писателей Санкт-Петербурга) (Инф. 5), работников литературных премий:

Социолог: *Кто-то туда Вас посоветовал или Вы сами отправили?*

Информант: *Ну, вот, собственно, наш знакомый, он там работал ридером. Человеком, который отбирает произведения. Она (Повесть. — А. Г.), по-моему, даже в лонг-лист не попала (Инф. 8).*

Агентами-проводниками называют также работников издательств:

В N (Название издательства. — А. Г.) хорошо, что жив ещё И. (Имя проводника. — А. Г.), он в то время был зам, вот он меня напечатал. Ну, а потом так-сяк, так-сяк... (Инф. 5).

Агентами-проводниками нередко бывают и писатели, обладающие достаточным социальным капиталом для проведения в поле «новичка» (Инф. 3) (в таком случае проводник чаще всего обеспечивает информационную и «моральную» поддержку начинающему автору, а не прямое институциональное включение в поле). Среди агентов-проводников — люди, близкие к полю по своему виду деятельности (например, преподаватели-филологи; литературные агенты, позволяющие писателю включиться в поле; интернет-проекты, дающие возможность опубликоваться в толстых литературных журналах начинающим авторам. Иногда включению в поле писатели обязаны бизнес-спонсорам — агентам, осуществляющим финансовую поддержку в ситуации, когда не получается издать своё произведение традиционным способом, то есть без предоплаты публикации.

Основная функция проводников в поле — включение начинающего писателя в мир печатной литературы, и с этой точки зрения первая публикация выступает в качестве рычага дальнейшей писательской деятельности:

Ну, я считаю, что она (Первая книга. — А. Г.) помогла мне как-то поверить в себя, что ли. Потому что её бы не было, я не знаю, чем сейчас занимался бы, вот... (Инф. 3).

Вхождение в поле с помощью всех выше обозначенных проводников осуществляется через механизм *рекомендования*, то есть значение имеет не само наличие проводника, а его рекомендация как уже легитимного в поле агента.

Чаще всего наличие проводников в поле, то есть социальный капитал в литературной тусовке, обеспечивает облегчённый вход в это поле. Тем не менее один из информантов, получивший позицию в поле благодаря своей литературно-обозревательской деятельности, подчёркивает слабый характер влияния включённости в само поле на успешность попытки напечатать первое произведение:

Я уже тогда работала, была немножко известна в этих кругах, мне казалось, что теперь это уже будет просто... Тогда был бум современной русской прозы, напечататься было легко. Более того, я сначала сама потыкалась по издателям, даже с одним человеком испорти-

лись отношения (ну, там личные моменты). Я поняла, что это стоит довольно больших нервов, даже для человека, который находится в среде, всё равно стоит для автора некоторых нервов (Инф. 8).

Говоря о поиске «сотрудничающих агентов», мы в первую очередь имеем в виду тех, кто обладает властью публиковать работы писателей [Мароши 2008]. Основным агентом поля, контролирующим мир печатной литературы, является издательство. Асимметричность отношений между издательством и писателями кажется очевидной: с одной стороны, наличие достаточного числа начинающих (и не только) авторов и такое же больше число рукописей, постоянно присылаемых в редакции издательств, а с другой — ограниченное количество издательств, работающих с современной прозой, приводят к тому, что рынок печатной литературы данного сегмента монополизирован [Шиффрин 2002]. В данной ситуации информанты представляют три возможных режима взаимодействия писателя и издательства:

- поиск заинтересованного издательства с помощью попыток обратить внимание на свою работу, без заключения сделки о публикации работы:

Вся эта ситуация с предложением себя (Инф. 8);

- выбор писателя осуществляет издательство, часто даже то, сотрудничество с которым не полностью удовлетворяет самого автора:

Не я выбираю издательство, а издательство выбирает меня (Инф. 5);

И тебе говорят: вот такое-то издательство готово работать... Ты, конечно, можешь подумать, но чаще всего писатель вынужден согласиться (Инф. 8);

- писатель сам выбирает издательство. Такая опция доступна авторам с высоким символическим капиталом, чаще всего после номинирования на премию или её получения. Позиционирование себя как автора, за которого «дерутся» издательства, это способ легитимации себя как признанного агента поля, профессионала:

Что касается романа... Нет, я не думал специально, что пишу его для такой-то редакции. Просто когда я его дописывал, я показал паре людей, и там даже небольшая бизнес-схватка была между двумя из них. Я в этом смысле счастливчик, да, я не бегаю по редакциям с унизительными просьбами почитать мой роман (Выделено мною. — А. Г.) (Инф. 9).

Для легитимации отношений между писателем и издательством, урегулирования их взаимодействий используется договор. В ситуации заключения договора для писателя особо важным является вопрос его авторского права на текст:

Вот, важный момент — это вопрос прав. Когда автор отдаёт издательству права на произведение, права бывают на публикацию, на перевод, на экранизацию, то есть с точки зрения исключительных прав бывают права на всё. У нас мы не хотели, чтобы «Амфора» могла нас сама продать киношникам. Мы хотели сами... Это не получилось, но не важно (Инф. 8).

Передача определённого типа прав на текст или всех прав исключительно — процедура достаточно болезненная, дестабилизирующая позицию автора как независимого и полноправного обладателя произведения.

Интересен также процесс отбора произведений в издательстве. Поскольку объективных критериев отбора произведений в поле культуры нет, агенты поля апеллируют к силе такого критерия, как талант. Причём сами агенты поля литературы обладают монополией на определение того, что такое талант, без объяснений, вынося это на уровень ощущений:

Иногда можно объяснить, почему что-то плохо. Если мы читаем текст и видим в нём зашкаливающее количество штампов там всякого разного рода, то вот это можно объяснить. Бывают вещи, которые трудно объяснить: трудно объяснить, почему N. бездарна. Да, это нужно слушать. Ну, ты просто читаешь, и видно же... (Инф. 9).

В этой ситуации редакторы и издатели легитимируют себя как «молчаливых» экспертов поля, не нуждающихся в необходимости объяснять критерии отбора и оценки произведения. Кроме собственно литературных критериев оценки произведения, в издательской логике работают критерии оценки коммерческой успешности произведения (относительной), социально-политических последствий издания книги (излишняя политизированность, сенситивные темы и проч.), совпадение с политикой издательства:

Всё-таки у каждого издательства есть определённые цели и задачи... И у редакторов, которые этим занимаются, подбором писателей и рукописей, есть представления о том, к какой линейке это подходит (Инф. 2).

Важно понимать, что издательство — это агент, обеспечивающий создание целостного продукта, то есть книги, поэтому если при редактировании писателю с высоким символическим капиталом в поле могут позволить самостоятельно «управлять» текстом, то в том, что касается оформления книги и её продвижения, ситуация представляется иной. Оформление книги и её продвижение — это работа над книгой за пределами самого текста, поэтому издательство (дизайнерский отдел и (или) художник) наделяется статусом и правом «разбираться лучше» в данных вопросах:

В некоторых издательствах, конечно, очень не любят, когда человек, автор, начинает заниматься своей обложкой. Потому что зачастую автор не понимает каких-то соображений, по которым обложки в издательствах делаются (Инф. 9).

Однако, несмотря на сопротивление самого издательства, некоторые писатели активно включаются в процесс работы уже не над произведением, а над книгой — над её обложкой, её дальнейшей судьбой (предлагая, например, площадки для её презентации), и снисхождение издательства в этой ситуации может быть индексом высокого символического капитала писателя:

Мы предлагали свои варианты, но это в договоре не прописывали, поскольку это означало слишком борзеть, и они в итоге сделали свою обложку. Ну, я думаю, что автор, который сам предлагает себя, уже устоявшийся, он, наверное, может что-то диктовать по этому поводу (Инф. 8).

Для начинающих писателей сфера работы над оформлением книги является в большей степени закрытой.

Важным механизмом легитимации писателей в поле литературы и, в частности, в субполе ограниченного производства являются литературные премии. По мнению информантов, премии выполняют три основные функции:

- посредничество между писателями и публикой (самая важная функция премий). Посредничество предполагает, что премии становятся своеобразными точками роста литературы, на них ориентируются агенты не только поля литературы, но и других полей (журналисты, читатели и проч.):

То есть попадание книги в шорт-лист премии — это очень хорошо для продаж, для читательского внимания (Инф. 8);

Эти девочки не вытаскивают с полок лишь бы что. Они ориентируются на списки литературных премий, чтобы почитать. Люди, которые работают в библиотеках, которые закупают книги, выставляют на полки, они следят за литературными премиями. Люди, которые покупают права на русскую литературу на Западе... (Инф. 9);

- материальная помощь писателю:

Во-первых, она поддерживает писателя — материально и морально. Даже если маленькая премия, Белкина там, это приятно, тебя заметили. Любые премии — это только плюс (Инф. 5);

- создание единого пространства коммуникации для агентов поля:

Это ещё раз информационный повод, повод встретиться... Писательство — это вещь одинокая, все по своим углам. Встретятся в «Борей» (Арт-центр в Санкт-Петербурге. — А. Г.) — поговорят, разойдутся (Инф. 5).

Литературная премия предстаёт как механизм соединения профессионального круга и поля потребителей и непрофессионалов. Сами премии могут ранжироваться агентами поля в соответствии с объёмом привлекаемого к ним внимания со стороны СМИ и читателей. Вхождение в литературу через премию, а не через издательство — достаточно распространённая практика, потому что премия является мероприятием, собирающим вместе и писателей, и журналистов, и работников издательств, которые в дальнейшем, при положительных оценках произведения, могут предложить писателю сотрудничество:

Первый раз было сложно напечатать роман, многие к новому автору относятся с осторожностью. Второй раз роман попал в рукописи на премию N (в прошлом году как раз), его сразу заметили, он попал в шорт-лист, и, естественно, мне предложили (Сотрудничество. — А. Г.) сразу два издательства — и А, в котором я издала первый роман, и В (Инф. 10).

Однако само участие в номинировании на премию осуществляется также с помощью механизма рекомендации, поэтому писателю, не имеющему социального капитала среди имеющих отношение к премии агентов, легитимироваться номинированием на премию достаточно сложно (информанты не упоминали таких случаев):

Я написала В., он сказал, что мы тебя сделаем номинантом (Инф. 9).

Неочевидным влиянием на легитимность писателя в поле обладают так называемые *толстые литературные журналы* [Дубин 2004]. Информанты подчёркивают их важность как площадки, маркирующей писателя в качестве признанного в узком литературном кругу, «тусовке», или как площадки, пропускающей начинающих писателей в сегмент ограниченного производства в сфере литературы:

Толстые журналы — они, скажем так, они важны как плацдарм для первой публикации. Многие начинающие авторы, они начинают публиковаться... Не сразу в книжных магазинах, а именно в толстых журналах сначала² (Инф. 8).

С этой позиции толстый журнал легитимен как пространство «высокой» литературы и как агент, обладающий своей целевой аудиторией, которой является «советская интеллигенция».

Согласно другому мнению, толстый журнал потерял позицию агента, легитимирующего писателя в поле, и потому его влияние ныне отсутствует. В качестве делегитимирующих аргументов выступают тематическая и идеологическая несвобода толстого журнала, ограниченность заинтересованной публики, а также низкая скорость реакции на изменения в поле («медленное издание»):

Потому что... это такие медленные издания, пока там выйдет отзыв на новую книгу, пройдут годы. Сейчас с книгой становится все понятно буквально в первые три месяца. Если в первые три месяца нет отклика читательского или критического, это почти 100%, что книга тонет (Инф. 8).

Роль критика как агента, обладающего властью легитимировать писателя, чаще всего информантами отрицается. Подчеркивается, что такой властью обладает исключительно малое количество критиков. В этой ситуации функцию оценки произведения перенимают литературные премии и сами писатели, осуществляя «неформальную критику», то есть оценку произведения писателя другими писателями и агентами в рамках неформального общения. Тем самым осуществляется рецензирование в устной, а не в печатной форме, что производит эффект легитимации писателя:

Тусовка — это нормально, люди друг с другом знакомы, они друг друга знают... Там пьют вместе, ходят на одни и те же мероприятия. То есть если Д. там ходит и хвалит писателя Ч., то это как-то волнами расходится, его будут печатать, о нём будут писать (Инф. 9).

Достижение институциональной легитимности означает не только «сотрудничество» с агентами и институтами поля с целью публикации и рецензирования литературного произведения писателя. Сам писатель может стать агентом, обладающим властью отбирать произведения, «охранять» вход в поле, будучи его экспертом. Например, работа в литературной сфере и близкой к ней (журналистика, филология) позволяет писателю легитимировать себя как эксперта в литературной среде или среде социально-политических отношений (что часто актуализируется как одна из «миссий» писателя):

Сейчас я, скорее, пишу о политике, о социальных проблемах, это я имею в виду еженедельные публикации в какой-то периодике (Инф. 9).

Несмотря на возможные «прибыли» стратегии, один из информантов намеренно отказывался от возможности занимать экспертную позицию, желая разделять жизненное пространство как опыт вне литературы, нужный для того, чтобы получать вдохновение и информацию для написания качественных литературных текстов:

Я думал, может быть, мне поменять... Чем-то заниматься ближе к литературе. Вот Павел сказал, что если что-то будет, то можно. Сейчас я думаю, что мне это и не нужно, потому что читать... вчитываться... Тексты... Я не знаю... Мне кажется, что, наоборот, надо копить энергию для следующей вещи, есть задумки... (Инф. 3).

² Информант имеет в виду, что начинающие авторы не всегда сразу выходят на рынок публикаций через издательство, выпустив книгу, которая будет продаваться в книжных магазинах, а часто начинают в литературном журнале, который не идёт на продажу, но на него есть подписка, и он доступен в библиотеках, в интернет-пространстве.

Каким образом в эти стратегии встраивается критерий коммерческой успешности или неуспешности? Формула во всех нарративах неизменна: с одной стороны, писательство — неприбыльная профессия (информанты подчёркивали этот факт), и, с другой стороны, наличие прибыли или её отсутствие абсолютно ничего не значат для легитимности писателя. Но есть один интересный момент, описывающий специфику современного литературного процесса: высокий спрос на произведение писателя и его коммерческий успех не делегируют и не стигматизируют его в литературном сообществе (что противоречит описанию субполей литературного поля у Бурдьё [Бурдьё 2000]), если первоначально писатель обладал легитимностью в субполе ограниченного производства. Возможно, это обстоятельство воспринимается некоторыми информантами позитивно, потому что может представлять собой ресурс для привлечения внимания к литературе вообще и к субполю ограниченного производства в частности, а также в силу следования логике неговорения о денежных вопросах в литературе:

Это замечательно, когда проза высокохудожественная — она востребована. Это, наоборот... Это притягивает читателя к айсбергу этому... Это высшая проба (Инф. 5);

Если человек, не знаю, кричит об этом на всех углах, выступает со статьями на тему того, что вот мне мало платят, то это как-то вызывает подозрение. А правда ли, что этот человек так уж болеет за искусство? (Инф. 9).

Таким образом, рассматривая институциональную легитимность писателей, мы можем выделить две её возможные формы: (1) *публикационная легитимность*, то есть сотрудничество с агентами, обеспечивающими публикацию произведения писателя, его дальнейшую оценку, дискуссию вокруг произведения; (2) *экспертная легитимность*, предполагающая занятие писателем позиции в поле, обеспечивающей оценку других работ, авторов, событий (работа в издательстве, работа критиком, секретарём премии, журналистом, ридером премии и т. д.).

При наличии неудавшихся попыток по достижению институциональной легитимности сам писатель как бы в ответ делегитимирует поле, что можно объяснить его пограничной позицией и связанными с этим моральными и временными издержками:

Но мне стоит пару-тройку раз выпить с одним-другим-третьим, и я буду... Но мне это не интересно, я не хочу так, таким образом входить в литературу. Не хочу дружить с писателем просто потому, что нужно (Инф. 3).

Делегитимация поля достаточно некомфортна для самого информанта, так как информант, с одной стороны, не желает следовать его механизмам и, с другой стороны, хочет реализовать себя в поле и найти своего читателя, что приводит к постоянному чувству тревоги из-за невозможности осуществления задуманного:

Когда вот такой ступор... бесполезности. Ну, не знаю, вот сейчас выйдет, откроет во мне какое-то вдохновение, я уже не верю в это, у меня уже ни радости нет, уже как-то всё поблекло.... Но почему-то меня не читают. Понятно, что неизвестное лицо, неизвестное имя. Бог его знает, кто такой... (Инф. 2).

Публичная легитимность, или «Привлекая внимание публики»

Для культурной сферы и поля литературы в частности публика — один из основных декларируемых источников легитимности, чьё влияние, правда, ещё остаётся неисследованным. Отсюда разделение писателей на группы, по-разному позиционирующие себя через определение границ поля и критериев

для оценки настоящей литературы. Мало быть просто писателем, важно быть писателем «правильного» поля и «настоящей» литературы. Конструируя границы между «настоящим» и «ненастоящим», информанты использовали следующие стратегии:

- «мотив»: поле делится постольку, поскольку есть «литература ради литературы» и «литература ради экономической выгоды»;
- «интерес»: настоящей литературе становится при наличии интереса со стороны поля и со стороны читателей:

Ему нужно работать на свой имидж и на продвижение своего творчества, своих текстов, и присутствовать в социальных сетях и, вообще, делать максимум из того, что он может делать, для того, чтобы какое-то внимание к себе привлечь (Инф. 10);

- «талант»: в качестве критерия разделения поля используется понятие «талант», при этом его определение монополизировано экспертной группой;
- «удовлетворение потребности»: наличие читательской потребности — это то, что определяет принадлежность произведения к литературе. Данная стратегия близка по смыслу стратегии «интерес», однако риторически они разделяются информантами: потребность — что-то из мира коммерческой литературы, а интерес — оценка публикой литературы как «важной», «высокой», не связанной с удовлетворением потребности в развлечении, отдыхе;
- «политическая активность»: легитимность «настоящего» писателя предполагает его политическую открытость, активность, критичность;
- «эксклюзивность»: «настоящий» писатель легитимен как создатель эксклюзивных произведений:

И вот я стал печатать только эксклюзивы. То есть, собственно говоря, не рассчитывая на гонорар, а рассчитывая на то, что меня издадут так, как я хочу, и то, что я хочу. И стал соответственно придерживаться малых издательств (Инф. 4).

Разделение писателей на группы — это способ не только конструирования границ поля, но и совместного «выживания», поиска экономических ресурсов, борьбы с авторитетным ядром, или, другими словами, поиск групповой легитимности, поэтому быть частью той или иной группировки, «лагеря» — одна из стратегий достижения легитимности внутри поля, а также за его пределами (при активном позиционировании группой себя как «школы», направления).

Поиск публики, как правило, осуществляется как через посредников внутри поля литературы или смежных к нему полей (что происходит чаще всего и лучше работает), так и напрямую, без институционального посредничества издательств, журналов, премий (редкие для информантов случаи). В качестве агентов, позволяющих получить писателю признание публики, наши респонденты выделили следующие:

- литературные премии и толстые журналы, осуществляющие не только внутреннюю, но и внешнюю легитимацию писателей и литературного поля;
- литературные фонды и гранты как источники ресурсов для продвижения литературных продуктов писателей:

И вот с этим фондом я почти Сибирь всю изъездил, юг, раза два-три в год я летаю. Они всё берут на себя. Мы спелись. Гонорарчик доплачивают. Они молодцы (Инф. 5);

- книжные магазины как пространство легитимации писателя путём проведения публичных презентаций, а также как пространство «советования» (во время общения продавца и покупателя):

Да, у меня есть конкретные позиции, которые я должна научить персонал продавать, то есть рассказать о каких-то тонкостях, нюансах, которые находятся в книгах, и научить их правильно презентовать, правильно выкладывать, правильно продавать (Инф. 2);

- издательства, чья совместная деятельность с книжными магазинами позволяет быть посредниками между писателем и читателем;
- журналисты, осуществляющие посредничество между автором или редактором и публикой;
- интернет-сообщества, форумы обсуждения литературных произведений:

Мы видим, что практика немножко меняется, люди общаются в социальных сетях, люди, которые подписаны на книжные блоги, даже на том же самом «Амазоне» рейтинги есть самых продаваемых книг, рейтинги самых обсуждаемых, рейтинги по звёздам. Это такая трансформация того, что назвалось «сарафанное радио» (Инф. 9);

- близкий нелитературный круг писателя как его первая площадка легитимации — «первый читатель»:

У человека, который пишет, есть круг, который его читает: жена, бабушка, тёща, любовница, собутыльник (Инф. 9);

- агенты поля кино, как соседствующего в общем пространстве культурного производства; такое сотрудничество выступает как потенциальный ресурс для привлечения внимания к производству и повышения его статуса;
- государство (об изменении роли государства в литературе, см.: [Дубин 2002]). Этот агент упоминался скорее не с точки зрения содействия прямой легитимации, а в контексте решения вопросов финансирования литературных институтов и необходимости дополнительных ресурсов со стороны государства, что может влиять на внешнюю легитимацию поля и писателей в нём:

И только энтузиасты его (Журнал. — А. Г.) сохраняли, его содержали, и вот сейчас потихонечку гранты стало выдавать правительство, и вот попросили меня поддержать (Инф. 5);

Сама роль читателя неоднозначна: читатель может выступать как (1) потребитель литературной продукции; (2) агент, способный «раскрыть книгу», создать пространство её публичного обсуждения:

Это интересно всегда, даже не в том плане, что я буду что-то менять, скорее всего, нет, я прислушиваюсь к мнению, но не читательскому. Всё-таки к профессионалам. Читатель...

У него другая функция — читать книжки. Но мне интересна реакция на книгу, потому что это открывает с разных сторон книгу, все по-разному реагируют (Инф. 10).

И, наконец, читатель может выступать как (3) покупатель литературной продукции, что легитимирует произведение на литературном рынке и в дальнейшем среди публики в широком смысле.

При этом писатель может использовать две стратегии взаимодействия с читателем: (1) открытость; (2) закрытость. Каждая из них легитимирует писателей с разных точек зрения.

Открытость позиционируется как установление безбарьерного контакта с читателем, дополнительного пространства общения с ним, помимо книги, а значит, для привлечения его внимания:

Я совершенно доступный человек, у меня есть страничка и почта и так далее, и есть сайт какой-то... Вот находят меня, пишут. Ну, как правило, хорошие вещи пишут, спрашивают, когда продолжение (Инф. 10).

В свою очередь, закрытость писателя легитимирует его с точки зрения качества произведений, а нежелание уделять читателю внимание описывается информантом как возможность посвятить это время работе над самим литературным текстом:

Поэтому я удалился оттуда, из контакта, потому что... меня стали лайковать, какое-то чрезмерное внимание, и я как будто начал меняться. Понимаешь, как будто мне стали важны вот эти. Вот это чувство собственной важности начало во мне раздуваться. Это мешает мне, это совершенно лишнее. То есть я понимаю, что хорошему автору всегда нужно находиться в тени, концентрироваться на самом важном (Инф. 3).

Будучи открытыми писателями, информанты по-разному акцентируют внимание читателей на своих произведениях. Например, писатель может выступать в качестве советчика читателя, то есть в качестве того, кто вместо рассуждений о «высоких материях» рассказывает о том, как можно быть счастливой мамой (Инф. 1). Один из информантов, представлявший свою книгу публике на открытой встрече, использовал стратегию «продолжение следует», ориентируя читателя на необходимость покупки своих новых произведений:

Да, но вот если вы прочитаете только эту книгу и последуете всему там, то ничего не получится. Вы не заработаете денег, если не купите вторую книгу в серии (Инф. 6. Речь идёт о книге, позиционируемой как пособие по зарабатыванию денег).

Вместо заключения: о «мирах легитимности»

Таким образом, писатель и другие агенты поля литературы могут осуществлять работу по легитимации автора одновременно в трёх «мирах»/направлениях («миры» в данном случае выступают как метафора, позволяющая подчеркнуть разнообразие и гетерогенность самого процесса легитимации). Во-первых, в «мире» *литературной легитимности*, связанной с фактом написания романа, его оценки самим автором произведения и с описанием различных аспектов «творческой кухни». На этом этапе писатель может быть как включён в институции поля, так и не включён в них. Во-вторых, работа по легитимации автора также осуществляется в направлении достижения институциональной легитимности в двух её формах. Так, писатель может обрести *публикационную легитимность* через сам факт издания произведения, либо он может стать тем агентом, который сам отбирает и оценивает произведения других писателей (работа в издательстве, работа критиком, секретарём премии, журналистом,

ридером премии и т. д.), то есть добиться *экспертной легитимности* в поле. Одним из основных альтернативных источников легитимности является публика, то есть читатели в самом широком смысле этого слова. И признание с их стороны, выраженное в разных формах (объёмы продаж, интерес в соц-сетях или просто слова благодарности со стороны узкого круга лиц), свидетельствует о достижении *публичной легитимности писателя*.

Разделение легитимности на несколько направлений не означает, что сами писатели следуют только одному из них. Информанты успешно сочетают их, komponуя из всего возможного репертуара стратегий свой набор. Собственно литературная легитимация является базовой: для того чтобы стать писателем, нужно *написать* произведение. Остановившись на данной ступени, писатели как бы обрекают себя на социальную стигматизацию в сообществе писателей, обладающих большей властью и влиянием: в риторике этих агентов писатели, просто написавшие произведение, — либо дилетанты, либо графоманы, не достойные внимания. В то же время данный вид легитимности обладает особой важностью для начинающих писателей из-за неимения у них большого опыта в области презентации произведения.

В процессе достижения институциональной легитимности важным является вопрос о том, какая из её форм может стать базовой для писателя — публикационная или экспертная. В этом случае стратегия выстраивается сообразно имеющемуся у писателя первоначальному капиталу и его габитусу: либо он сначала становится экспертом поля в силу наличия развитого культурного капитала (например, филологического образования), а затем, будучи вхожим в узкий круг авторитетных агентов поля, имеет шанс привлечь внимание издателей или редакторов толстых журналов, либо же писатель сначала ищет возможность опубликоваться, чтобы, имея какое-то количество публикаций, стать авторитетным и влиятельным агентом поля и теперь уже осуществлять оценку произведений других авторов. Иногда писатели отказываются от экспертной легитимации как от шага, сужающего область существования писателя до границ самого поля.

Возникает вопрос о роли публики как прямого и полноправного агента легитимации писателя без посредничества агентов поля литературы. В случае моих информантов, пытаюсь выстроить литературную траекторию через формулу «литературная легитимность + публичная», писатели оказываются за пределами внимания публики: каналом доступа к публике обладают именно эксперты поля, им публика доверяет, их она читает, а значит, чтобы добиться внимания со стороны публики, большинство писателей обращаются сначала за поиском признания со стороны коллег по литературному цеху.

Однако, на мой взгляд, роль публики как прямого агента легитимации писателя вне влияния институтов издательства, критики и литературной премии может актуализироваться в связи с появлением и распространением альтернативных площадок презентации и оценивания литературного произведения в интернет-пространстве (сервер «Проза.ру»). Такие литературные площадки способны изменить границы самого легитимного поля и, как следствие, стратегические наборы агентов поля и «начинающих» писателей, которые, возможно, будут переориентированы в сторону прямого публичного признания.

Таким образом, вопрос легитимности в культурных индустриях становится вопросом о легитимностях, изменяющих свои очертания в ходе борьбы дефиниций. Если принять за основание данный тезис, плодотворным для социолога становится не определение за самих агентов принципов дифференциации легитимных и нелегитимных агентов поля, а картография того разнообразия принципов легитимации, которые в полях культурного производства сосуществуют.

Приложение

Список информантов

1. Информант № 1 (Инф. 1): женщина, 43 года, писательница, блогер. Пишет романы. Издаётся с 2010 г.; имеет шесть выпущенных книг. Лауреат литературной премии, входила в лонг-лист литературной премии «Большая книга». Публиковалась в литературном — толстом — журнале (одна публикация).
2. Информант № 2 (Инф. 2): женщина, 38 лет, шесть лет работает в санкт-петербургском представительстве издательства «ЭКСМО» на позиции посредника между издательством и продавцом (обучает продавцов в книжных магазинах, как представлять те или иные новинки издательства, проводит мастер-классы). Не имеет высшего образования.
3. Информант № 3 (Инф. 3): мужчина, около 40 лет, писатель, романист и новеллист, пишет также «романы в рассказах». Изданы три его книги (первая — в 2004 г.), ни одна не продавалась через книжные магазины. Входила в шорт-лист литературной премии «Национальный бестселлер».
4. Информант № 4 (Инф. 4): мужчина, 76 лет, писатель, член Союза писателей Санкт-Петербурга, пишет романы, рассказы, повести. Изданы 32 его книги (первая — в 1960 г.). Обладатель государственных наград и литературных премий. Имеет 47 публикаций в толстых литературных журналах. По сценарию информанта был снят фильм.
5. Информант № 5 (Инф. 5): мужчина, 53 года, писатель, ответственный секретарь одного из толстых журналов, член Союза писателей Санкт-Петербурга. Ранее преподавал историю. Работал редактором в издательстве. Пишет романы, рассказы, повести. Публикуется с 1989 г.; изданы его 15 книг. Лауреат российских литературных премий. Публиковался в толстых литературных журналах (все-го пять публикаций). По мотивам произведения информанта снят фильм.
6. Информант № 6 (Инф. 6): мужчина, 46 лет, прозаик и поэт, журналист, сценарист, вёл свою программу на радио, преподавал литературу в школах. Пишет романы. Обладатель российских и международных литературных премий. Публикаций в толстых журналах нет.
7. Информант № 7 (Инф. 7): мужчина, 59 лет, писатель, биоинформатик, пишет романы, рассказы. Впервые был опубликован в 2001 г.; имеет 18 изданных книг. В толстых журналах не публиковался; премий не получал.
8. Информант № 8 (Инф. 8): женщина, 37 лет, поэт, прозаик и критик, журналист, член жюри российской литературной премии. Пишет литературные обзоры для журналов, а также политические, экономические и культурные обзоры. Опубликован один роман (2007 г.). Номинант литературной премии начинающих авторов. Публиковалась в толстом литературном журнале (четыре публикации).
9. Информант № 9 (Инф. 9): мужчина, 33 года, писатель, редактор, сотрудник российской литературной премии, журналист. Пишет романы. Издан один роман (2013 г.). Публиковался в толстых журналах (три публикации). Номинант литературных премий.
10. Информант № 10 (Инф. 10): женщина, 44 года, писатель, театральный критик и драматург, сценарист, журналист, член жюри литературной премии. Пишет романы и пьесы. Изданы её два романа (первый — в 2011 г.). Финалист литературной премии. Публиковалась в толстых журналах (две публикации).

11. Информант № 11 (Инф. 11): женщина, 71 год, писатель, организатор общественных мероприятий, создатель серий книг для детей, фонда в помощь библиотекам и гуманитарным проектам. Пишет романы, повести, рассказы. Изданы её 13 книг (первая — в 1993 г.). По мотивам произведений информанта ставятся пьесы, сняты фильмы. Публиковалась в толстых журналах (17 публикаций). Обладатель российских и международных литературных премий.

Литература

- Берг М. 2000. *Литературократия. Проблема присвоения и перераспределения власти в литературе*. М.: Изд. дом «Новое Литературное обозрение».
- Боскетти А. 2004. Социология литературы: цели и достижения подхода Пьера Бурдьё. *Журнал социологии и социальной антропологии*. XVII (5): 115–125.
- Бурдьё П. 1993. Рынок символической продукции. *Вопросы социологии*. 1 (2): 49–62.
- Бурдьё П. 2000. Поле литературы. *Новое Литературное обозрение*. 5 (45): 22–87.
- Бурдьё П. 2007. *Социология социального пространства*. СПб.: Алетейя.
- Дубин Б. 2002. Литературная культура сегодня. *Знамя*. 12: 176–183.
- Дубин Б. 2004. *Интеллектуальные группы и символические формы*. М.: Новое издательство.
- Дубин Б. 2007. О границах в культуре, их блюстителях и нарушителях, изобретателях и картографях. *Неприкосновенный запас*. 4 (54): 200–206. URL: <http://magazines.russ.ru/nz%20/2007/54/du17.html>
- Дубин Б., Зоркая Н. 2005. Книги в современной России: выпуск, распространение, чтение. *Вестник общественного мнения*. 5 (79): 39–40.
- Казанова П. 2003. *Мировая республика литературы*. М.: Изд-во им. Сабашниковых.
- Компаньон А. 2001. *Демон теории: литература и здравый смысл*. М.: Изд-во им. Сабашниковых.
- Мароши В. 2008. *Современный отечественный литературный процесс: роль института издателей*. М.: Московский гос. университет печати.
- Семёнова В. 1998. *Качественные методы: введение в гуманистическую социологию. Учебное пособие для студентов вузов*. М.: Добросвет.
- Уайт С. А., Уайт Х. С. 2000. *Холсты и карьеры*. СПб.: Центр социологии искусства.
- Фархатдинов Н. 2008. Социология искусства без искусства. Индустриальная метафора в социологических исследованиях искусства. *Социологическое обозрение*. 7 (3): 55–69.
- Шиффрин А. 2002. *Легко ли быть издателем? Как транснациональные концерны завладели книжным рынком и отучили нас читать*. М.: Изд. дом «Новое Литературное обозрение».
- Эко У. 2007. *Роль читателя. Исследования по семиотике текста*. М.: Изд-во РГГУ.

- Anheier H. K., Gerhards J., Romo F. P. 1995. Forms of Capital and Social Structure in Cultural Fields: Examining Bourdieu's Social Topography. *American Journal of Sociology*. 100 (4): 859–903.
- Baumann S. 2001. Intellectualization and Art World Development: Film in the United States. *American Sociological Review*. 66 (3): 404–426.
- Becker H. S. 1974. Art as Collective Action. *American Sociological Review*. 39 (6): 767–776.
- Becker H. S. 1978. Arts and Crafts. *American Journal of Sociology*. 83 (4): 862–889.
- Borgatti S. P., Foster P., Jones C. 2011. Gatekeeper Search and Selection Strategies: Relational and Network Governance in a Cultural Market. *Poetics*. 39: 247–265.
- Bourdieu P. 1993. *The Field of Cultural Production*. New York: Columbia University Press.
- Bourdieu P. 1996. *The Rules of Art: Genesis and Structure of the Literary Field*. Redwood City: Stanford University Press.
- Bourdieu P., Wacquant D. 1992. *An Invitation to Reflexive Sociology*. Chicago: University of Chicago Press.
- Cattani G., Ferriani S., Allison P. D. 2008. A Core/Periphery Perspective on Individual Creative Performance: Social Networks and Cinematic Achievements in the Hollywood Film Industry. *Organization Science*. 19 (6): 824–844.
- Cattani G., Ferriani S., Allison P. D. 2014. Insiders, Outsiders, and the Struggle for Consecration in Cultural Fields: A Core-Periphery Perspective. *American Sociological Review*. 79 (2): 258–281.
- Chong P. 2013. Legitimate Judgment in Art, the Scientific World Reversed? Maintaining Critical Distance in Evaluation. *Social Studies of Science*. 43 (2): 265–281.
- De Nooy W. 2009. Formalizing Symbolic Interactionism. *Methodological Innovations*. 4: 39–52.
- DiMaggio P. 1987. Classification in Art. *American Sociological Review*. 52 (4): 440–455.
- Eikoff D., Haunschild A. 2007. For Art's Sake! Artistic and Economic Logics in Creative Production. *Journal of Organizational Behaviour*. 28: 523–538.
- Griswold W. 1992. Recent Developments in the Sociology of Culture: Four Good Arguments (And One Bad One). *Acta Sociologica*. 35 (4): 323–328.
- Grixti J. 2009. Pop Goes the Canon Consumer Culture and Artistic Value in Screen Adaptations of Literary Classics. *European Journal of Cultural Studies*. 12 (4): 447–467.
- Johnston J., Baumann S. 2007. Democracy versus Distinction: A Study of Omnivorousness in Gourmet Food Writing. *American Journal of Sociology*. 113 (1): 165–204.
- Каради В. 2004. Стратегии повышения статуса социологии школой Эмиля Дюркгейма. *Журнал социологии и социальной антропологии*. 7 (5): 12–49.

- Koreman R. 2014. Legitimizing Local Music: Volksmuziek, Hip-Hop/Rap and Dance Music in Dutch Elite Newspapers. *Cultural Sociology*. URL: <http://cus.sagepub.com/content/early/2014/09/03/1749975514546364>
- Lamont M. 1987. How to Become a Dominant French Philosopher: The Case of Jacques Derrida. *American Journal of Sociology*. 93 (3): 584–622.
- Lamont M., Molnar V. 2002. The Studies of Boundaries in the Social Sciences. *Annual Review of Sociology*. 28: 167–195.
- Peterson R. A. 1997. *Creating Country Music: Fabricating Authenticity*. Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Peterson R. A., Anand N. 2004. The Production of Culture Perspective. *Annual Review of Sociology*. 30: 311–334.
- Peterson R. A., Kern R. M. 1996. Changing Highbrow Taste: From Snob to Omnivore. *American Sociological Review*. 61 (5): 900–907.
- Tröndle M., Kirchberg V., Tschacher W. 2014. Is This Art? An Experimental Study on Visitors' Judgement of Contemporary Art. *Cultural Sociology*. URL: <http://cus.sagepub.com/content/early/2014/04/07/1749975513507243>
- Verboord M. 2012. Female Bestsellers: A Cross-National Study of Gender Inequality and the Popular Culture—Highbrow Culture Divide in Fiction Book Production, 1960–2009. *European Journal of Communication*. 27 (4): 395–409.

DEBUT STUDIES

Anastasiya Golovneva

“Legitimacy Worlds”: Prosaic Writers’ Strategies of Legitimation in Russian Literary Field

GOLOVNEVA, Anastasiya

Vladimirovna — BA in Sociology, MA student, Department of Political Sciences and Sociology, European University at Saint-Petersburg.

Address: 3 Gagarinskaia str., Saint-Petersburg, 191187, Russian Federation.

Email: nastasjagolovneva@gmail.com

Abstract

This article is the result of empirical research of prose writers’ strategies of legitimation in St. Petersburg. The concept of legitimacy in the field of cultural production is a problematic area in sociological research. The paper deals with the transformation of attempts to conceptualize legitimacy in the cultural industries, from the thesis of the “high” culture privileged legitimacy to the recognition of multiple principles of separation, legitimate and illegitimate in this area. In this study, the legitimacy of the field of literature actors is limited to the market of literary publications. Publishing houses, literary awards, as well as the associated “thick” literary journals, critics, and journalists are considered to be the institutional sources of legitimacy in this area. The aim of the work is to analyze the strategies implemented by novelists in Russia’s literary field to achieve legitimacy in the field in a situation of uncertainty of principles of selection agents and the risk of not attaining a legitimate

position within it. The empirical basis of the study consists of the narratives of writers and other agents in the literary field, collected using the methods of semi-structured interviews and participant observation at the public presentations of writers’ books. As a result, the author accounts for legitimation of writers as work in three directions: of reaching literary legitimacy, based on the fact of text creation, institutional legitimacy of two forms, published form (a writer becomes a part an institution in order to have their book published) and expert form (a writer assumes the position of an expert in a given field); and the public recognition variety of legitimacy, based on the public interest in the author. Each of these types of legitimacy implies a certain set of strategies to achieve it, employed by prose writers.

Keywords: legitimacy; market of cultural production; literary field; the concept of cultural production; strategies of legitimation.

References

- Anheier H. K., Gerhards J., Romo F. P. (1995) Forms of Capital and Social Structure in Cultural Fields: Examining Bourdieu’s Social Topography. *American Journal of Sociology*, vol. 100, no 4, pp. 859–903.
- Baumann S. (2001) Intellectualization and Art World Development: Film in the United States. *American Sociological Review*, vol. 66, no 3, pp. 404–426.
- Becker H. S. (1974) Art as Collective Action. *American Sociological Review*, vol. 39, no 6, pp. 767–776.
- Becker H. S. (1978) Arts and Crafts. *American Journal of Sociology*, vol. 83, no 4, pp. 862–889.
- Berg M. (2000) *Literaturokratiya. Problema prisvoeniya i priobreteniya vlasti v literature* [Literaturocracy. The Issue of Assignment and Acquisition of Power in Literature], Moscow: New Literary Observer Publishing House (in Russian).

- Borgatti S. P., Foster P., Jones C. (2011) Gatekeeper Search and Selection Strategies: Relational and Network Governance in a Cultural Market. *Poetics*, vol. 39, pp. 247–265.
- Bosketti A. (2004) Sotsiologiya literatury: tseli i dostizheniya podkhoda Pierre Bourdieu [The Sociology of Literature: Goals and Achievements of Pierre Bourdieu Approach]. *The Journal of Sociology and Social Anthropology*, vol. VII, no 5, pp. 115–125 (in Russian).
- Bourdieu P. (1993) Rynok simvolicheskoy produktsii [The Market of Symbolic Goods]. *Voprosy sotsiologii*, vol. 1, no 2, pp. 49–62 (in Russian).
- Bourdieu P. (1993) *The Field of Cultural Production*, New York: Columbia University Press.
- Bourdieu P. (1996) *The Rules of Art: Genesis and Structure of the Literary Field*, Redwood City: Stanford University Press.
- Bourdieu P. (2000) Pole literatury [The Field of Literature]. *Novoe literaturnoe obozrenie = The New Literary Observer*, vol. 5, no 45, pp. 22–87 (in Russian).
- Bourdieu P. (2007) *Sotsiologiya sotsial'nogo prostranstva* [The Sociology of Social Space], Saint Petersburg: Aleteya (in Russian).
- Bourdieu P., Wacquant D. (1992) *An Invitation to Reflexive Sociology*, Chicago: University of Chicago Press.
- Cattani G., Ferriani S. (2008) A Core/Periphery Perspective on Individual Creative Performance: Social Networks and Cinematic Achievements in the Hollywood Film Industry. *Organization Science*, vol. 19, no 6, pp. 824–844.
- Cattani G., Ferriani S., Allison P. D. (2014) Insiders, Outsiders, and the Struggle for Consecration in Cultural Fields: A Core-Periphery Perspective. *American Sociological Review*, vol. 79, no 2, pp. 258–281.
- Chong P. (2013) Legitimate Judgment in Art, the Scientific World Reversed? Maintaining Critical Distance in Evaluation. *Social Studies of Science*, vol. 43, no 2, pp. 265–281.
- De Nooy W. (2009) Formalizing Symbolic Interactionism. *Methodological Innovations*, no 4, pp. 39–52.
- DiMaggio P. (1987) Classification in Art. *American Sociological Review*, vol. 52, no 4, pp. 440–455.
- Dubin B. (2002) Literaturnaya kul'tura segodnya [Literary Culture Nowadays]. *Znam 'ya*, no 12, pp. 176–183 (in Russian).
- Dubin B. (2004) *Intellectual'nye gruppy i simvolicheskie formy* [Intellectual Groups and Symbolic Forms], Moscow: Novoe izdatel'stvo (in Russian).
- Dubin B. (2007) O granitsakh v kul'ture, ikh bl'ustitel'yakh i narushitel'akh, izobretatel'yah i kartografakh [On the Boundaries of Culture and Their Overseers and Offenders, Inventors and Cartography-Creators]. *Neprekosnavenny zapas*, vol. 4, no 54, pp. 200–206. Available at: <http://magazines.russ.ru/nz%20/2007/54/du17.html> (accessed 15 January 2015) (in Russian).

- Dubin B., Zorkaya N. (2005) *Knigi v segodnyashney Rossii: vypusk, rasprostraneniye, chteniye* [Books in Present Russia: The Release, Dissemination, Reading]. *Vestnik obsh'chestvennogo mneniya*, vol. 5, no 79, pp. 39–40 (in Russian).
- Eikoff D., Haunschild A. (2007) For Art's Sake! Artistic and Economic Logics in Creative Production. *Journal of Organizational Behaviour*, no 28, pp. 523–538.
- Eko U. (2007) *Rol' chitatel'ya. Issledovaniya po semiotike teksta* [The Role of a Reader. Studies in the Semiotics of a Text], Moscow: RSHU Publishing House (in Russian).
- Farkhatdinov N. (2008) *Sotsiologiya iskusstva bez isskustva. Industrial'naya metafora v sotsiologicheskikh issledovaniyakh iskusstva* [The Sociology of Arts without Art. Industrial Metaphor in the Sociological Studies of Art]. *Sotsiologicheskoe obozreniye = The Russian Sociological Review*, vol. 7, no 3, pp. 55–69 (in Russian).
- Griswold W. (1992) Recent Developments in the Sociology of Culture: Four Good Arguments (And One Bad One). *Acta Sociologica*, vol. 35, no 4, pp. 323–328.
- Grixti J. (2009) Pop Goes the Canon Consumer Culture and Artistic Value in Screen Adaptations of Literary Classics. *European Journal of Cultural Studies*, vol. 12, no 4, pp. 447–467.
- Johnston J., Baumann S. (2007) Democracy versus Distinction: A Study of Omnivorousness in Gourmet Food Writing. *American Journal of Sociology*, vol. 113, no 1, pp. 165–204.
- Karady V. (2004) Strategii povysheniya statusa sotsiologii shkoly Emile Durkheim [The Strategies of Sociology's Status' Improvement by Emile Durkheim's School]. *The Journal of Sociology and Social Anthropology*, vol. 7, no 5, pp. 12–49 (in Russian).
- Kazanova P. (2003) *Mirovaya respublica literatury* [The World Republic of Literature], Moscow: Sabashnikovyykh Publishing House (in Russian).
- Kompagnon A. (2001) *Demon teorii: literatura i zdravyy smysl* [The Devil of Theory: Literature and Common Sense], Moscow: Sabashnikovyykh Publishing House (in Russian).
- Koreman R. (2014) Legitimizing Local Music: Volksmuziek, Hip-Hop/Rap and Dance Music in Dutch Elite Newspapers. *Cultural Sociology*. Available at: <http://cus.sagepub.com/content/early/2014/09/03/1749975514546364> (accessed 9 January 2015).
- Lamont M. (1987) How to Become a Dominant French Philosopher: The Case of Jacques Derrida. *American Journal of Sociology*, vol. 93, no 3, pp. 584–622.
- Lamont M., Molnar V. (2002). The Studies of Boundaries in the Social Sciences. *Annual Review of Sociology*, vol. 28, pp. 167–195.
- Maroshi V. (2008) *Sovremennyy otechestvennyy literaturnyy protsess: rol' instituta izdateley* [The Modern Domestic Literary Process: The Role of Publishers' Institute], Moscow: Moscow State University of Printing Arts (in Russian).
- Peterson R. A. (1997) *Creating Country Music: Fabricating Authenticity*, Chicago, IL: University of Chicago Press.

Peterson R. A., Anand N. (2004) The Production of Culture Perspective. *Annual Review of Sociology*, vol. 30, pp. 311–334.

Peterson R. A., Kern R. M. (1996) Changing Highbrow Taste: From Snob to Omnivore. *American Sociological Review*, vol. 61, no 5, pp. 900–907.

Semenova V. (1998) *Kachestvennye metody: vvedenie v gumanisticheskuyu sotsiologiyu* [The Qualitative Methods: An Introduction to Humanistic Sociology], Moscow: Dobrosvet (in Russian).

Shiffrin A. (2002) *Legko li byt' izdatelem? Kak transnatsional'nye kontserny zavladeli knizhnym rynkom i otuchili nas chitat'* [Is it Easy to be a Publisher? How did Transnational Corporations Get the Book Market and Wean Us away from Reading?], Moscow: New Literary Observer Publishing House (in Russian).

Tröndle M., Kirchberg V., Tschacher W. (2014) Is This Art? An Experimental Study on Visitors' Judgment of Contemporary Art. *Cultural Sociology*. Available at: <http://cus.sagepub.com/content/early/2014/04/07/1749975513507243> (accessed 9 January 2015).

Verboord M. (2012) Female Bestsellers: A Cross-National Study of Gender Inequality and the Popular Culture — Highbrow Culture Divide in Fiction Book Production, 1960–2009. *European Journal of Communication*, vol. 27, no 4, pp. 395–409.

White S. A., White H. S. (2000) *Holsty i kar'ery* [Canvases and Careers], Saint Petersburg: Center for the Sociology of Arts (in Russian).

Received: September 10, 2014

Citation: Golovneva A. (2015) "Miry legitimnosti": strategii legitimatsii pisateley-prozaikov v rossiyskom pole literatury [“Legitimacy Worlds”: Prosaic Writers' Strategies of Legitimation in Russian Literary Field]. *Ekonomicheskaya sotsiologiya = Journal of Economic Sociology*, vol. 16, no 1, pp. 38–62. Available at: <http://ecsoc.hse.ru/2014-16-1.html> (in Russian).

НОВЫЕ КНИГИ

С. Ю. Барсукова

Зачем уходят из дома кормильцы?

Рецензия на книгу: Плюснин Ю. et al. 2013. *Отходники*. М.: Новый хронограф.



БАРСУКОВА Светлана Юрьевна — доктор социологических наук, профессор факультета социальных наук НИУ ВШЭ.
Адрес: 101000, Россия, г. Москва, ул. Мясницкая, д. 20.

Email: svbars@mail.ru

Рецензия на коллективную монографию Ю. Плюснина, Я. Заусаевой, Н. Жидкевич, А. Позаненко «Отходники» (научн. ред. — С. Кордонский) содержит анализ и оценку этой работы. Отходничество имеет давнюю историю в России, но в последние десятилетия наблюдается новая волна его массового распространения. В рецензируемой книге даётся определение понятию отходничества, рассматривается, как оно соотносится с другими формами трудовой миграции, выявляются мотивация и экономическое поведение отходников, обозначается социальный портрет современного отходника, оценивается культурное значение отходничества для местного населения и многое другое. Книга написана по материалам экспедиций, предпринятых авторами в малые города России на протяжении четырёх лет. Издание осуществлено на пожертвования Фонда поддержки социальных исследований «Хамовники».

В рецензии С. Ю. Барсукова делится своими впечатлениями от монографии, акцентируя внимание на необычности её жанра. Неоспоримой ценностью рецензируемой книги выступает этнография, позволяющая почувствовать «соль жизни» отходников. Жители деревень и малых городов вынуждены уезжать на заработки, поскольку найти их в месте проживания невозможно. При этом ключевым фактором трудовой миграции выступает стремление отходников обеспечить своей семье материальное благополучие. Автор рецензии подчёркивает, что рассуждать об отходниках только в терминах неформальной экономики будет сильным упрощением проблемы, важно изучать данное явление в контексте трансформации семейных отношений.

Ключевые слова: отходничество; стратегии выживания; рынок труда; трудовая миграция; социология семьи; неформальная экономика.

Вместо предисловия

Я давно перестала удивляться совпадениям. Так и на этот раз. Полетев в Армению, взяла с собой книжку «Отходники» — про россиян, выходцев из малых городов и деревень, которые периодически оставляют семьи и уезжают на заработки в крупные города. Читаю я быстро. К концу полёта закрыла книжку как освоенную. Считала, что по отходничеству я прошла ликбез, и на этом тема закрыта.

Не тут-то было. Это была лишь прелюдия. В аэропорту от турфирмы нас встречал шофёр Гарик, с которым предстояло исколесить всю Армению. У него было много достоинств, в том числе желание рассказывать туристам всю свою жизнь, в подробностях и без купюр. Впрочем, не все считали это достоинством, кто-то тупо уставал от этого и тихонечко отлынивал от общения. Но не я. Мне было реально интересно. Во-первых, Гарик — не совсем иностранец. Общее прошлое наших стран и контуры общего будущего создают то редкое единение, когда понимаешь не просто фразы, но их социальную обусловленность. А во-вторых, я только что прочитала книгу про таких русских Гариков. Слушала, будто с книгой сверяла. Много совпадало.

Отходничество Гарика связано с Москвой, со строительным бизнесом. Были и котлованы новостроек, и дизайнерский ремонт богатых клиентов. Но ни разу не возникло желание перевезти в Москву семью, поскольку любой армянин, где бы он ни жил, уверен в превосходстве Еревана над всеми прочими местами. Правда, с работой в Ереване совсем плохо. И это вынуждает армянские семьи соглашаться на жизнь в Париже или Нью-Йорке, которым до Еревана, как вы понимаете, далеко. Проигрывают они всухую, даже сравнивать смешно. Но работа там находится. Другой вариант — оставить семью в лучшем городе земли, а самому поехать на заработки в ужасную Москву. Там плохо, холодно, дорого, а временами и опасно. «Обезьянники» в милицейских участках и скинхеды завершают мрачную московскую картину. Но зато семья живёт достойно. Японская пословица о том, что ребёнка лучше бросить, чем баловать его, в Армении является непере译имой игрой слов. Армянский мужчина готов порвать жилы, лишь бы у детей всё было. Это «всё», конечно, дифференцировано по стратам. Но, сравнивая рассказ армянского шофёра Гарика с опытом московского профессора Барсуковой, чувствовала себя по отношению к детям скрягой, диктатором, едва ли не садистом. И это при том, что в моём окружении все считают, что дети ездят на мне, свесив ножи.

Словом, прочитанная в самолёте книга стала обрастать плотью, ведь гастарбайтер — тот же отходник, только из бывших южных советских республик, отходник другого, так сказать, радиуса действия. Выслушанный мною нарратив точно ложился на прочитанное, поэтому позволю себе, размышляя над книгой, возвращаться к армянскому рассказу. Тем более что авторы книги собирали данные примерно также — «поштучно выискивая таких людей» (с. 9), вслушиваясь в их истории, непосредственно общаясь с теми, кто оставляет семью именно ради семьи.

Кто такие отходники? Сколько их?

Итак, «Отходники». Жанр этой книги не вполне обычен. Если искать аналоги в живописи, то это, пожалуй, «наивная социология». Бытописание не привязано к «габитусам», к «жизненным мирам», нет «теоретико-методологической главы». Книга написана о людях и для людей. Скажу больше авторы не скрывают симпатии к своим героям. Они не стараются изобразить академическое равнодушие к объекту исследования. «Наивная социология» в данном случае не означает банальность или примитивизм. Это чистый слепок жизни, судить которую авторы не берутся. А в тех редких случаях, когда они пытаются оценить ситуацию в терминах перспектив, последствий, мер социальной политики и проч., возникает привкус фальши, появляется стилевой диссонанс. Бытописание не предполагает позицию «сверху»; исключительно — «сбоку». Я почистила бы книгу на предмет многочисленных повторов, но зато в нынешнем варианте её можно читать с любого места. Читать и удивляться. Оказывается, рядом с нами, буквально руку протяни, живут люди с особой жизненной стратегией — отходники.

Отходник — это житель деревень и малых городов, который периодически уезжает туда, где можно заработать на «достойную» жизнь семьи. Его дом и работа с завидным постоянством то соединяются в пространстве, то вновь расходятся. Отходник не перевозит семью к месту работы. Он вновь и вновь возвращается домой, привозя в семью деньги как залог «достойной» жизни. И это принципиально: от-

ходничество — это не бегство от нищеты, это не борьба за кусок хлеба. Худо-бедно заработать на хлеб можно и в российской глубинке, и в селе. Но именно «худо-бедно». А отходник хочет большего. Чтобы всё было не хуже, чем у людей; чтобы дети получили образование; чтобы в доме был достаток. И ради этого он уезжает на заработки туда, где водятся деньги, — в крупные города, в областные центры, в столицу.

Мы ежедневно их видим — охранники в школе, няни на детских площадках, строители срубов в дачном посёлке, шофёры на строительных рынках — и ничего про них не знаем. Ведь в отличие от трансграничной трудовой миграции эти люди — наши соотечественники, то есть внешне не выделяются, говорят без акцента, ведут себя схожим образом. Растворяются среди нас, великодушно давая возможность жителям крупных городов лепить представление о жизни в России по собственному образу и подобию. Так рождается социальный кретинизм. Сами же отходники не допускают мысли о том, что об их существовании кто-то может не знать, настолько привычна и обыденна для них такая жизнь. Но самое интересное, что об отходничестве не знает не только столичный обыватель, но и власть. Точнее, догадывается, что такие люди есть, но сколько их, в каких отраслях они сосредоточены, как живут? Ответов на эти вопросы нет. Да и сами вопросы властью не ставятся, потому что, когда утопающие спасают себя сами, спасителям живётся спокойнее и проще. Отходники не участвуют в митингах, поскольку заняты делом; не претендуют на пенсии и больничные, потому что работают неофициально; не возмущаются низким качеством бюджетных услуг, поскольку сами налогов не платят; не попадают в должники ЖКХ, потому что у них водятся денежки. Цены им нет. А раз нет цены, то нет и интереса к ним.

Отходничество — проверенная временем способность населения выживать в нелёгких условиях. В крепостной России крестьян отпускали в отход, чтобы они могли заработать на денежный оброк помещику. И «прибыльному» отходнику вольная стоила существенно дороже, чем земледельцу или ремесленнику. После отмены крепостного права в город гнала нужда или, что важно, *мотивированность на достаток*. Потому и дифференцировались масштабы отходничества по губерниям, в зависимости от их плодородия. Чернозёмы, южные земли кормили щедро, а вот скудность нечерноземья и русского Севера компенсировалась заработками в городах. К концу XIX века от половины до двух третей мужского крестьянского населения нечерноземья и северных губерний участвовали в отхожих промыслах. С одной стороны, это было прогрессивное явление, поскольку крестьяне таким образом формировали резерв пролетариата¹. Но, с другой стороны, обязательный возвратный характер этой миграции не позволял резервистам окончательно встать под знамёна пролетариев, что вызывало у Ленина раздражение по поводу «бродячего характера этого населения»². Отходники всегда возвращались к своей земле. А земля живёт сезонами. Соответственно крестьяне снимались с мест осенью-зимой и возвращались к началу полевых работ. У современного отходника связь с землёй ослабла, но сохранились сезонность домашних дел, сезонный характер заработков у себя дома. Принципиально то, что отходник не тронется в путь, пока дома есть возможность достойно обеспечивать семью. Например, шофёр Гарик обращает свой взгляд на Москву не раньше ноября, когда поток туристов в Ереван иссякает. И ждёт их весеннего возвращения, как ребёнок — Новый год. Правда, ребёнок ждёт чуда, а Гарику нужны деньги. Всё остальное вытравилось вечными размышлениями на тему, где их взять.

¹ «...Неземледельческий отход представляет из себя явление прогрессивное. Он вырывает население из заброшенных, отсталых, забытых историй захолустий и втягивает его в водоворот современной общественной жизни...» (Ленин В. И. 1971 (1899). Развитие капитализма в России. Глава VIII. Образование внутреннего рынка. Раздел «Отхожие неземледельческие промыслы». В изд.: Ленин В. И. *ЛСС*: В 55 т. Изд. 5-е. Т. 3. М.: Издательство политической литературы; 576).

² Там же; 579.

Современное отходничество возродилось в начале 1990-х гг. Поразительно, как быстро реанимировались практики, казалось бы, надёжно забытые за полвека развитого социализма. Ведь в 1930-е гг. отход был заменён на оргнаборы: выходцы из деревень и малых городов уезжали на стройки века и назад не возвращались, да и ехали не вполне добровольно. Так что с отходничеством было покончено. Как оказалось, ненадолго. Архаическая модель жизнеобеспечения восстановила свои права, как только вернулась нехватка ресурсов. С той лишь разницей, что прежде нехватка ресурсов сводилась к мало-земелью и низкому плодородию почв, а теперь — к отсутствию или низкому качеству рабочих мест на местном рынке труда. Таким образом, отходничество носит, как и прежде, вынужденный характер. Однако, как и прежде, эта вынужденность весьма относительная: «Мотивация отходника обусловлена не только исключительно нуждой, он движим стремлением улучшить жизнь своих близких, желает, чтобы его семья жила в достатке» (с. 22). Достаток понимается как стандартный набор вещей, которыми надо окружить близких во что бы то ни стало. Плюс, конечно, оплата образования детей. Вызывает уважение такая самоотречённость, но, видя этих людей в деле, не могу отделаться от мысли, что они не работают, а «ишачат». Видимо, воедино слились рассказы шофёра Гарика и торчащие из каждой сувенирной лавки Еревана ослиные уши.

В 1990-е гг. отходничество, начавшись с окраин бывших союзных республик, охватило малые города европейской части России. В 2000-е гг. произошли два сдвига: отходничество сместилось, во-первых, на восток страны и, во-вторых, из малых городов в деревни. Причины, по которым малые города передали эстафету деревням, понятны. Не имея подсобного хозяйства и потеряв предприятия, жители малых городов первыми почувствовали, что вопрос «быть или не быть?» — это не поэзия, а проза жизни. Понятливые и энергичные пошли в отход. Деревни пытались пережить смутные времена, кормясь с земли. В 2000-е гг. предприятия в городах постепенно восстановились, стал разрастаться бюджетный сектор. Для части горожан отход перестал быть необходимостью. На их место пришли деревенские жители. Женщины пошли в торговлю, в общепит, в услужение (няни, домработницы), а мужчины занялись строительными работами, стали охранниками, водителями и проч.

Почти всегда отходники находят работу благодаря друзьям и родственникам. Сформировалась своеобразная региональная «специализация» отходников: выходцы из южных областей России пошли в охранники (оказывается, «всю Москву охраняет Мордовия», с. 104), а северяне стали налаживать дачные срубы вокруг крупных городов. Плотницкому мастерству северяне учились не в профессиональных заведениях, а дома, у своих отцов. Что, кстати, является ещё одной формой автономии от государства: в тяжёлый период люди мобилизовали умения, не связанные с государственной системой профподготовки. И неуплата налогов является в этом смысле «симметричным ответом» государству.

Сколько в России отходников? Никто точно не знает. Чтобы узнать, социологи в течение двух лет при поддержке фонда «Хамовники» собирали данные в 33 населённых пунктах, в 16 регионах страны. (Напрашивается шутка про социологов в отходе.) И пришли к выводу, что около 40% провинциальных семей кормятся с помощью отходничества. С учётом того, что на этой территории проживают более 60% семей, выходит, что около трети российских семей — это семьи отходников. Такую оценку авторы книги проверяют шестью разными способами, включая опросы классных руководителей, которые всё знают про родителей подопечных, и поквартирные опросы жителей улиц, пересекающих города из конца в конец. Пришлось быть изобретательными, идти на «методические ухищрения», поскольку статистика отходников не фиксирует, причисляя многих из них к безработным.

Конечно, в царской России и молодом советском государстве было проще — отходников можно было посчитать по числу выдаваемых паспортов и специальных отпускных билетов, выдаваемых помещику крестьянину-отходнику. А теперь, когда все с паспортами, как разобраться? Можно, конечно, ради чистоты статистики отнять у крестьян паспорта, но до такой категоричности власти пока не дошли.

Был, правда, советский опыт ведения похозяйственных книг как документов первичного административного учёта населения. Но в начале 1990-х гг., в порыве реформаторского рвения, их отменили (хотя большинство местных органов власти по инерции продолжали их заполнять). В 2011 г. похозяйственные книги вернулись, но теперь их формат стал определяться не Росстатом, а Минсельхозом как главным инициатором их восстановления. Если в советское время эти книги содержали в том числе сведения о месте работы и временном отсутствии членов домохозяйств, то теперь стали фокусироваться на ведении личных подсобных хозяйств (ЛПХ). Остальные данные как «лишние» были изъяты из обязательного порядка Минюстом. Сейчас все сведения, не касающиеся напрямую размера ЛПХ, собираются местными органами власти исключительно «факультативно». Словом, если и есть хоть какая-то статистика, на которую можно опереться при определении масштабов отходничества, то это результат собственной инициативы местных властей, действующих в рамках отчётности перед Минсельхозом, а не перед Росстатом.

Складывается ощущение, что государство не хочет знать про этих людей. Да и зачем, если и так всё хорошо: работают себе люди, и пусть работают. Налоги, правда, не платят, и это плохо. Но зато и бесплатной медициной почти не пользуются, на бюджетные места в вузах не надеются, пенсий не ждут, долгов перед ЖКХ не имеют, при «кидалово» в полицию не обращаются, и это хорошо. Таков баланс, лежащий в основе негласного социального контракта государства и отходников.

Ты куда, Одиссей, от жены, от детей?

Отходничество — экономически активная забота о семье. Семья и дети стоят на первом месте в мотивации отходников. И тут прослеживаются два парадокса. Первый: отходники почти всегда работают не по специальности, то есть образование им не пригодилось, однако первейшая статья их расходов — оплата учёбы детей. И второй парадокс: будучи патриотами родных мест, не желающими переезжать в большие города, они всячески пытаются «вытолкнуть» туда своих детей. Тот же шофёр Гарик, забывший, какой институт заканчивал, оплачивает армаду репетиторов для своих детей. А рассказы про то, как он любит Ереван, перемежаются надеждами на то, что дочка, уехавшая в Америку, там и останется. Иначе говоря, отходники не хотят, чтобы дети повторили их судьбу. И это исчерпывающий ответ на вопрос, довольны ли они своим социальным статусом.

Кстати, про статус. Заработок отходника примерно в три-четыре раза больше, чем он может получать дома. Но это не значит, что только при соответствующем росте домашних доходов эти люди откажутся от трудовой миграции. Жизнь в отходе — это бытовая неустроенность, физическая усталость, тоска по дому. Редко кто выдерживает такие условия более 10 лет, поэтому мечта любого отходника — жить дома, что возможно хотя бы при двукратном превышении по сравнению с бюджетниками заработков в родных местах. Но приходящие в провинцию инвесторы на это не соглашаются. В результате складывается «странная» ситуация: на местах почти всегда есть вакансии, но жители их игнорируют и ездят на заработки в дальние края. Местный же бизнес прибегает к «завозу» гастарбайтеров, что ещё более роняет уровень зарплат. В результате разрыв жителей с местным рынком труда растёт, а возврат отходников становится ещё более проблематичным.

Но статус — это не только доход, но и отношение окружающих. Семьи отходников отличаются достатком, что вызывает уважение соседей и родственников, сдобренное завистью и жалостью. Окружающие знают или догадываются, какой ценой это достаётся. Отходники «платят» не только здоровьем, но также разрушением семей и провалами в воспитании детей³. Жены, вкушая повышенный достаток, молча

³ О том, что отходничество ослабляет патриархальную семью, с явно выраженным сожалением писали народники в конце XIX века. Например, русский этнограф Д. Н. Жбанков в работе с красноречивым названием «Бабыя сторона» сетует, что семья отходника «гораздо менее крепка не только в смысле патриархальной власти старшего, но даже и в отношениях

проглатывают, когда их называют другим женским именем. Потребительское отношение к мужьям становится формой законспирированной мести. С детьми тоже непросто. У шофёра Гарика, например, любимые дети, ради которых он готов круглосуточно крутить баранку, просят его не подъезжать к школе, если он за рулём туристического автобуса. Давая детям всё лучшее, сам он перестаёт им «ответствовать».

Закрепившись на месте, отходник тянет за собой друзей и родственников. Иногда по родственному принципу собираются целые бригады. Отходники, которые помогают землякам встроиться в свой промысел, пользуются у себя дома предельным уважением. Тот же Гарик, освоившись в Москве, обеспечивал работой на столичных стройках около 80 мужчин из Ванадзора, за что был окружён почётом и уважением земляков. Примечательно то, что, завязав с отходом и осев в Ереване, Гарик старается не выходить из автобуса, привозя туристов в Ванадзор. Он оценивает своё нынешнее положение как понижение статуса и избегает сочувствия бывших земляков.

Домой отходники привозят не только деньги, но и новомодные тенденции, культурные образцы столичной жизни, новые стереотипы бытового поведения. Если раньше отходники привозили в деревню моду на городские штиблеты и табак, то теперь транслируют в глубинку приёмы декорирования жилищ от хозяев-заказчиков. Так деревенские дома попадают под сайдинговое покрытие, а потолки расцветают десятками маленьких лампочек. Сотня лампочек согревает ереванскую квартиру Гарика, превращая лето в пытку, но зато делает его дом «витриной» московского опыта.

Мы явно недооцениваем тот сдвиг, который происходит в семейных отношениях, в бытовых практиках в связи с отходничеством. Говорить об отходниках исключительно в терминах теневой экономики (неуплата налогов, искажение статистики, коррозия правосознания и проч.) — заведомо упрощать проблему. Не менее важно то, что отходники меняют социокультурный ландшафт глубинки. Практика отхожих промыслов — это канал транслирования в провинцию нового стиля жизни и жизненных ценностей. Оголившийся в результате отходничества провинциальный рынок труда заполняется гастарбайтерами, чьи бытовые и культурные нормы, несмотря на фоновое неприятие, постепенно перенимаются местными жителями. Отходники и гастарбайтеры — две стороны одной медали, два канала изменения социокультурной жизни российской провинции.

* * *

Прежние попытки уйти от десницы государства рождали бегство в Сибирь, на окраины Российской империи. Энергичные и смелые люди осваивали новые земли, создавали самостоятельные формы хозяйствования. Теперь «бегство от государства» имеет противоположный пространственный вектор — в столицу, в крупные города. И не чеховские романтические дамочки грезят: «В Москву! В Москву!..», — а взрослые мужики пакуют чемоданы. Инициатива ограничивается поиском рабочего места, а смелость трансформируется в готовность терпеть бытовую неустроенность. Сам же труд отходника, за редким исключением, сводится к наёмному труду, бесправному, но относительно щедро оплачиваемому. Территориально прижимаясь к власти, современный отходник избегает её опеки, надеясь только на себя. Бегство «вширь» сменилось бегством «вглубь».

между родителями и детьми, мужем и женою» (Жбанков Д. Н. 1891. *Бабыя сторона. Статистико-этнографический очерк*. Кострома: Губ. тип.; 88).

NEW BOOKS

Svetlana Barsukova

Why do Breadwinners Leave Home?

Book Review: Plusnin Ju. et al. (2013) *Otkhodniks* [Wandering Workers], Moscow: Novyy khronograph (in Russian).

BARSUKOVA, Svetlana

Yur'evna — Doctor of Science in Sociology, Professor, Faculty of Social Sciences, National Research University Higher School of Economics.

Address: 20 Myasnitskaya str., Moscow, 101000, Russian Federation.

Email: svbars@mail.ru

Abstract

The presented book review is devoted to “Otkhodniks” by Plusnin Ju., Zausaeva Ya., Zhidkevich N., Pozanenko A. (editor — S. Kordonsky). Otkhodnichestvo is a type of labor migration implying a scenario in which an adult, able-bodied family member temporarily leaves home to seek work in another area. Otkhodnichestvo has a long history in Russia but a new wave of its mass dissemination appeared in recent decades. The reviewed book defines a concept of otkhodnichestvo, considers what similarities and dissimilarities there are between this phenomenon and other forms of labor migration (i.e. jobbers, rotation workers, and temporary cross-border migrants). It reveals the otkhodniks’ motivation and economic patterns, describes typical

social and demographic characteristics of contemporary wandering workers, evaluates otkhodniks’ cultural and social impact on local their community’s everyday life, etc. The book is based on a series of fieldwork studies conducted by the authors in small Russian towns over the last four years. The book is published with support from the Social Research Support Foundation “Khamovniki”.

In the review Barsukova discusses her impressions of the book, outlining its unusual genre. One uncontested advantage of the book is an ethnographic material allowing readers to become immersed in all details of otkhodnik life. Otkhodniks usually come from small rural towns. They are forced to leave their homes to seek jobs in other areas because there are no opportunities for them to earn money in their permanent place of residence. Moreover, a key driver of the discussed form of labor migration is the otkhodniks’ aspiration to provide normal living conditions for their family members. The book review author highlights that otkhodniks should be discussed not just in terms of their informal employment, the context of family relationship transformation should also be taken seriously into account.

Keywords: otkhodnichestvo; wandering worker; survival strategy; labour market; labour migration; sociology of family; informal economy.

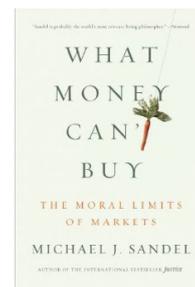
Received: December 14, 2014

Citation: Barsukova S. (2015) *Zachem ukhodyat iz doma kormil'tsy?* [Why do Breadwinners Leave Home?]. Book Review: Plusnin Ju. et al. (2013) *Otkhodniks*, Moscow: Novyy khronograph (in Russian). *Ekonomicheskaya sotsiologiya = Journal of Economic Sociology*, vol. 16, no 1, pp. 63–69. Available at: <http://ecsoc.hse.ru/2014-16-1.html> (in Russian).

К. В. Макаров

Свободный рынок и моральные ограничения

Рецензия на книгу: Sandel M. J. 2012. *What Money Can't Buy: The Moral Limits of Markets*. London: Allen Lane.



МАКАРОВ Кирилл Витальевич — студент 4-го курса факультета социальных наук, стажёр-исследователь Лаборатории экономико-социологических исследований (ЛЭСИ) НИУ ВШЭ.
Адрес: 101000, Россия, г. Москва, ул. Мясницкая, д. 20.

Email: makarov.vk@gmail.com

В наше время общество, в котором большинство благ являются предметами купли-продажи, представляется гораздо более рационально устроенным, чем общество, где распределение благ основывается на принципе реципрокности либо осуществляется путём перераспределения. Действительно, есть основания полагать, что рынок, если ему не мешать, распределит блага эффективно, доставив их в первую очередь тем индивидам, которые готовы заплатить за них бóльшую сумму денег. Однако может ли привести подобный механизм к росту всеобщего благосостояния? Не способствует ли он атомизации индивидов, усугублению неравенства и замещению гражданского общества экономическими агентами, слепо максимизирующими собственную полезность?

Коммодификация благ — процесс не новый, его проявления можно наблюдать на протяжении всей истории развития капитализма. Тем не менее при всей «естественности» данного процесса не стоит упускать его из внимания и переставать контролировать, принимая за неотъемлемый и необходимый атрибут капиталистического общества. Слепое восхваление рыночной логики, как и бесконтрольная коммодификация, способно породить гораздо больше негативных последствий, чем может показаться на первый взгляд. Придание денежной стоимости благу не изменяет его функциональных свойств, но не исключено, что существенным образом может повлиять на то, какими смыслами благо отныне будет наделяться.

Именно деструктивному характеру последствий тотальной коммодификации благ и посвящена книга Майкла Сэндела «What Money Can't Buy: The Moral Limits of Markets» («Что нельзя купить за деньги. Моральные ограничения свободного рынка») [Sandel 2012].

Ключевые слова: рыночная экономика; капитализм; коммодификация; социальное неравенство; мораль; ценности.

Как бы вы отнеслись к тому, что все полицейские машины в вашем городе были бы обклеены рекламой «Макдоналдса»? При условии, что подобный разукрашенный спецтранспорт достался бы городу намного дешевле, чем покупка обычных полицейских автомобилей. Посчитали бы вы это разумным способом экономии денег налогоплательщиков? Или осознание того факта, что блюстители порядка теперь будут выполнять также функцию рекламы общепита, побудило бы вас высказаться против такой затеи? Как бы изменилось отношение людей к институту полиции в целом?

Пример с обклеенными рекламой служебными автомобилями является лишь одной из иллюстраций маркетинга многих, до этого недоступных руке рынка, сфер жизни современного американского общества, рассмотренных Майклом Сэнделом в рецензируемой книге, которая была опубликована в 2012 г. в США и Канаде, а в 2013 г. переведена на русский язык¹.

Майкл Сэндел является философом, политологом, профессором Гарвардского университета. В 2009 г. свет увидела его книга «Justice: What's the Right Thing to Do?» («Справедливость. Как поступать правильно?») [Sandel 2009]², в которой автор размышляет о поиске правильного пути решения сложных нравственных дилемм.

В своей новой книге автор предлагает читателю критически посмотреть на современное капиталистическое общество, главным «достижением» которого, по его мнению, стало внедрение рынков и рыночного мышления в те аспекты жизни, которые до этого регулировались на основе традиционных — вне-рыночных — механизмов [Sandel 2012: 7].

Сэндел задаётся вопросом: стоит ли беспокоиться, осознавая тот факт, что мы стремительно движемся к модели общества, в котором абсолютно всё можно будет купить за деньги? Очевидно, что подобная идеально-типическая модель общества тотальной рыночной экономики вряд ли может быть воплощена в жизнь в ближайшем будущем. Однако большое количество разнообразных случаев товаризации благ как предвестники подобного уклада должны спровоцировать критическое осмысление происходящего.

А беспокоиться действительно есть о чём. Одна из причин беспокойства, по мнению автора, заключается в том, что при всех достоинствах рыночного типа мышления, являющегося апофеозом прагматизма и рациональности, оно, к сожалению, не может обеспечить всеобщее благополучие. Неравенство, порождаемое единственно рыночным распределением благ, обрекает людей на постоянную борьбу за выживание, делая деньги единственным ресурсом, за который стоит бороться, а индивидов, не способных к борьбе, — вынужденными апологетами низкокачественного уровня жизни.

Но подобный социал-дарвинизм экономического толка — не единственное негативное следствие тотальной рыночной экономики. Товаризация, проникая в самую суть блага, вынужденно меняет отношение к нему человека. Уместно привести пример из самой книги: можно начать платить детям за каждую прочитанную ими книгу, и вполне возможно, что количество прочитанных книг увеличится, однако чтение теперь неизбежно будет рассматриваться ими в качестве возможности заработка, а не возможности познания. Следствием того, что стимул к чтению будет получаться извне, а не исходить изнутри, станет, как минимум, плохое усвоение материала, а также не исключено, что и полная потеря любви к чтению [Sandel 2012: 9].

Сэндел утверждает, что обуздать рынок можно лишь путём обсуждения того, какие блага могут и должны выступать в качестве товаров и источников прибыли, а для каких коммодификация является губительным процессом, раз и навсегда девальвирующим его ценность.

Цель и предпосылки написания книги

Книга Сэндела состоит из введения («Markets and Morals» — «Рынок и мораль») и пяти глав — «Jumping the Queue» («Обслуживание вне очереди»), «Incentives» («Финансовые стимулы»), «How Markets Crowd

¹ См.: Сэндел М. 2013. *Что нельзя купить за деньги. Моральные ограничения свободного рынка*. М.: Изд-во «Манн, Иванов и Фербер».

² См. также: Сэндел М. 2013. *Справедливость: Как поступать правильно?* М.: Изд-во «Манн, Иванов и Фербер».

Out Morals» («Как рынок вытесняет мораль»), «Markets in Life and Death» («Рынок жизни и смерти»), «Naming Rights» («Права на наименование»). Каждая глава книги представляет нам определённую сферу общественной жизни, которая в различных проявлениях подвергается коммерциализации. Например, в первой главе («Обслуживание вне очереди») говорится о том, как институт очереди стал объектом денежного регулирования, что находит множество проявлений, начиная от покупки места в очереди к врачу и заканчивая возможностью купить билет на мессу Папы Римского.

Любому автору важно задать в своём произведении правильный вопрос. Решив посвятить книгу проблемам коммодификации благ, Сэндел, безусловно, затронул тему, которая подсознательно волнует многих, но мало кем поднимается в повседневной жизни. Теперь же, найдя в книге отражение собственных мыслей, можно понадеяться, что общество предпримет очередной виток «самонаблюдения» (термин Н. Лумана), результатом которого в идеале должно стать основанное на здоровой рефлексии большинства рациональное решение (предупреждение) надвигающейся проблемы.

Вообще, проблема соотношения морали и рынка давно волнует умы исследователей. Показательный пример — работа Вивианы Зелизер «Мораль и рынки: развитие страхования жизни в США» [Zelizer 1983], целью которой было продемонстрировать процесс вовлечения прагматичной денежной калькуляции в сакральную сферу соотношения жизни и смерти. Работу Сэндела нельзя не соотнести и с «Великой трансформацией» Карла Поланьи [Поланьи 2002]. Сэндел утверждает, что современное общество не только имеет рыночную экономику (*having a market economy*), но уже само по себе является рыночным обществом (*being a market society*) [Sandel 2012: 10].

Призыв Сэндела к необходимости управления процессом коммодификации — это логичное продолжение размышлений Поланьи о выходе экономической сферы из-под контроля социальной и о возникновении социокультурного сопротивления, получившего название «двойное движение» (*double movement*) [Поланьи 2002].

Нельзя не вспомнить и Чарльза Кули, уже в 1913 г. обратившего внимание на данную проблему. Однако, по его мнению, «принцип, согласно которому всё имеет свою цену, нужно, скорее, не ограничивать, а распространить ещё шире», и функция денег заключается как раз в том, чтобы вывести мораль и эстетические ценности на рынок (цит. по: [Зелизер 2004: 40]).

Целью же работы Сэндела было стремление указать на то, что что-то в современном мире «идёт не так», не забыв при этом подкрепить собственную точку зрения конкретными примерами. Вклад Сэндела в развитие данной, ставшей уже классической темы выявления границ коммодификации носит, следовательно, чисто прагматический характер. Автор рецензируемой книги не предлагает нам новой теоретической проработки данной проблемы, но, скорее, возвращает внимание общественности к необходимости регулирования свободного рынка и предупреждения последствий его тотальной гегемонии.

Ограничения и сопротивление свободному рынку

Тема противопоставления свободного рынка и интервенционизма (в широком смысле) проходит красной нитью через всю книгу Сэндела. Автор книги показывает и даёт читателю возможность оценить то, как меняются свойства одного и того же блага при переходе его из системы традиционного регулирования в рыночную.

Сэндел утверждает, что в отсутствие регулятивных механизмов, а также пренебрегая значимостью традиций, индивиды, максимизируя собственную полезность, теоретически имеют право поступать как

им угодно до тех пор, пока их действия не нарушают индивидуальную свободу другого. В таком ключе проституция, продажа собственных органов, нанесение рекламы на собственный лоб и любые другие способы зарабатывания денежных средств выглядят обоснованными и вполне рациональными.

Также не вызывает сомнений и тот факт, что при невмешательстве государства и абсолютной свободе индивидов проводить взаимовыгодные сделки рынок в итоге сам эффективно распределит ресурсы, доставив их тем индивидам, кто ценит их больше всего, максимизируя тем самым полезность каждого члена общества.

Следует отметить, что в такой трактовке свободного рынка можно найти отголоски неолиберальной идеологии и, в частности, принципа эффективного применения конкуренции. Как пишет фон Хайек, «необходимо, чтобы все присутствующие на рынке стороны имели полную свободу покупать и продавать товары по любой цене, на которую найдутся желающие, и чтобы каждый был волен производить, продавать и покупать все, что, в принципе, может быть произведено и продано» [Хайек 2012: 60].

Какой же позиции придерживается сам Майкл Сэндел?

По его мнению, попытка представить идеально-типическую модель полной экономической свободы в реальной жизни неминуемо рождает ряд моральных ограничений.

Во-первых, отсутствие регулирования потока ресурсов в обществе приводит к *ложному* (то есть узко экономическому) толкованию эффективного распределения. Проблема заключается в том, что в подобном обществе ресурсы будут доставаться лишь тем, кто готов за них заплатить бóльшую сумму денег. И даже при самом поверхностном рассмотрении становится очевидным, что одна лишь возможность заплатить за какое-либо благо *больше* всех не означает, что индивид ценит данное благо *выше*, чем остальные люди.

Легко представить себе ситуацию, при которой, например, преданный футбольный фанат не может позволить купить себе билет на матч любимой команды, в то время как человек, мало заинтересованный, но располагающий деньгами, может купить билет и сходить на матч лишь для того, чтобы скоротать время. Ответ на вопрос о том, для кого же в действительности данный футбольный матч представляет бóльшую ценность, очевиден.

Нет, это не значит, что следует продавать (раздавать) билеты лишь преданным любителям футбола. Действуя в собственных интересах, организаторы матча совершенно справедливо (в рамках данной логики) стремятся максимизировать собственную прибыль, продавая билеты по той цене, по которой их готовы купить, не особо углубляясь в то, какова мотивация их покупателей. Но ведь и ситуация, описанная выше, не критична.

В более широкой перспективе можно увидеть, что отсутствие какого-либо регулирования способно нести издержки всему обществу в целом, а не только причинять ущерб лишь определённым (малоимущим) группам людей. Отсутствие регулирования может спровоцировать своеобразный провал рынка, при котором пущенное в свободное обращение благо, доставшись человеку, лишь способному заплатить за него бóльшую сумму, минует правильного собственника. Под правильным собственником понимается индивид, осознающий настоящую ценность данного блага и способный использовать его наиболее эффективно, максимизируя тем самым как собственную прибыль, так и благосостояние всего общества.

Следует отметить, что такая точка зрения не является единственной. Например, Роберт Фрэнк, профессор экономики Корнелльского университета, наоборот, доказывает, что «величина экономического пирога становится максимальной в том случае, когда дефицитные блага распределяются на основе готовности платить за них, невзирая на тот факт, что использование этого критерия в каком-то смысле может быть возмутительным» [Фрэнк 2013: 180].

Во-вторых, моральное ограничение, порождаемое *laissez-faire*³, относится уже к самой онтологии блага. Здесь может быть уместным вспомнить Маклюэна и его тезис о том, что медиа на самом деле и представляет собой сообщение [Маклюэн 2003]. Подобно тому, как образ мышления людей и особенности восприятия получаемой информации деформируют факт наличия письменности, телевидения, радио в качестве посредников в передаче информации, так и сама форма предоставления блага, даже без изменения в его содержании, меняет его свойства.

Другими словами, одно и то же благо, предоставленное бесплатно и на платной основе, будет обладать, в пределах различными свойствами и нагружаться разными смыслами.

Безусловно, почка, предоставленная бесплатно или полученная за деньги, будет после пересадки функционировать одинаково. Но должны ли нас в таком контексте интересовать лишь различия в функциональности?

Возьмём, например, бесплатное представление театра в парке. Изначально подразумевается, что посещение данного мероприятия сугубо бесплатно — кто первый занял место, тот и успел. Однако что будет, если начать продавать билеты на данное представление? Изменится, конечно, многое, начиная от цели данного мероприятия (в одном случае — ознакомление широкой публики с театральным искусством, в другом — извлечение прибыли) и заканчивая аудиторией представления.

И сам автор рецензируемой книги говорит: «Что-то потеряется, когда бесплатное публичное театральное представление становится рыночным благом»⁴ [Sandel 2012: 33].

Или же посмотрим на один из центров по уходу за детьми в Израиле, который столкнулся с тривиальной проблемой: иногда родители опаздывают и поздно забирают своих детей, поэтому воспитателю приходится сидеть с ними допоздна, уже после окончания собственного рабочего дня. Для решения данной проблемы центр ввёл штрафы за опоздание, предполагая, что денежные санкции будут мотивировать родителей приходить вовремя.

Однако произошло ровно противоположное: зафиксировался ещё больший рост числа опозданий. Что же случилось? Именно то, что и предсказывает Сэндел: введение денежных платежей изменило нормы. Раньше опаздывающие родители чувствовали вину за своё опоздание. Теперь же, зная, что свою халатность они будут компенсировать денежными средствами, родители рассматривают такую возможность как своего рода платную услугу. Они как будто просто платят воспитателю сверхурочные.

Этим и многими другими примерами Сэндел демонстрирует, что введение денежного эквивалента товара или услуги деформирует отношение людей к ним. Наличие такой ответной реакции родителей на введение денежных санкций может стать основой для критики экономического подхода к человеческому поведению Гарри Беккера. В рамках его логики сложно представить, чтобы наличие денежного штрафа способствовало не изменению поведения на «правильное», а моральной переоценке самого действия.

³ Принцип невмешательства (*франц.*).

⁴ Здесь и далее перевод автора рецензии.

Закономерный вопрос, который встаёт перед автором, решившим рассмотреть процесс коммодификации благ, заключается в том, чтобы узнать, какие блага должны быть предметом рыночного обмена и денежного оценивания, а какие — нет. Каким благам могут быть присвоены свойства товара, а какие должны распределяться в соответствии с другой логикой? Для каких благ потеря свойств «сакральности» критична, а для каких — нет, и в чём эти свойства заключаются?

Автор утверждает, что моральные границы рынка в целом определяются двумя видами сопротивления (*objection*).

Первое из них называется *сопротивлением из-за принуждения (coercion objection)* [Sandel 2012: 45].

Суть его в том, что в реальной жизни часто не выполняется ключевая предпосылка либерально-рыночной экономики и купля-продажа товаров осуществляется не на добровольной основе. Автор приводит в пример стерилизацию за деньги. Благотворительная организация Project Prevention в Северной Каролине предлагает женщинам, зависимым от наркотиков, 300 долл. за то, что они пройдут добровольную стерилизацию. Цель данного проекта заключается в том, чтобы буквально не дать зависимым от наркотиков женщинам иметь детей. Автор проекта Барбара Харрис (Barbara Harris), утверждает, что деньги, предлагаемые женщинам, являются мизерной платой за то, чтобы предохранить детей от рождения у наркозависимых матерей. Некоторые женщины до возникновения подобного предложения уже имели большое количество детей, и те страдали от отсутствия должных жилищных условий. Казалось бы, с формальной экономической точки зрения данная транзакция абсолютно обоснована и выгодна для обеих сторон: зависимые от наркотиков женщины получают 300 долл. за свой отказ от репродукции, а общество — за те же 300 долл. — предотвращает рождение неблагополучными матерями детей, обречённых на страдания.

Однако согласно аргументу о сопротивлении принуждению подобные сделки морально не легитимны, поскольку женщины на самом деле идут на такое безумное соглашение не добровольно. Принуждение в данном случае, конечно, понимается не как физическое действие или как некоего рода ультиматум, а как давление внешних обстоятельств, заставляющих индивида поступать именно таким образом (например, из-за острой нужды в деньгах).

Поэтому всегда необходимо спрашивать себя: действительно ли рыночные отношения отражают хотя бы относительную свободу воли, и нет ли определяющих обстоятельств, склоняющих индивида к какому-либо действию? Если таковые обстоятельства имеются, то фундаментальная предпосылка саморегулирующейся экономической системы об автономности и свободном выборе индивида начинает дискредитировать сама себя.

Второй вид сопротивления можно назвать *сопротивлением из-за взяточничества (bribery objection)* [Sandel 2012: 33]. Имеется в виду то, что возможна девальвация самой стоимости (пожалуй, даже уместнее сказать, *значимости*) определённого блага при предоставлении его в виде товара и при выводе на рынок. Если рассматривать приведённый выше пример со стерилизацией с данной точки зрения, то следует задаться вопросом: допустимо ли *в принципе* выставить на продажу свою возможность иметь детей и свести её до характера товара? Развивая подобную логику, не будет ошибкой предположить, что, если на рынке появится сразу несколько агентств, предоставляющих деньги за стерилизацию, и между ними начнётся конкуренция, то женщина будет рационально выбирать, в какое из агентств ей пойти. Что же тогда произойдёт дальше?

Вопросы без ответа

Следует сказать о тех аспектах, которым Сэндел, по моему мнению, не уделил должного внимания.

Первый можно свести к следующему фундаментальному вопросу: «Каковы границы коммодификации?» Что гипотетически *может* стать товаром, а что — *никогда*? Конечно, автор говорит, что, например, дружба или Нобелевская премия по известным причинам не могут быть куплены. Книга содержит некоторые попытки размышлять на эту тему, однако в целом они сводятся к констатации того факта, что есть объекты, которые купить нельзя, а есть те, которые купить можно, но было бы хорошо, если бы эти объекты не могли быть выставлены на продажу [Sandel 2012: 33].

Данный вопрос связан с более конкретным желанием увидеть в книге размышления о том, можно ли выделить некоторые критерии того, какие блага, в принципе, можно коммодифицировать, а какие — нет. Другими словами, автор не отвечает на вопрос о том, как и почему некоторые — и какие именно? — блага, становясь товаром, теряют свою онтологическую ценность. Для каких благ данная потеря приемлема, а для каких — нет?

Уместно вспомнить И. Копытоффа и его противопоставление культуры и товаризации [Копытофф 2006: 145]. Сэндел не рассматривает коммодификацию с такой точки зрения, но подобные размышления могли бы оказаться полезными в поиске ответа на вопрос о том, какие объекты для сохранения определённой культуры должны — в рамках её логики — при любых обстоятельствах оставаться уникальными и не подвергаться товаризации, а какие могут стать предметами широкого потребления.

По моему мнению, основной акцент книги (для ощущения законченности произведения) должен быть направлен на вопрос генезиса морали, её развития во времени и соотнесения с процессами коммодификации, происходившими на определённых исторических этапах. И уже на основании подобного анализа можно было бы попытаться вычленить ту формулу (в широком смысле), способную — хотя бы приблизительно — дать описание и осмысление предыдущих случаев коммодификации и предсказать те объекты, которые в ближайшем будущем могут испытать на себе подобное преломление.

Интересны размышления футуролога Станислава Лема о морали. Его точка зрения состоит в том, что именно *технология* формирует мораль общества. Лем утверждал, что одним из главных оснований для оценивания моральности поступка является его необратимость. Убийство аморально прежде всего потому, что убитого человека не воскресить. Если бы технологии позволяли сделать подобное (либо, например, хотя бы перенести мозговую активность человека на искусственную платформу и «воскресить» его виртуально), то вполне разумно предположить, что единичное убийство уже не было бы *настолько* аморальным поступком (хотя, безусловно, оставалось бы наказуемым и крайне порицаемым) [Лем 2002]. В отношении товаризации объектов допустимо предположить, что прослеживается некоторая взаимосвязь между легитимностью коммодификации объекта и способностью создать его суррогат. Например, кажется правдоподобным, что в недалёком будущем, при наличии технологий, позволяющих искусственно выращивать человеческие органы, вряд ли возникнут проблемы с возможностью купить естественные органы (пусть, например, и по большей цене). Простор для подобных размышлений о будущем чрезвычайно широк.

Сэндел часто акцентирует внимание читателя на том, что решение о допущении продажи или покупки того или иного блага нельзя принимать без освещения морального аспекта данного действия и оценки его долговременных последствий. И, раз за разом указывая на эту, по сути, очевидную мысль, автор не делает попытки предположить, как это следует осуществить, какие институты в обществе должны быть ответственны за оценку моральных последствий коммодификации. Поэтому складывается впечатление

чатление, что эмпирический материал, изложенный в книге, должен стать основой для последующего теоретизирования над ним и философского осмысления.

Автор рецензируемой книги явно выступает против наблюдаемого нами сегодня расширения господства рынка и осознаёт, что каждая победа рынка неминуемо оставляет неизгладимый след на здоровье общества. Возникает вопрос: а что можно сделать? Как обуздать рынок? Есть ли у Сэндела свой проект по реформированию общественного сознания?

Впрочем, первым делом автор книги должен иметь в виду возможность критики его размышлений с неолиберальной точки зрения. В частности, ещё фон Мизес писал о том, что «производитель обслуживает сегодняшнего покупателя таким, каков он есть, даже если он порочен и невежествен» [Мизес 2010: 80]. По мнению фон Мизеса, «заменить нездоровую идеологию здоровой — задача не предпринимателей, а, скорее, философов» [Мизес 2010: 80].

Понимает ли Сэндел, что он, возможно, борется с симптомом, но не с причиной общественной болезни?

На последних страницах книги автор подытоживает свои размышления. Он утверждает: как только мы видим, что помещение блага в логику коммерции меняет характер данного блага, мы должны спросить себя: должно оно быть отнесено к рынку либо нет? На этот вопрос невозможно ответить без осознания значения и цели данного блага, а также без понимания того, в рамках какой системы должна конструироваться его ценность [Sandel 2012: 202].

Общий вывод такого рода, конечно, далёк от практически реализуемого плана действий. Недостаток логики Сэндела заключается в том, что анализ ситуации, судя по его словам, должен начинаться уже после того, как рынок одержал свою очередную маленькую победу. А в таком положении вернуть всё «на свои места» является задачей намного более сложной, чем просто не допустить очередного случая товаризации. Также остаётся непонятным, какими же свойствами будет обладать благо, которое однажды уже побывало товаром, но после этого было исключено из рынка и вернулось в привычную систему координат. Но это уже вопрос другого исследования.

От рецензируемой книги лично я ожидал в первую очередь теоретического осмысления состояния современного общества, анализа отношений между индивидом, моралью и рыночной экономикой. Конечно, хотелось увидеть и современные примеры коммерциализации благ, распределение которых ранее регулировалось в рамках других систем, отличных от капиталистической. По прочтении оказалось, что главное достоинство книги — это как раз объединение действительно впечатляющего количества кейсов, которые теперь можно приводить в пример в качестве проявлений коммодификации в современном мире. Но в то же время из-за отсутствия углублённой теоретической проработки проблемы, что в книге лишь намечено в виде указания на деградирующие последствия тотальной коммерциализации и необходимости противостоять ей, остаётся ощущение прекращения повествования «на самом интересном месте». Хотя, безусловно, стоит учитывать, что замысел и задача автора вполне могли не предполагать теоретического переосмысления проблемы коммодификации.

Литература

- Зелизер В. 2004. *Социальное значение денег: деньги на булавки, чеки, пособия по бедности и другие денежные единицы*. М.: Изд. дом ВШЭ.
- Копытофф И. 2006. Культурная биография вещей: товаризация как процесс. В сб.: Вахштайн В. М. (отв. ред.) *Социология вещей*. М.: Территория будущего; 134–169.

- Лем С. 2002. *Сумма технологий*. М.: Terra Fantastica.
- Маклюэн М. 2003. *Понимание медиа: внешние расширения человека*. М.: Кучково поле.
- Мизес Л. 2010. *Индивид, рынок и правовое государство: антология*. СПб.: Пневма.
- Поланьи К. 2002. *Великая трансформация: политические и экономические истоки нашего времени*. СПб.: Алетейя.
- Фрэнк Р. 2013. *Дарвиновская экономика. Свобода, конкуренция и общее благо*. М.: Изд-во Института Гайдара.
- Хайек Ф. 2012. *Дорога к рабству*. М.: АСТ; Астрель.
- Sandel M. J. 2009. *Justice: What's the Right Thing to Do?* New York: Macmillan.
- Sandel M. J. 2012. *What Money Can't Buy: The Moral Limits of Markets*. London: Allen Lane.
- Zelizer V. 1983. *Morals and Markets: The Development of Life Insurance in the United States*. New Brunswick: Transaction Books.

Kirill Makarov

The Free Market and the Moral Limits

Book Review: Sandel M. J. (2012) *What Money Can't Buy: The Moral Limits of Markets*, London: Allen Lane.

MAKAROV, Kirill Vitalevich — Abstract

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

Modern society, in which it is possible to buy or sell most goods, is regarded as far more rationally arranged comparing to those where goods distribution is grounded on the principle of reallocation or of reciprocity. Indeed there is rationale for considering that a market, if not hindered by other forces, will distribute goods effectively, providing to those who are able and willing to pay for them. However the question is: does this lead to a welfare state? Or does it cause social atomization, inequality of growth and a predominance of economic calculation?

Email: makarov.vk@gmail.com

Commodification is a process that is registered through the whole history of capitalism's development. Although it may be regarded as a natural market attribute, commodification should be permanently examined with thoroughness and never neglected. Allowed out of control, commodification may lead to an unexpected aftermath, reshaping the image of society in an undesirable way. Pricing goods does not change their functionality but it surely alters the meaning that commodity might have attached to it.

Michael Sandel's new book, "What Money Can't Buy: The Moral Limits of Markets" is all about the destructive outcomes of an uncontrolled commodification process.

Keywords: market economy; capitalism; commodification; social inequality; moral; values.

References

- Frank R. (2013) *Darvinovskaya ekonomika. Svoboda, konkurentsia i obshchee blago* [The Darwin Economy: Liberty, Competition, and the Common Good], Moscow: Izdatel'stvo Instituta Gaydara (in Russian).
- Hayek F. (2012) *Doroga k rabstvu* [The Road to Serfdom], Moscow: AST: Astrel' (in Russian).
- Kopytoff I. (2006) Kul'turnaya biografiya veshchey: tovarizatsiya kak process [The Cultural Biography of Things: Commoditization as Process]. *Sotsiologiya veshhey* (ed. V. M. Vakhshayn), Moscow: Territoriya budushchego, pp. 134–169 (in Russian).
- Lem S. (2002) *Summa tekhnologii* [Summa Technologiae], Moscow: Terra Fantastica (in Russian).
- McLuhan M. (2003) *Ponimanie media: vneshnie rasshireniya cheloveka* [Understanding Media: The Extensions of Man], Moscow: Kuchkovo pole (in Russian).
- Mizes L. (2010) *Individ, rynek i pravovoe gosudarstvo: antologiya*, Saint Petersburg: Pnevma (in Russian).
- Polanyi K. (2002) *Velikaya transformatsiya: politicheskie i ekonomicheskie istoki nashego vremeni* [The Great Transformation: The Political and Economic Origins of Our Time], Saint Petersburg: Aleteyya (in Russian).

Sandel M. J. (2009) *Justice: What's the Right Thing to Do?* New York: Macmillan.

Sandel M. J. (2012) *What Money Can't Buy: The Moral Limits of Markets*, London: Allen Lane.

Zelizer V. (1983) *Morals and Markets: The Development of Life Insurance in the United States*, New Brunswick: Transaction Books.

Zelizer V. (2004) *Sotsial'noe znachenie deneg: den'gi na bulavki, cheki, posobiya po bednosti i drugie denezhnye edinitsy* [The Social Meaning of Money: Pin Money, Paychecks, Poor Relief, and Other Currencies], Moscow: HSE (in Russian).

Received: July 24, 2014

Citation: Makarov K. (2015) Svobodnyy rynek i moral'nye ogranicheniya [The Free Market and the Moral Limits]. Book Review: Sandel M. J. 2012. *What Money Can't Buy: The Moral Limits of Markets*. London: Allen Lane. *Ekonomicheskaya sotsiologiya = Journal of Economic Sociology*, vol. 16, no 1, pp.70–80. Available at: <http://ecsoc.hse.ru/2014-16-1.html> (in Russian).

NEW TEXTS

Vadim Radaev

Relational Exchange in Supply Chains and Its Constitutive Elements



RADAEV, Vadim — Doctor of Sciences in Economics and Sociology, Professor, Faculty of Social Sciences; Head, Laboratory for Studies in Economic Sociology; First Vice-Rector, National Research University Higher School of Economics.

Address:
20 Myasnitskaya str.,
Moscow, 101000, Russian Federation.

Email: radaev@hse.ru

Abstract

This paper examines theoretical issues of direct interfirm exchange in supply chains and focuses upon the relational aspect of embeddedness. Exploring insights from contract theory, marketing research, and economic sociology, we distinguish between the transactional and the relational forms of market exchange. It is assumed that real-world market exchange should not only be associated with arm's-length ties but presents divergent combinations of arm's-length and embedded ties. Problematizing the notion of embeddedness, we treat it as a multidimensional phenomenon. Embeddedness is shaped by a variety of relatively independent constitutive elements that may be developed (or not developed) in relation with different exchange partners or with one partner that is attached to different elements or phases of the market exchange. An original typology of dimensions that are constitutive for embedded/relational exchange is constructed. These dimensions are attached to the phases of the interfirm contract cycle as opposed to the relationships life cycle. Applying a processual view of social structure, we explore the emergence of the relational exchange elements as they result from the strategic choices made by the market sellers as they move along the cycle of contractual relationships. We also define hybrid forms of exchange as ways of coping with market uncertainty. Finally, we set up a number of hypotheses regarding the factors that facilitate the emergence of embedded/relational exchange and suggest measurement tools for the future empirical research.

Keywords: economic sociology; embeddedness; economic exchange; contract relationships; markets; Russia.

Introductory Remarks

The social embeddedness of economic action undoubtedly became a central concept of new economic sociology in the 1980s. However, in recent decades, this concept was increasingly criticized for its structuralism and for ignoring (though not completely) the content of relationships. One acknowledged major shortcoming of this concept was the reinforcement of the separate existence of the economy and society and the treatment of the market as being alien to social relationships; this separation allows the market to elude researchers as a sociological object [Krippner 2001; Beckert 2007]. In addition, a lack of clarity was noted due to the multiplicity of meanings attached to embeddedness. This concept was criticized for becoming a self-referential narrative [Portes 2010] and a general methodological principle that implied that all economic activities are embedded without showing how they are embedded [Gemici 2008: 25–28]. As

a result, there is a risk of transforming the notion of embeddedness into one more “black box” in the social sciences along with the “black box” of the market in mainstream economics. Although we share this critical concern, we nevertheless tend to argue that throwing this “box” away would be a wasteful policy. The notion of embeddedness should rather be unpacked, and a clearer understanding of its constitutive elements should be presented.

One more “disturbing return to embeddedness” [Portes 2010: 1] undertaken here is based upon four assumptions. First, the market should not be associated with atomized actions that deny social ties in a hostile-worlds’ fashion [Zelizer 2005]. Economic and social exchanges should not be treated as examples of opposition, as was done in the classic theories of social exchange [Blau 1967], and market exchange should not only be associated with arm’s-length ties, as was presented in new economic sociology [Uzzi 1996]. Exchange parties rarely meet each other as complete strangers, especially on the interfirm level, and we must categorize the market as being infused with social relationships.

Second, the embeddedness of the market exchange should not be treated as a general methodological principle but rather as a testable theoretical proposition. Embeddedness is not a universal and predetermined characteristic of market exchange. The degree of embeddedness of the market exchange in social relationships varies, and the forms of embeddedness are very diverse. Real-world markets present divergent combinations of arm’s-length and embedded ties. It is important to explore the concrete composition of these ties, measure their strength, and examine the actual degree of embeddedness of economic actions [Uzzi 1999: 488].

Third, problematizing the notion of embeddedness, we assume that it is multidimensional. Embeddedness is shaped by a variety of relatively independent constitutive elements that may be developed (or not developed) in relation with different exchange partners or with one partner that is attached to different elements or phases of the market exchange. We also need to explore the content of embedded ties, especially their relational aspects.

Fourth, we would like to explore embeddedness as a dynamic process and to avoid treating the interactions of the market actors as being structurally defined by the allocation of resources and network structures. We should take into account the active role of the market actors, who make multiple strategic choices at each phase of the market exchange. Market relationships are affected by these strategic choices, which are made under the conditions of uncertainty that are constantly produced by the market. We try to apply a processual view of social structure, according to which “in the short run, actors create relations; in the long run, relations create actors” [Padgett, Powell 2012: 2]. We will explore how actors produce relationships in the short run by choosing between embedding and disembedding strategies [Heidenreich 2012: 550] and thereby conduct their relational work [Zelizer 2012]. This study is limited in that we do not investigate how actors reach their decisions, though this task is important [Beckert 1996: 804], and we do not ask to what extent they are intentionally rational. We simply consider the content and underlying factors of these decisions.

Keeping these assumptions in mind, we focus upon relational embeddedness dealing with the effects of cohesive ties between market actors rather than structural embeddedness capturing the effects of the structure of relations around actors [Granovetter 1990; Gulati, Gargiulo 1999]. To narrow down this broad subject, we investigate direct interfirm market exchange and explore the emergence of its relational aspects as they result from the strategic choices made by the market sellers as they move along the cycle of contractual relationships. Special attention is paid to the institutional arrangements that govern the rules of exchange in the supply chain [Fligstein 2001].

We address the following primary questions: what criteria could be used to distinguish between different types of market exchange? What elements are essential for the emergence of embedded interfirm market exchange?

What factors could stand behind the strategic choices made by market actors in favor of different types of exchanges?

The structure of this paper is as follows. Starting from the ideas of Ian Macneil on discrete and relational contracts [Macneil 1978; 1980] and his followers in contract theory, marketing research, and economic sociology, we distinguish between the transactional and the relational forms of market exchange. Interpreting embedded exchange as a relational exchange in this paper, we construct an original typology of substantive elements/dimensions that are constitutive for embedded/relational exchange. Then, we attach these dimensions to the phases of the interfirm contract cycle as opposed to the relationships life cycle. Finally, we set up a number of hypotheses regarding the factors that facilitate the emergence of embedded/relational exchange for the future empirical research.

Two Types of Market Exchange

Currently, the sociology of markets comes in terms of relational sociology, meaning that there is a common emphasis on relationships despite of any internal differences in approach [Fourcade 2007]. Relational embeddedness and relational work perspectives could be distinguished here. We agree that these perspectives are complements rather than alternatives [Whitford 2012: 260]. We apply the relational embeddedness approach but share many common inclinations with the relational work perspective. Both approaches consider the market and society to be connected worlds rather than hostile worlds. Similarly, we are interested in the content of relationships and not just in their structure. Our objective is to focus on creativity and constitutive relationships rather than to describe how existing social ties constrain and facilitate economic activity [Zelizer 2012: 149]. We share the understanding that it is important to reveal the mechanisms that govern the formation, confirmation, negotiation, reparation, and dissolution of economic relationships [Bandelj 2012: 191].

At the same time, our approach differs from the relational work perspective in some important aspects. Our primary emphasis is not on cultural symbolic work [Zelizer 2012] or its emotional underpinnings [Bandelj 2012] but on the institutional aspects of relational work in a broader sense, resulting in the divergent rules of exchange [Fligstein 2001]. We study interfirm rather than interpersonal relations, even though interfirm relations are implemented by individuals (company managers).

To explore the content of social ties, it is useful to start from the conventional dichotomy of the two ideal types of market exchange. The first type is defined as a transactional exchange based on casual contacts and arm's-length ties. The second type is categorized as a relational exchange based on continuous or embedded ties. Both types represent alternative forms of governance for managing market relations. We would argue that this distinction is productive as long as two conditions are met. First, we do not confuse market exchange with the transactional exchange of autonomous actors whose identities do not matter. Second, we do not treat relational exchange as the opposite of market exchange, assuming that relational/embedded ties are not any less (or any more) a market exchange than transactional/arm's-length ties. Thus, a market exchange should be considered to be a complex composition of various types of exchange that may intermingle and contradict one another.

Contract Theory

The idea of transactional and relational contracts was introduced by Ian Macneil (see: [Macneil 1978; 1980]), though the importance of the non-contractual relationships that accompany formal contracting was noted much earlier [Macaulay 1963]. Macneil starts with a detailed description of a *transactional contract*. He defines a transactional contract as a discrete contract in which no relationship exists between the parties apart from the simple exchange of goods. The participant in a discrete transaction plays the role of the individual

utility maximizer who is interested solely in this transaction, which involves only a small part of his or her personality. The discrete transaction is short-term both in terms of the agreement process and the time of the performance. Discrete transaction planning is complete, specific, and binding; it does not rely upon future cooperation but attempts to fix all necessary terms and conditions in the present [Macneil 1978; 1980: 10–19]. A discrete transaction does not need further negotiation or mutual adjustment.

Macneil presents the transactional contract as an ideal type, meaning that every contract involves some relationship [Macneil 1980: 10]. Formal contracting is incomplete. There is a need for flexibility under the conditions of bounded rationality demonstrated by the exchange partners. The exchange partners mutually participate in planning, and they develop joint values and expectations about what behaviors are appropriate [Heide 1994]. These joint values and expectations cement contractual solidarity and are labeled as governance norms in the relational exchange perspective [Ivens 2004: 301].

The idea of *relational exchange* (or a relational contract) was also suggested within the framework of transaction cost analysis, which is concerned with the governance of contractual relationships. In this framework, a relational contract is treated as a hybrid form of governance between the market and hierarchy [Williamson 1985]. Williamson includes ex post features of contracting and adds the specificity of assets as an important dimension of the relational contract along with the durability of relationships. Relational contract is used in the case of repeated and nonstandard transactions requiring an investment in transaction-specific human or physical assets [Williamson 1985: 134]. These specialized investments contribute to mutual adjustment but also create strong incentives to continue, rather than terminate, relationships. “Faceless contracting is thereby supplanted by contracting in which the pairwise identity of the parties matter” [Williamson 1994: 91].

Marketing Research

Ideas regarding the types of market exchange were developed within the frame of marketing research, especially at the empirical level. Following Macneil’s insights, Ivens identifies ten norms of relational behavior [Ivens 2004]. He defines these norms as expectations that are directed at the behaviors that the exchange partner may show. These norms include long-term orientation, role integrity, relational planning, mutuality, solidarity, flexibility, information exchange, conflict resolution, restraint in the use of power, and monitoring behavior [Ivens 2004: 309]. Ivens measures the links between these expected norms of behavior and the quality of relationships including the dimensions of trust, commitment, and economic and social satisfaction. In our view, the analytical distinction between expected norms and indicators of relationship quality provided by Ivens is not always clear (especially in cases of trust and mutuality, solidarity and commitment). However, we would support a productive idea that relational aspects of behavior may affect relationships quality.

Developing insights within relationship marketing research, Rajamma, Zolfagharian, and Pelton (also with direct reference to Macneil) characterize transactional exchange as having little social or informational sharing, no significant past ties, and little likelihood of a future relationship with the partners [Rajamma, Zolfagharian, Pelton 2011: 104]. In contrast, relational exchange is defined as a long-term, committed relationship with benefits for all parties involved [Siguaw, Baker, Simpson 2003]. A transactional exchange is one-shot, discrete, impersonal, economic, and functional whereas a relational exchange is long-term, on-going, interpersonal, social, and cooperative. Rajamma, Zolfagharian, and Pelton provide a more refined list of five relational exchange dimensions including solidarity, durability, flexibility, information exchange, and mutuality, and they provide three outcome variables: satisfaction, performance, and commitment [Rajamma, Zolfagharian, Pelton 2011: 106].

New Economic Sociology

The described distinctions between transactional and relational exchanges are very relevant for new economic sociology. Remarkably, these notions were drawn into the core of marketing research in the middle of the 1980s at a time when new economic sociology developed a new research program based on the concept of social embeddedness. It was not accidental that the two disciplines had some common sources of inspiration in the contractual theory of Ian Macneil and in a critical evaluation of the transaction cost analysis of Oliver Williamson. Marketing scholars have borrowed some categories from sociology, including borrowing the notion of embeddedness from Mark Granovetter. However, despite their common roots, economic sociology and marketing research took different paths. Even addressing similar subjects, they rarely explicitly trespass disciplinary boundaries and frequently operate in parallel today. The mutual exchange of ideas is still very limited, though marketing scholars have actively studied many relational aspects of market exchange [Kotelnikova 2012]. We will use these two bodies of literature in this study.

In new economic sociology, relational exchange is related to the notion of embeddedness that was borrowed from Karl Polanyi and reinterpreted by Mark Granovetter to become a focal point of new economic sociology and the sociology of markets [Krippner 2001; Beckert 2007]. Economic sociologists assume that both individuals and organizations tend to create stable, preferential relationships characterized by trust and the rich exchange of information with specific partners [Powell 1990].

Economic sociologists also distinguish between the relational and structural aspects of embeddedness, where the former highlights the effects of direct ties between social actors on the subsequent cooperation between those actors and the latter refers to the effects of the overall network of relationships [Granovetter 1990: 98]. The third aspect, positional embeddedness, is also added to this concept. Positional embeddedness captures the impact of the organization's position in the overall structure of the alliance network on their decisions about new cooperative ties [Gulati, Gargiulo 1999: 1448]. In this paper, we concentrate on *relational embeddedness* as a contextualization of economic exchange in patterns of on-going interpersonal (interfirm) relationships [Zukin, DiMaggio 1990: 18–19], which is very close to the notion of relational exchange in contract theory and marketing. This definition means that in this paper, we will treat an embedded exchange as a relational exchange.

Elaborating on the ideas of new economic sociology, Wayne Baker distinguished between the transaction orientation and the relationship orientation models of intertemporal market exchange. A transaction interface is implied by the competitive market of neoclassical economics with short-lived, episodic, and random market ties. A relationship interface is close to the notion of hierarchy in terms of Oliver Williamson. The firms using a relationship-oriented approach tend to construct stable market ties and do not switch from one partner to another implying that there is a lower likelihood that a market tie will be dissolved [Baker 1990: 594–595; Baker, Faulkner, Fisher 1998: 150–151]. However, in Baker's view, a dyadic tie with one exchange partner should be defined as being either transaction or relationship oriented while a hybrid interface is presented as a combination of the two orientations in connection with different partners [Baker 1990]. We would suggest a different approach, demonstrating that due to a multiplicity of relational exchange dimensions, a hybrid form of governance can be a characteristic of ties with one exchange partner when a transaction and a relationship orientation are attributed to different dimensions of a single dyadic tie.

Brian Uzzi uses a principal division between arm's-length and embedded ties [Uzzi 1996; 1999]. The arm's-length ties present an exchange system associated with the idealized atomistic market while embeddedness is an exchange logic based on on-going social ties that differs from the logic of markets. Embedded ties are characterized by trust, fine-grained information transfer, and joint problem-solving arrangements developed in a sustainable network structure [Uzzi 1996: 676–677]. We accept these useful insights; nevertheless, we

do not share the view according to which embedded ties represent the opposite of market ties. In this study, we would rather assume that both arm's-length and embedded ties are alternative forms of market exchange. Market actors intermingle and recombine these logics without being able to identify which logic is in play across a particular relationship [Whitford 2012: 255]. We also do not identify market exchange with the negotiated exchange in opposition to reciprocal exchange [Molm 2003; Molm, Whitham, Melamed 2012]. We assume that market exchange may contain both negotiated and reciprocal elements which occur either sequentially or concurrently.

We would also take a processual view, according to which relationships emerge (or do not emerge) step-by-step from third-party referral networks and pre-existing personal relationships [Uzzi 1996: 679] or from short-term and casual contracts. To achieve this progress in relationships, one needs time and dedicated resources. Still, this progress is by no means automatic and self-sustaining. Progress is not a mere outcome of time and the continuity of exchange nor is it entirely defined by the structure of the market as an organizational field. Progress requires relational work and largely depends on the set of strategic choices regarding market interactions made by the market actors to control the behavior of their exchange partners. The market actors choose between embedding and disembedding strategies at each phase of their market relationship building. We would argue that this processual view should help economic sociology to explain the regularities in the market behavior of exchange partners.

The Cycle of Contract Relationships

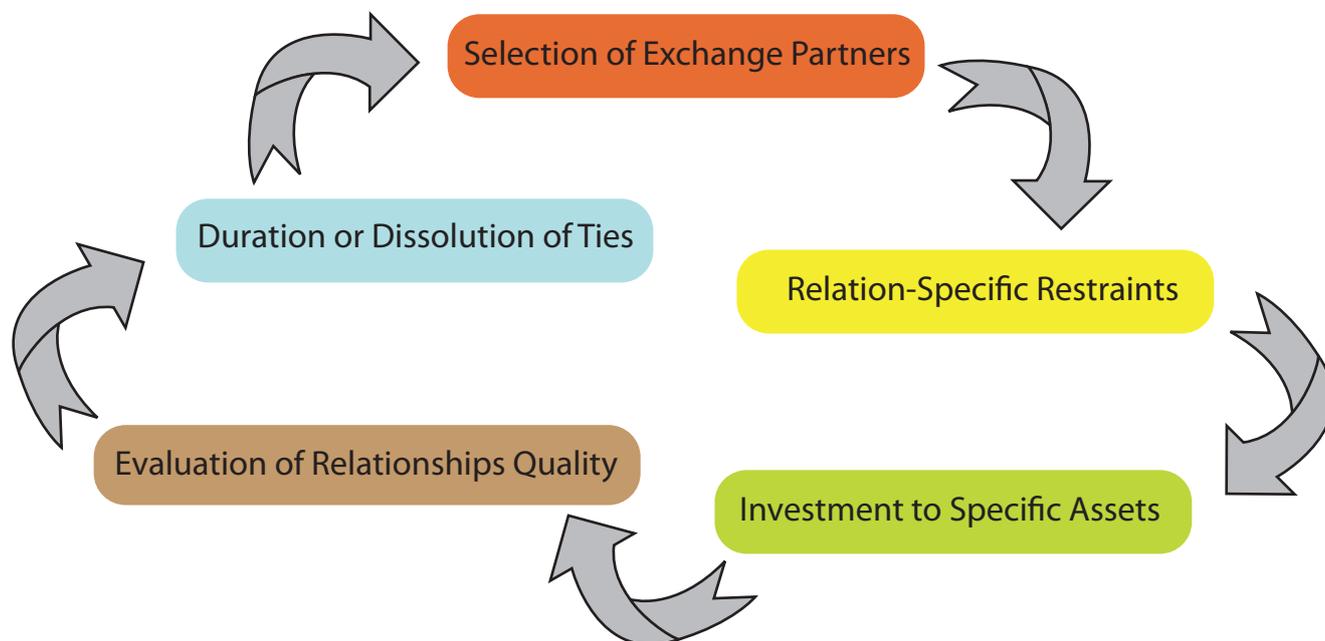
Embedded exchange, interpreted as relational exchange and as opposed to transactional orientation, is a multifaceted phenomenon containing a number of elements. Our task is not to produce another static classification of these elements but to integrate them as parts of one cohesive and dynamic system. To accomplish this task, we borrow one more idea from the specialized marketing literature, i.e., the idea of the buyer-seller relationship life cycle, which moves toward commitment or dissolves over the years [Dwyer, Schurr, Oh 1987: 15–20; Cannon, Perreault 1999: 456]. This idea is also associated with the process approach in marketing research, distinguishing between the relationship stages of initiation, development and termination [Heide 1994].

Using the notion of the life cycle, we are going to attach the primary elements of the market exchange to the phases of relationship development. We use this idea in a different manner than the reported marketing literature. We need to adjust the life cycle to the specific context of the retailer-supplier relationships that we are going to investigate on an empirical level. Thus, we do not describe the entire life cycle of interfirm relationships that may run over many years but use the basic contractual cycle lasting till the moment when business contract is to be renewed or dissolved.

We decompose this contract cycle into five distinct major phases that are implemented on a consequential basis, with substantive overlap between these phases. The phases include the following (see Graph 1):

1. The selection of exchange partners for the next year, which could rely on transactional or relational criteria;
2. The bargaining over the terms and conditions of the formal procurement contract and the conclusion of this contract, which may rely upon standard terms regarding volume, price, and product quality or may involve vertical relationship-specific restraints;
3. The contract execution and enforcement, which may be accompanied by an adjustment for the partners' needs and the investment in specific relational assets including those beyond formal contracts;

4. The evaluation of relationship quality, including cooperative or non-cooperative orientations in relationships with the exchange partners;
5. The termination of the business contract or its renewal for the next contract cycle.



Graph 1. Basic Cycle of Contract Relationships

This classification of the relational exchange elements differs from the list of expected norms suggested by Ivens (see: [Ivens 2004]). However, in some important aspects, it is close to the classification of Rajamma, Zolfagharian, and Pelton, including five relational exchange dimensions: solidarity, durability, flexibility, information exchange, and mutuality [Rajamma, Zolfagharian, Pelton 2011: 106]. In our taxonomy, we use the cooperative orientation as an indicator of solidarity. The inclination to continue exchange ties may serve as a dimension of durability. Vertical restraints can be viewed as an indicator of flexibility. We also have information exchange and assistance provided by the exchange partners as a reflection of mutuality.

Our classification of relational exchange dimensions is also rather similar to the typology of relationship connectors introduced by Cannon and Perreault (see: [Cannon, Perreault 1999]). Relationship connectors are defined as dimensions that reflect the behaviors and the expectations for behavior in a particular buyer-seller relationship. The relationship connectors include information exchange, operational linkages, legal bonds, cooperative norms, and specific adaptations by sellers and by buyers [Cannon, Perreault 1999: 442]. Among our dimensions, we have information exchange, the use of information and computer technologies as a form of operational linkages, vertical contract restraints as a specific legal bond, partnerships as a cooperative norm, and mutual assistance as a manifestation of specific adaptation by the exchange parties.

At the same time, we add an additional dimension that is missing from the classifications above: a selection of business partners based on relational criteria. We believe that this dimension is of crucial importance as a starting point for each contract cycle and a significant element of the relational work performed by managers to build effective networks.

We emphasize that market sellers make their choice between transactional and relational types of exchange in each phase of the contract cycle. Resulting from these choices, the five relational elements become constitutive

ties for the embedded exchange, meaning that they bring a new quality (and new rules) to the exchange relationships.

A Description of the Contract Cycle's Main Phases

Let us turn to a more detailed description of the contract cycle's main phases and corresponding exchange elements.

Phase 1. During the first phase, market sellers select a business partner, choosing between existing and new partners. The sellers should examine their partners before negotiating the terms and conditions of the business contract. The *selection of business partners* has been treated as exogenous by the organizational sociologists [Pfeffer, Salancik 1978; Burt 1983], and little scholarly attention has been paid to the difficulties that market sellers may face in determining with whom to enter into exchange ties [Gulati, Gargiulo 1999: 1440; Li, Eden, Hitt, Ireland 2008: 315]. The importance of the partners' selection for market relationship development was underlined by marketing scholars [Wilson 1995: 340]. Economic sociologists also pay attention to the identity of the exchange partner. According to Granovetter, the microfoundations of embedded economic action rest on "the widespread preference for transacting with individuals of known reputation", or for relying on "information from one's own past dealings" [Granovetter 1985: 490]. Business reputation and reliance on past dealings are two complementary parts of the endogenous network embeddedness mechanisms that help to determine with whom to build partnerships [Gulati, Gargiulo 1999: 1441].

We assume that multiple criteria can be used to select exchange partners. Some of the criteria concentrate on transaction parameters, while the others focus upon the partners' identity and the relational aspects of interaction. We could treat selection as containing relational elements when the market actors use the following criteria: (a) successful experience of transactions with the exchange partner in the past; (b) good personal ties with the exchange partner; and (c) the flexibility of the exchange partner on the deal, meaning his/her ability to negotiate the terms and conditions of exchange. All in all, if the exchange partners use relational criteria for selection, they tend to build closer relationships and establish stronger interfirm ties.

Phase 2. During the second phase of the contract cycle, the market actors negotiate the terms and conditions of exchange and sign their business contracts. We have an explicit example of negotiated market exchange here when the market sellers jointly bargain over the terms of the transaction and secure them with binding formal agreements [Molm 2003; Molm, Whitham, Melamed 2012: 143]. It is important that these terms and conditions not be confined to the standard dimensions regarding price, volume, and product quality. Many exchange partners use specific *vertical restraining agreements* in these business contracts. For example, vertical agreements may include: (a) marketing fees and (b) fees for the volume of sales. Marketing fees are paid by the supplier ex ante to see the goods on the store shelves, to introduce new goods, and to change an assortment of goods. Marketing fees hedge the risk of low sales and compensate for the retailers' opportunity costs. Fees for the volume of sales (retro-bonuses) are paid by the supplier ex post if the volume of sales exceeds the expected level. These fees are an instrument for the redistribution of additional profits from the supplier to the retailer [Radaev 2013].

In contrast to the selection of partners on the basis of their identity, vertical restraining agreements are based on the calculation of expected costs and revenues rather than on strong ties with the exchange partner. These binding contractual agreements including fees added to the regular price of the product reflect the intentions of exchange partners to obtain formal financial guarantees rather than to rely upon interpersonal trust. Thus, these restraining agreements are transaction-specific but largely impersonal.

These binding agreements may be interpreted as an abuse of power by the retail companies or rationalized using efficiency arguments [Bloom, Gundlach, Cannon 2000]. We would argue that the function of these vertical restraints and additional fees is not confined to the redistribution of value added to the firms with bargaining capacity, though these firms can indeed use this type of coercive power [Brown, Lusch, Nicholson 1995]. However, vertical restraints are also used as an important instrument of relationship building. Suppliers pay these fees, using them as an investment in a series of specific transactions stimulating the loyalty of the retailer and also as an instrument of competition applied to push away competing suppliers of the same goods from the shelf space. For retailers, these vertical restraints represent tools of control over the future behavior of the suppliers aimed at disciplining their behavior and reducing the risks of opportunism [Provan, Skinner 1989: 203–205; Kelly 1991; Radaev 2011]. Thus, at the second phase of the contract cycle, the market exchange is transactional or relational depending on the use of vertical restraining agreements in the business contracts.

Phase 3. This phase of the contract cycle starts after signing the business contract. Then, the market sellers focus upon the contract execution and enforcement with the goal of eliminating opportunistic behavior. When the contract is being executed, the exchange partners turn from explicit to implicit contracting arrangements. Adjusting the terms of the exchange, they can invest in relational assets or abstain from such investment. This investment is not into the generalized assets of business reputation or the advertising and promotion of one's goods and services but is a concrete *relationship-specific investment* including joint planning, mutual adaptation, use of the same technology, information sharing instead of withholding information, training and assistance provided to the business partners. All of these types of support can be treated as indicators of non-coercive power applied to increase technical and economic interconnectedness as well as to stimulate the loyalty of the exchange partner. This type of non-coercive power relies on rewards and assistance as opposed to coercive power that is based upon the punishment of opportunistic behavior [Gaski 1984: 12; Brown, Lusch, Nicholson 1995: 364–365]. Anderson and Weitz argue that relationship-specific investments act as potent pledges in the channel relationship and have a positive effect on their commitment to the relationship [Anderson, Weitz 1992].

Considering the third phase of the contract cycle, we could point at least to three types of investment in specific relational assets and support to the exchange partner, including communication, alignment, and assistance: (a) information sharing on sales for communicative aspects; (b) the joint use of information and computer technology (ICT), which is a form of technical alignment that is especially important for the retail trade; and (c) providing assistance to the exchange partner in problem resolution and the readiness to bear additional costs. We have an example of reciprocal market exchange that may avoid the potential disadvantages that come from strong and close ties with the exchange partners or from relationships based upon calculations of immediate material gain. However, this type of reciprocity serves as a form of relationship-specific investment, raising the expectations of adequate behavior from the object of investment. This reciprocity also signals to the exchange partner the intention to collaborate in the future.

Phase 4. This phase of the contract cycle is implemented in the course of business contract execution. When approaching the end of the contract period, the market sellers monitor the economic performance. At the same time, they evaluate the quality of their relationships with their exchange partners. The *evaluation of relationships* is an important dimension of their development. It is not confined to defining or redefining the identity of the exchange partners but to evaluating the relationships *per se*. The quality of the relationship includes aspects of normative commitment (higher value of relationship) and instrumental commitment (absence of conflict and opportunism) [Ivens 2004; Rajamma, Zolfagharian, Pelton 2011].

We distinguish between three perceptions of relationships, including (a) conflicting, (b) neutral, or (c) cooperative. We would treat the mode of exchange as transactional if the relationships with the exchange partners are perceived as being neutral or conflicting and as relational if the relationships are perceived as

being cooperative. In this sense, relational exchange is close to the notion of relational solidarity [Molm, Whitham, Melamed 2012: 143].

Phase 5. At the final phase of the contract cycle, as the procurement contract is coming to an end, the market sellers must make a decision regarding the *renewal or dissolution of business contracts*. The higher hazards of dissolution of a market tie present an indicator of a transaction orientation while the continuation of ties and a reluctance to terminate the relationship is an important element of relational exchange [Baker, Faulkner, Fisher 1998: 150–151]. Relational exchange makes the self-interested behavior of exchange partners more predictable and reinforces their social ties. The preference for continuous and long-lasting relationships rather than casual (arm's-length) contacts may result from pure economic considerations (the continuation of existing relationships may reduce the costs of bargaining if compared with switching from one partner to another) or from more socially oriented and less calculating reasons, such as trust and commitment to the existing exchange partner.

We would argue that if the market sellers tend to dissolve contracts and terminate relationships, they are inclined toward transactional exchange. If they prefer to continue contract relationships, writing a new contract, they are inclined to relational exchange. Thus, the absence of contract dissolution could be used as a measure for the relational mode of exchange. It is important to underline that the exchange partners do not just passively avoid the termination of business contracts. Given that they must conclude a new contract for the next period, they factually re-enter the relationship, often after reconsidering the terms and conditions of their business contract.

Hybrid Forms of Exchange as Ways of Coping with Market Uncertainty

Market relationships are built up through repeated choices between embedding and disembedding strategies made by both exchange parties. These choices are not always easy. On one side, the transactional exchange due to its simplicity leaves a large room for uncertainty and instability in relationships. It brings additional costs of mutual adjustment to the new partners while longer-term relation-specific investment makes no much sense. On the other side, embedded ties may also produce negative outcomes for the market actors who could lock in dense networks of closed social relationships with strong dependence on a limited number of partners and high relation-specific investment. Weak ties may have certain advantages over strong ties not only in interpersonal relations [Granovetter 1973: 1371] but also in the interfirm relationships allowing interactions with a larger number of exchange partners without making significant investments to specialized assets.

It is not a maximum level but an optimal degree of embeddedness that is important for the survival in the market and obtaining competitive advantage as it was demonstrated in economic sociology literature. “Embeddedness, however, yields positive returns only up to a threshold point. Once this threshold point is crossed, returns from embeddedness become negative” [Uzzi 1996: 694]. Wayne Baker also claims that most of the firms use a hybrid interface that combines hierarchical and market characteristics [Baker 1990: 589]. However, in his approach Baker does not go far beyond Williamson's dichotomy of market and hierarchy. In his view, a dyadic tie with one exchange partner should be defined either as transaction or as relationship oriented while hybrid interface is presented as a combination of two orientations in connections with different partners [Baker 1990]. We would suggest a different approach demonstrating that due to a multiplicity of relational exchange dimensions, hybrid form of governance can be a characteristic of ties with one exchange partner when transaction and relationship orientation are attributed to different dimensions of one dyadic tie.

Similar conclusions were also made in marketing studies pointing out that relational/embedded ties may produce controversial outcomes. On one hand, prior interactions with the exchange partners reduce uncertainties and information asymmetry. On the other hand, they increase risks of opportunism [Li, Eden, Hitt, Ireland 2008:

318]. Findings by Cannon and Perreault indicate that the move to cooperation is not universal. Companies do not need close ties with all exchange partners. Many of them continue to rely on more transactional orientation or on combination of divergent relationships connectors [Cannon, Perreault 1999: 440]. Given their multivariate profiles, a portfolio of buyer-seller relationships with different types and degrees of relation-specific investment is developed [Cannon, Perreault 1999: 657].

Pursuing mixed strategies and building symbiotic relationships, the market sellers respond to uncertainty continuously produced by the market as a situation in which actors cannot predict outcomes and even cannot assign probability distributions to possible outcomes [Beckert 1996: 814]. Hybrid forms of market exchange provide more efficient ways of coping with uncertainty and controlling the future behavior of partners under conditions of power asymmetry.

The notion of hybrid forms of exchange proposed in this paper differs from existing notion of hybrid governance defined as intermediate forms between market and hierarchy, like networks organizations [Ménard 2004] or business groups [Granovetter 1994]. We define hybrid forms as divergent combinations of transactional and relational elements of market exchange with the same partners. These mixed forms may differ from one another by their dominant characteristics like partners' identity, successful experience of past dealings, transaction-specific restraints, calculation of material gains for exchange partners, and relation-specific investment stimulating cooperation between exchange partners.

Main Hypotheses for Future Research

In this section of the paper we define the main factors that could facilitate relational exchange and set up a number of testable hypotheses regarding the effect of these predictors on the emergence of relational exchange. The factors include the location of the firm in the supply chain and the type of chain, the characteristics of the product and the firm, and the structure and the intensity of the interfirm relationships.

Turning to the hypotheses for the future empirical research, first, we assume that the *location of the market seller in the supply chain* can play an important role in shaping relationships. Economic sociologists underline that “buyers and sellers sometimes have different interests in the stability of market ties” [Baker, Faulkner, Fisher 1998: 170]. It was also explicated in the marketing literature that the basis for the evaluation of a relationship differs between the upstream partners and the downstream partners [Rajamma, Zolfagharian, Pelton 2011: 110]. The evaluation may depend on the degree and structure of resource dependence [Pfeffer, Salancik 1978]. For example, the most closely coupled relationships arise when supply is important for the buyer, while a greater transaction orientation and more competitive forces are applied when supply is less important for the buyer [Cannon, Perreault 1999: 457].

The effect of the channel role on long-term orientation is confirmed in the empirical study of Shankar Ganesan (see: [Ganesan 1994]), according to which retailers are likely to have a long-term orientation with the suppliers that they are more dependent on, while the suppliers are likely to develop a long-term relationship with a retailer only if the retailer is highly dependent on them [Ganesan 1994: 14]. Ganesan suggests that the suppliers are more cautious in their efforts to manage dependence. In our view, the market sellers with more bargaining power tend to be more transaction oriented while the market sellers with less bargaining power try to compensate by developing the tools for relational exchange. Thus, we start with a simple proposition:

H 1. Market sellers with less bargaining power are likely to develop a relational exchange compared to market sellers with more bargaining power, which are more inclined toward a transactional exchange.

Considering the *types of supply chains*, we make two complementary assumptions. The first assumption is inspired by the power/dependence theory. The market sellers managing a larger number of exchange partners are more transaction oriented because they have more available alternatives. Thus, these sellers are less resource dependent [Emerson 1962] and can switch partners more easily. For example, the grocery sector is characterized by a larger number of market sellers whereas the home electronics sector has a lower number of market sellers. Companies with a larger number of market alternatives, and therefore, more market power could be expected to be more transaction oriented when compared to companies having fewer available alternatives. It is reflected in the following statement:

H 2. More resource dependent market sellers are likely to develop a relational exchange compared to less resource dependent market sellers, which tend to rely more on a transactional exchange.

The second assumption comes from the distinction between the buyer-driven and producer-driven types of supply chains [Gereffi 1994]. We would assume that the downstream partners in the buyer-driven supply chain have higher bargaining power and, therefore, could be more transaction oriented while the downstream partners' bargaining power in the producer-driven supply chain is generally lower, implying that they are relatively more relationship oriented. Hence, our next hypothesis is formulated as follows:

H 3. The downstream exchange partners in the buyer-driven supply chain are more inclined toward transactional exchange while the downstream exchange partners in the producer-driven supply chain rely more on relational exchange.

We would next assume that the type of exchange could depend on the *category of exchanged goods*, meaning not so much their material (physical) properties but rather the symbolic characteristics of the product. The distinction between branded and non-branded goods is relevant here. Brands present an important tool for attaining relationship stability with the customers, and most of the literature on brand management explores the consumer-brand context [Fournier 1998]. However, if the exchange partners want to obtain benefits from the consumer-brand relationship, it may also affect the relationship stability. When selling private label and especially no name goods, collaboration would not make much difference. It is standard product quality and the cheapest price that matter. As for branded goods that offer unique and specific value to consumers, promoting these goods is more risky and costly for the exchange partners. Thus, promoting branded goods requires long-term, mutually beneficial exchange relationships [Elg, Paavola 2008]. Our next hypothesis is the following:

H 4. The sale of branded goods is positively related to a preference for relational exchange because it requires a more selective approach and more attention to the identity of a potential business partner.

We take the *firm size* as one of the primary company characteristics. Size is widely used as an indicator of the firm's structural and bargaining power in the market exchange [Uzzi 1996; Baker, Faulkner, Fisher 1998: 157]. The potential influence of the firm size on the types of exchange appears to be more ambivalent. On the one hand, larger firms can demand more from the exchange partner by virtue of their size [Baker 1990: 603]. They are less resource dependent and can easily drop existing exchange partners and switch to new ones. From this viewpoint, we could expect that smaller firms would have a stronger interest in maintaining durable relationships with their larger exchange partners. On the other hand, size does not necessarily lead to a transaction orientation. On the contrary, some empirical evidence has been obtained in the advertising market that the company size is negatively related to the hazards of dissolution of a market tie. Large firms may have more interest in continuity and a stable relationship due to their better bargaining capacity [Baker, Faulkner, Fisher 1998: 172]. The higher potential costs for larger firms to switch an exchange partner may also

contribute to their willingness to continue relationships. A positive effect of the company size on the stability of relationships is also confirmed in the organizational studies of auditors' relationships with their clients [Levinthal, Fichman 1988]. An additional and more complicated proposition could be that larger firms have more capacity to make a strategic choice between the types of exchange and still tend to develop a relationship orientation, while smaller firms must follow the imposed rules. If this proposition is true, then the larger firms may have very divergent orientations. Keeping these complexities in mind, however, we suggest a following proposition:

H 5. The size of a firm is positively related to the preference for a relational exchange due to the better capacity of larger firms to control the exchange relationship and the higher cost of switching exchange partners.

Turning to the *structure of interfirm relationships*, we suggest the duration of contract ties as a particular characteristic that varies in relation to different exchange partners. According to Max Weber, sociological investigation is concerned with the typical modes of action, in which courses of action are repeated by the actor [Weber 1978: 29]. The idea that the market actors' attempts at purposive action are embedded in on-going systems of social relationships was also noted by Mark Granovetter in his programmatic article [Granovetter 1985: 487]. Thus, the duration of the business relationship is another important parameter that may influence the type of relationship [Baker, Faulkner, Fisher 1998: 150; Gulati, Gargiulo 1999: 1439]. If exchange relationships continue after the single transaction period, they may develop from arm's-length ties into embedded ties.

At the same time, relational exchange could not be defined by the length of ties alone. The continuation of ties does not lead automatically to a different quality of ties. Some parties may contact for a long time without paying much of attention to identity of the exchange partner and making no relation-specific investment. It may result, for example, from non-availability of alternatives or from receiving best commercial offers from the same partner if price considerations alone are taken into account. Embeddedness is substantive rather than formal characteristic of relationships. The repetition and duration of exchange is a necessary but not sufficient precondition of relationship formation.

The positive impact of durable ties on relational outcomes is also noted in the marketing literature [Hingley 2005: 871], claiming that relationships are constituted by a series of repeated exchanges [Fournier 1998: 346]. Relationships emerge with a higher probability if they are based on a successful past experience with the exchange partner. Keeping it in mind, we formulate the following hypothesis:

H 6. The ratio of long-term exchange partners is positively related to the preferences of relational exchange because the continuation of relationships makes them more sustainable and mutually oriented.

Market deals are not conducted in automatic and frictionless fashion. Contract conclusion and execution need time and continuous efforts, especially in the field of business-to-business relationships. Thus, a market exchange should be treated as a system of negotiated exchange associated with contacts between the exchange partners during the time of contract conclusion and execution [Molm 2003]. The temporal reductionism of neoclassical economics was criticized within the framework of the transaction costs approach [Williamson 1985], new economic sociology [Baker, Faulkner, Fisher 1998], and marketing research [Poppo, Zenger 2002; Mesquita, Brush 2008].

Here, we distinguish between two forms of interfirm interaction. The first form of interaction implies negotiations over contract terms and conditions. The second is aimed at contract enforcement after the conclusion of the

contract. We would argue that the length of the negotiation before the contract conclusion does not influence the type of exchange in any predictable way. The length of the negotiation may result from the complexity of the contract, a lack of negotiation efficiency, or even the existence of a relational conflict that needs additional time to be resolved.

The intensity of business contacts during the time of contract execution serves as an important element of contract enforcement, control over the partners' behavior, and relationship development. Given that most of the contracts are imperfect and incomplete, the formal contractual mechanisms are complemented with relational governance. These mechanisms are introduced to safeguard the owners of specialized assets from the losses that may result from exchanges with opportunistic partners [Mesquita, Brush 2008: 785–786]. Frequent contact during the contract execution means that the business parties care about their relationship, learn to cooperate, try to control transactions, and mutually adjust to the requirements of their exchange partners. These contacts indicate the intensity of the relational work performed by the managers. We measure the frequency of these ex post interactions as the average number of contacts within one month during the time of contract execution and suggest our final hypothesis:

H 7. The frequency of business contacts during the time of contract execution is positively related to a preference for relational exchange because it contributes to effective contract enforcement, reduces the risks of opportunistic behavior, and makes relationships more sustainable.

All these theoretically grounded hypotheses could be used for investigating the constitutive elements of emerging relational exchange.

Conclusions

We assume that we should not treat market and social exchange as oppositions, allowing the market to elude researchers as a sociological object [Krippner 2001]. The market is not only affected by social relationships but also contains social relationships as a built-in element. We also argue that it is not productive to identify a market exchange as the transactional exchange of autonomous actors whose identities do not matter or to treat social exchange as an opposite form associated with relationships. Real-world markets present divergent combinations of transactional and embedded ties. It is important to explore the concrete composition of these ties, to measure their strength, and to examine the degree of actual embeddedness of economic actions [Uzzi 1999].

In this study, we apply the relational embeddedness perspective, contextualizing economic exchange in patterns of on-going interfirm relationships [Zukin, DiMaggio 1990]. At the same time, we share some important ideas with the relational work perspective [Zelizer 2012], trying to move beyond the conventional context approach. Using ideas from contract theory and marketing research, we treat embedded exchange as a relational exchange and study direct market exchange on the interfirm level.

It is also assumed that relational/embedded exchange is multidimensional. Relational/embedded exchange is constituted by a composition of relatively independent elements, which may be developed concurrently not only in relationships with different exchange partners but also in a relationship with one partner if they are attached to different aspects of the market exchange.

We take the basic interfirm contractual cycle and decompose this cycle into five distinct major phases implemented on a consequential or partially on a concurrent basis. This process starts with the selection of business partners, which could rely upon transactional or relational criteria, and proceeds to the conclusion of the business contract, which may rely upon standard terms and conditions or may involve vertical transaction-

specific restraints. The process then moves along to contract enforcement, which may involve (or not involve) investment in specific relational assets. Finally, the exchange parties evaluate the quality of the relationship and consider whether to continue or terminate their contract ties for the subsequent year.

Market relationships are built through repeated strategic choices made by both exchange parties, who may shift between transactional and relational modes of exchange in each phase of the contract cycle. We argue that neither relational nor transactional exchange necessarily prevails, and most of the market actors are more inclined toward a hybrid interface than toward a pure transactional or relational exchange [Baker 1990; Uzzi 1996; Cannon, Perreault 1999]. Different elements of transactional and relational exchange are interspersed with one another. It is not a combination of transactional exchange with some partners and relational exchange with others, but a combination of divergent dimensions of market exchange in relationships with the same partners.

Making a general conclusion, we would claim that the market exchange is represented by a variety of hybrid forms in which transactional and relational elements are interspersed. Hybrid forms are reflected not just in a portfolio of divergent ties with different exchange partners but also in a combination of divergent ties with one partner. When decomposing a contract cycle into distinct phases, we find that “simple” dyadic ties are very complex as well.

Rejecting the “hostile worlds” argument, economic sociology should study the markets as being infused with social relationships. To implement this task, it is important to take the direct market exchange into the core of sociological research and reveal the multiple combinations of ties in which market sellers are sequentially or concurrently engaged.

When studying the degree and the concrete forms of the relational embeddedness of market actions, it would be useful for economic sociology to learn from the new contract theory and marketing research, which have developed a relational focus in their studies. It would also be helpful to unpack the notion of embeddedness and explore its constitutive elements.

Acknowledgements

This work was supported by the Program for Basic Research of the National Research University Higher School of Economics. The author would like to thank Alexey Bessudnov (Exeter University) and Zoya Kotelnikova (Higher School of Economics) for their useful comments on this draft paper. In addition, the author’s discussions with colleagues from the Laboratory for Studies in Economic Sociology of the Higher School of Economics contributed to this research.

References

- Anderson E., Weitz B. A. (1992) The Use of Pledges to Build and Sustain Commitment in Distribution Channels. *Journal of Marketing Research*, vol. 29, pp. 18–34.
- Baker W. (1990) Market Networks and Corporate Behavior. *American Journal of Sociology*, vol. 96, pp. 589–625.
- Baker W. E., Faulkner R., Fisher G. (1998) Hazards of the Market: the Continuity and Dissolution of Interorganizational Market Relationships. *American Sociological Review*, vol. 63, pp. 147–177.
- Bandelj N. (2012) Relational Work and Economic Sociology. *Politics and Society*, vol. 2, pp. 175–201.

- Beckert J. (1996) What Is Sociological About Economic Sociology? Uncertainty and the Embeddedness of Economic Action. *Theory and Society*, vol. 25, pp. 803–840.
- Beckert J. (2007) *The Great Transformation of Embeddedness: Karl Polanyi and the New Economic Sociology*. MPIfG Discussion Paper 07/1, Cologne: Max Planck Institute for the Study of Societies.
- Blau P. (1967) *Exchange and Power in Social Life*, New York: John Wiley and Sons.
- Bloom P. N., Gundlach G. T., Cannon J. P. (2000) Slotting Allowances and Fees: Schools of Thought and the Views of Practicing Managers. *Journal of Marketing*, vol. 64, pp. 92–108.
- Brown J., Lusch R., Nicholson C. (1995) Power and Relationship Commitment: Their Impact on Marketing Channel Member Performance. *Journal of Retailing*, vol. 71, pp. 363–392.
- Burt R. (1983) *Corporate Profits and Cooptation: Networks of Market Constraints and Directorate Ties in the American Economy*, New York: Academic Press.
- Cannon J. P., Perreault W. D., Jr. (1999) Buyer-Seller Relationships in Business Markets. *Journal of Marketing Research*, vol. 36, pp. 439–460.
- Dwyer F. R., Schurr P. H., Oh S. (1987) Developing Buyer-Seller Relationships. *Journal of Marketing*, vol. 51, pp. 11–27.
- Elg U., Paavola H. (2008) Market Orientation of Retail Brands in the Grocery Chain: the Role of Supplier Relationships. *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, vol. 18, pp. 221–233.
- Emerson R. M. (1962) Power-Dependence Relations. *American Sociological Review*, vol. 27, pp. 31–40.
- Fligstein N. (2001) *Architecture of Markets: An Economic Sociology of Twenty-First-Century Capitalist Societies*, Princeton: Princeton University Press.
- Fourcade M. (2007) Theories of Markets, Theories of Society. *American Behavioral Scientist*, vol. 50, pp. 1015–1034.
- Fournier S. (1998) Consumers and Their Brands: Developing Relationship Theory in Consumer Research. *Journal of Consumer Research*, vol. 24, pp. 343–353.
- Ganesan S. (1994) Determinants of Long-Term Orientation in Buyer-Seller Relationships. *Journal of Marketing*, vol. 58, pp. 1–19.
- Gaski J. F. (1984) The Theory of Power and Conflict in Channels of Distribution. *Journal of Marketing*, vol. 48, pp. 9–29.
- Gemici K. (2008) Karl Polanyi and the Antinomies of Embeddedness. *Socio-Economic Review*, vol. 6, pp. 5–33.
- Gereffi G. (1994) The Organization of Buyer-Driven Global Commodity Chains: How U. S. Retailers Shape Overseas Production Networks. *Commodity Chains and Global Capitalism* (eds. G. Gereffi, M. Korzeniewicz), Westport: Praeger, pp. 95–122.

- Granovetter M. (1973) The Strength of Weak Ties. *American Journal of Sociology*, vol. 78, no 6, pp. 1360–1380.
- Granovetter M. (1985) Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness. *American Journal of Sociology*, vol. 91, pp. 481–510.
- Granovetter M. (1990) The Old and the New Economic Sociology: A History and an Agenda. *Beyond the Marketplace: Rethinking Economy and Society* (eds. R. Friedland, A. F. Robertson), New York: Aldine de Gruyter, pp. 89–112.
- Granovetter M. (1994) Business Groups. *The Handbook of Economic Sociology* (eds. N. Smelser, R. Swedberg), New York: Russell Sage Foundation, pp. 453–475.
- Gulati R., Gargiulo M. (1999) Where Do Interorganizational Networks Come From? *American Journal of Sociology*, vol. 104, pp. 1439–1493.
- Heide J. B. (1994) Interorganizational Governance in Marketing Channels. *Journal of Marketing*, vol. 58, pp. 71–85.
- Heidenreich M. (2012) The Social Embeddedness of Multinational Companies: A Literature Review. *Socio-Economic Review*, vol. 10, pp. 549–579.
- Hingley M. (2005) Response to Comments on “Power to all Friends? Living with Imbalance in Supplier-Retailer Relationships”. *Industrial Marketing Management*, vol. 34, pp. 870–875.
- Ivens B. S. (2004) How Relevant Are the Different Forms of Relational Behavior? An Empirical Test Based on Macneil’s Exchange Framework. *Journal of Business and Industrial Marketing*, vol. 19, pp. 300–309.
- Kelly K. (1991) The Antitrust Analysis of Grocery Slotting Allowances: The Procompetitive Case. *Journal of Public Policy and Marketing*, vol. 10, pp. 187–198.
- Kotelnikova Z. (2012) New Economic Sociology and Relationship Marketing: Parallel Development. *Economic Sociology. The European Electronic Newsletter*, vol. 13, pp. 27–33.
- Krippner G. R. (2001) The Elusive Market: Embeddedness and the Paradigm of Economic Sociology. *Theory and Society*, vol. 30, pp. 775–810.
- Levinthal D. A., Fichman M. (1988) Dynamics of Interorganizational Attachments: Auditor-Client Relationships. *Administrative Science Quarterly*, vol. 33, pp. 345–369.
- Li D., Eden L., Hitt M., Ireland R. D. (2008) Friends, Acquaintances, or Strangers? Partner Selection in R & D Alliances. *Academy of Management Journal*, vol. 51, pp. 315–334.
- Macaulay S. (1963) Non-Contractual Relations in Business: A Preliminary Study. *American Sociological Review*, vol. 28, pp. 55–67.
- Macneil I. R. (1978) Contracts: Adjustments of Long-Term Relations under Classical, Neoclassical, and Relational Contract Law. *Northwestern University Law Review*, vol. 72, pp. 855–905.

- Macneil I. R. (1980) *The New Social Contract: An Inquiry into Modern Contractual Relations*, New Haven: Yale University Press.
- Ménard C. (2004) The Economics of Hybrid Organizations. *Journal of Institutional and Theoretical Economics*, vol. 160, no 3, pp. 345–376.
- Mesquita L. F., Brush T. Y. (2008) Untangling Safeguard and Production Coordination Effects in Long-Term Buyer-Supplier Relationships. *Academy of Management Journal*, vol. 51, pp. 785–807.
- Molm L. D. (2003) Theoretical Comparisons of Forms of Exchange. *Sociological Theory*, vol. 21, pp. 1–17.
- Molm L. D., Whitham M. M., Melamed D. (2012) Forms of Exchange and Integrative Bonds: Effects of History and Embeddedness. *American Sociological Review*, vol. 77, pp. 141–165.
- Padgett J. F., Powell W. W. (2012) The Problem of Emergence. *The Emergence of Organizations and Markets* (eds. J. F. Padgett, W. W. Powell), Princeton: Princeton University Press, pp. 1–29.
- Pfeffer J., Salancik G. (1978) *The External Control of Organizations: A Resource Dependence Perspective*, New York: Harper and Row.
- Powell W. W. (1990) Neither Market Nor Hierarchy: Network Form of Organization. *Research in Organizational Behavior*, vol. 12, pp. 295–336.
- Poppo L., Zenger N. (2002) Do Formal Contracts and Relational Governance Function as Substitutes or Complements. *Strategic Management Journal*, vol. 23, pp. 707–725.
- Portes A. (2010) *Economic Sociology: A Systematic Inquiry*, Princeton; Oxford: Princeton University Press.
- Provan K. G., Skinner S. J. (1989) Interorganizational Dependence and Control Predictors of Opportunism in Dealer-Supplier Relations. *Academy of Management Journal*, vol. 32, pp. 202–212.
- Radaev V. (2005) Competitive Changes on Russian Markets: The Example of Retail Chains. *Russian Social Science Review*, vol. 46, pp. 5–18.
- Radaev V. (2011) *Komu Prinadlezhit Vlast' na Potrebitelskikh Rynkakh: Otnosheniya Roznichnykh Setey i Postavshchikov v Sovremennoy Rossii* [Who Has the Power in the Consumer Markets: Retailer-Supplier Relationships in Contemporary Russia], Moscow: HSE Publishing House (in Russian).
- Radaev V. (2013) Market Power and Relational Conflicts in Russian Retailing. *Journal of Business and Industrial Marketing*, vol. 28, no 3, pp. 167–177.
- Rajamma R. K., Zolfagharian M. A., Pelton L. E. (2011) Dimensions and Outcomes of B2B Relational Exchange: A Meta-Analysis. *Journal of Business and Industrial Marketing*, vol. 26, pp. 104–114.
- Rennhoff A. D. (2008) Promotional Payments and Firm Characteristics: A Cross-Industry Study. *Journal of Applied Economics and Policy*, vol. 27, pp. 47–62.
- Siguaw J. A., Baker T. L., Simpson P. M. (2003) Preliminary Evidence on the Composition of Relational Exchange and Its Outcomes. *Journal of Business Research*, vol. 56, pp. 311–322.

- Weber M. (1978) *Economy and Society*. Vol. 1, Berkeley: University of California Press.
- Whitford J. (2012) Waltzing, Relational Work and the Construction (or not) of Collaboration in Manufacturing Industries. *Politics and Society*, vol. 2, pp. 249–271.
- Williamson O. E. (1985) *The Economic Institutions of Capitalism*, New York: Free Press.
- Williamson O. E. (1994) Transaction Cost Economics and Organization Theory. *The Handbook of Economic Sociology* (eds. N. Smelser, R. Swedberg), New York: Russell Sage Foundations, pp. 77–107.
- Wilson D. (1995) An Integrated Model of Buyer-Seller Relationships. *Journal of the Academy of Marketing Science*, vol. 23, no 4, pp. 335–345.
- Uzzi B. (1996) The Sources and Consequences of Embeddedness for the Economic Performance of Organizations: The Network Effect. *American Sociological Review*, vol. 61, pp. 674–698.
- Uzzi B. (1999) Embeddedness in the Making of Financial Capital: How Social Relations and Networks Benefit Firms Seeking Financing. *American Sociological Review*, vol. 64, pp. 481–505.
- Zelizer V. (2005) Culture and Consumption. *The Handbook of Economic Sociology* (eds. N. Smelser, R. Swedberg), 2d ed., Princeton: Princeton University Press, pp. 331–354.
- Zelizer V. (2012) How I Became a Relational Economic Sociologist and What Does That Mean? *Politics and Society*, vol. 40, pp. 145–174.
- Zukin S., DiMaggio P. (1990) Introduction. *The Structures of Capital: The Social Organization of the Economy* (eds. S. Zukin, P. DiMaggio), New York: Cambridge University Press, pp. 1–36.

Received: September 29, 2014

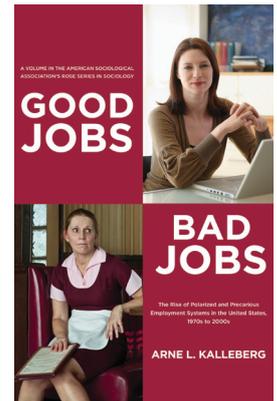
Citation: Radaev V. (2015) Relational Exchange in Supply Chains and Its Constitutive Elements. *Ekonomicheskaya sotsiologiya = Journal of Economic Sociology*, vol. 16, no 1, pp.81–99. Available at: <http://ecsoc.hse.ru/2014-16-1.html>.

NEW BOOKS

Tatiana Karabchuk

Bad Jobs as a Core Driver of Growing Social Inequality in the United States

Book Review: Kalleberg A. (2011) *Good Jobs, Bad Jobs: The Rise of Polarized and Precarious Employment Systems in the United States, 1970s to 2000s*, New York: Russell Sage Foundation¹.



KARABCHUK, Tatiana Sergeevna — Candidate of Sciences in Sociology, Deputy Director of Laboratory for Comparative Social Research, Senior Research Fellow of Laboratory for Studies in Economic Sociology, National Research University Higher School of Economics.
Address:
20 Myasnitskaya str.,
Moscow, 101000,
Russian Federation.

Email: tkarabchuk@hse.ru

Abstract

This is a review of a masterpiece by a famous professor of labor sociology. Anyone looking for understanding current labor market processes needs to read this latest work by Arne L. Kalleberg, the Kenan Distinguished Professor of Sociology at the University of North Carolina at Chapel Hill. Kalleberg focuses on the US and shares his deep understanding of a wide range of social and economic mechanisms of the labor market under globalization. The book gives a vivid description of the current labor market and provides an explanation for the changes that brought about the rise of precarious employment. The book sheds light on the reasons for the dramatic increase in polarization and inequality between jobs and both between and within occupations. Kalleberg argues that the US is in dire need of a new social contract to tackle the challenges that arise from a globalized division of labor, widening polarization in the quality of jobs, and the proliferation of precarious work. An example of such a new social contract is a “flexicurity” system, aspects of which exist today in some countries. Kalleberg claims that only a coordinated effort by government, business and labor can address the sources and consequences of the polarization in job quality and that only such an effort will be able to improve both the economic competitiveness of the US and the quality of jobs and lives of American citizens. Though the book itself is focused on the American labor market during the last forty years, this review attempts to place Kalleberg’s ideas into a global context.

Keywords: polarized labor market; precarious employment; bad jobs; good jobs; consequences of labor market segmentation; diversity of non-standard employment; United States.

Kalleberg’s book, published in the prestigious Rose Series in Sociology, established in 1967 by a bequest to American Sociological Association, imparts a clear and deep understanding of internal labor market mechanisms in the US since the 1970s. Resulting from decades of labor market research, the book clearly substantiates the author’s view of the current situation in the US labor market and its social system. The book educates the reader on the growth of the non-standard

¹ Winner of the 2012 Academy of Management's George R. Terry Book Award. Winner of the 2013 Best Book Award, Inequality, Poverty, and Mobility Section of the American Sociological Association.

employment sector, an important issue with relevance not only for the US but also for many other countries. In some European countries temporary employment currently makes up 25–30 percent of all jobs. This book should be required reading for labor economists or labor sociologists (or any other social scientist) who are interested in understanding the drivers of social inequality and labor market polarization.

The main focus of the book is to give a thorough description and explanation of the labor market changes that gave rise to polarized and precarious employment systems. The main conclusion of the book is that the US is in dire need of a new social contract to tackle the challenges of a global division of labor and growth of polarization and precarious work. Kalleberg envisions something he calls a “flexicurity system”, elements of which are already in place in some countries, as an example of a new type of social contract. Although politically impossible to implement in the US in its present context, the author claims that only a coordinated effort on the part of government, business and labor can address the sources and consequences of the polarization in job quality and that only this type of effort can improve both the economic competitiveness of the US and the quality of jobs and lives of American citizens. Kalleberg begins with an explanation of the nature of work and job quality. The first part of the book focuses on changing work structures and workers, and the second part is devoted to a discussion of various types of inequality at work. The final part of the book discusses Kalleberg’s proposal for addressing this inequality through social policy, describing the barriers that prevent a real national conversation on this issue, and the main challenges faced by policymakers.

Job Quality in the United States and All over the World

The US, similar to many other countries, has undergone market transformations, such as globalization and deregulation, that have increased the amount of competition faced by firms, provided greater opportunities for management to outsource work to lower-wage countries, and opened new sources of workers through immigration. More knowledge-intensive work, accompanied by technological progress, expansion of the service sector, greater diversification of the labor force, and shifts toward greater individualism at work, have all radically transformed employment relations and the nature of work in the US. These changes in work and the workforce have made the quality of employment problematic.

To help the reader to grasp the seriousness of the problem, Kalleberg begins the book with the premise that good jobs are important for any society. Workers who have job security and who have reasonable expectations regarding future job opportunities are more likely to put down roots in their community, raise children, buy a house and invest in family life and the future. Creating good jobs and avoiding bad jobs therefore ought to be considered major priorities because work is central to human welfare and the functioning of organizations and societies. Moreover, jobs are the main means through which individuals are linked to the economy and slotted into places within a system of social stratification. The author’s broad approach toward this aspect of economy and society brings interest to the book not only for labor economists and sociologists but also for virtually any researcher in the social sciences.

After identifying the basic dimensions of job quality and laying out the difference between “good” and “bad” jobs, Kalleberg gives his perspective on the growing polarization in both economic and non-economic dimensions of job quality and makes the argument that this polarization is structural (not cyclical). He attributes this polarization to the growing mismatch between social and economic institutions and the changing nature of work and the labor force.

After a period of optimism in the 1960s–1970s, wages in the US remained stagnant for many people, though jobs became more pressured and demanding. Strikingly, low wages and job insecurity put many Americans at or below the poverty line during the period of high employment in the 1990s. In the 2000s, both academia and

the media paid attention to widespread and growing anxiety towards the scarcity of good jobs, i.e. jobs that paid a living wage, were relatively secure and could provide opportunities for advancement.

According to Kalleberg, the quality of a job depends heavily on: (1) economic compensation, such as earnings and fringe benefits; (2) the degree of job security and opportunities for advancement to better jobs; (3) the degree to which people are able to exercise control over their work activities and experience their jobs as interesting and meaningful; and (4) the extent to which people's time at work and control over their work schedules permit them to spend time with their families and in other non-work activities [Kalleberg 2012: 5].

Each job needs to be evaluated in each particular case, depending on personal perceptions and preferences. Kalleberg agrees that a person's work values and expectations are related to his/her gender, race, age, education, and work experience and to the cultural characteristics of the society in which the person lives. Considering all of the complexity of what constitutes a good job versus a bad job in a particular society and time period, the author provides a careful description of these two types of jobs in the US today. To my understanding, we can apply this criterion to evaluate a job in other countries as well, that is why this book is such a valuable contribution to the current discussion on decent jobs. This provides an alternate view to a discussion that has been dominated by International Labor Organization conventions. For example, to label a job as good or bad, it should meet the five criteria given in Table 1.

Table 1

Characteristics of Good Jobs versus Bad Jobs

Good Jobs	Bad Jobs
Pays relatively high earnings, provides opportunities for increases in earnings	Pays low wages and does not lead to higher wages over time
Provides adequate fringe benefits (health insurance and retirement benefits)	Does not provide fringe benefits, such as health insurance and pension benefits
Enables the worker to have opportunities for autonomy and control over work activities	Does not enable the worker to exert control over the work activities
Gives worker some flexibility and control over scheduling and terms of employment	Does not provide the worker with flexibility to address non-work issues
Provides the worker with some control over the termination of the job	Does not give the worker some control over the termination of the job

Source: [Kalleberg 2012: 9–10].

Kalleberg emphasizes two aspects of the change in job quality. First, it has become very difficult to distinguish between good and bad jobs in the US based on their degree of security, as all jobs have become more precarious, or more risky, in terms of consequences of job loss and have become more insecure in general. Second, advancement opportunities have become increasingly important for people who have completed their formal education and have families to support. Whenever a job does not provide any real opportunities and does not offer any noneconomic and economic rewards in the future, it becomes a “dead-end” job.

Job quality and quality of life are already understood as important issues in Europe and are being discussed by the European Commission and OECD [OECD 2011; 2013]. For example, the European Foundation carries out a triennial survey of all European countries on “Quality of Job” and “Quality of Life” so that changes in job quality and their effects on individuals' well-being can be tracked. Similarly, the European Social Survey, taken every two years, collects data on both economic and noneconomic characteristics of jobs. These developments in Europe are not mentioned in the book, and in the US, no such data are collected that would allow one to examine changes in job quality over time.

Changing Work Structures and Workers as Main Reasons for the Decrease in Job Quality

Kalleberg describes two sets of factors that explain the lowering of job quality in the US: the structural and institutional contexts of work shaped by political and sociological forces and changes in the composition of the labor force. The former includes mechanisms for decision-making by employers, type of industry, collective agreements and occupational structures. The latter encompasses the needs and preferences of workers and how these affect the relationship between job characteristics and their own values, needs and expectations.

Kalleberg discusses the erosion of government regulations that set minimum acceptable standards in labor and argues that this has led to a shift in the balance of power away from workers and towards employers. Together with advances in technology, an increasingly market-driven approach under the banner of neoliberalism has forced companies to compete on a global stage. Short-term profit seeking has encouraged managers to treat labor as a variable rather than a fixed cost, leading to mass outsourcing and the growth of both temporary and other forms of precarious work.

Globalization and spatialization, increased price competition in product markets, expansion of the service sector, the changing role of capital markets in corporate governance, an ideological shift toward greater individualism, decline in the power of union, the growing distance between employers and workers, and the weakening of government intervention in the labor market are among the structural and institutional changes that have contributed to the proliferation of nonstandard work relations.

Institutional transformations have been accompanied by great changes in the composition of the labor force, which Kalleberg describes in detail. The proportion of women, migrants, those with a university diploma and dual-earner families grew dramatically, thus affecting the labor market. Women's labor force participation, particularly among married women with children, and those with educational qualification both increased. Nonetheless, employment has retained a gender bias, with men generally having better-quality jobs, higher wages and greater autonomy and control over their jobs. In addition, women are also three times more likely to work part-time than men are.

The increased value of education spurred greater polarization among workers. The importance of higher education became remarkable as the new minimum requirement for obtaining a good job. Though not discussed in the book, this tendency is also true for many European countries and for Russia: the first requirement for any white-collar position, including those in the service sector, is a university diploma. At the same time, more highly educated people demand a greater return from their job, not only in the form of wages but also in terms of increased autonomy and control of schedule, opportunities for growth and development, and other such characteristics related to job quality. Though it is true that more women currently participate in the labor market, not only in the US but also in many other western countries, during this same period of economic growth, the rate of women's labor force participation remained steady and very high, at approximately 70–80 percent of working age women, in countries of the former Soviet bloc. Kalleberg gives a convincing explanation for this from a socio-economic point of view; however, in doing so, he completely neglects the shift in human values. This global process of women's growing labor force participation could be explained by the spread of emancipative values and more egalitarian attitudes towards gender in many parts of the world [Welzel, Deutsch 2011; Welzel 2013].

Another interesting feature of the current labor market, as depicted by Kalleberg, is the increase of dual-earner couples among American families. The various reasons for the increase in women within the labor market are clear: higher divorce rates, the decline in the birth rate, increasing educational attainment among women, and the availability of jobs in the service sector and white-collar occupations. The stagnation of men's wages

has also made it difficult, if not impossible, for one breadwinner to support a family. I would like to draw the readers' attention to a specific feature of the Russian setting: the relatively low earnings of one spouse have been associated with the motivation of women to participate actively in the labor market. The impossibility of supporting a family, particularly families with several children, with the wages of one breadwinner further influenced the entrance of women into the working sphere [Sinyavskaya, Billingsley 2013]. At the same time, more and more women have become committed to their own careers and do not treat their job as a supplement to their husbands' income. However, in the US, work continues to be gendered in terms of quality of jobs: men generally have better jobs than women do. Females are often assigned to relatively low-paying jobs that do not provide much opportunity for advancement [Kalleberg 2012: 46].

Kalleberg lists migration among the reasons explaining the proliferation of precarious and low-paid jobs. The very high migration flows draw further parallels between the US and Russia, where the Russian labor market attracts millions of immigrants from Central Asian and neighboring countries. Bad jobs are encouraged by the flow of low-skilled migrants. Such jobs are low in rates of pay, insecure and lacking in any advancement opportunities.

The author arrives at three main conclusions about changes in the labor force. First, education drives a wedge between people with good jobs and people with bad jobs, i.e., education brings greater polarization in the workforce. Second, low rates of education in large portions of the US population, particularly minority groups within the US (nonwhites, the foreign-born, and older workers), allow employers to continuously create jobs with low payment that are generally of low quality. Finally, Kalleberg warns that exactly those countries that have the most liberal labor regulation, such as the US, have the highest incidence of low wages and generally low-quality jobs among its disadvantaged groups. It would therefore behoove those economists who advocate for liberalization of the labor market to keep this warning in mind.

Inequality in Job Quality

The author argues that the growth of inequality derives from the decline of an American middle class based on an abundance of relatively low-skill jobs that nevertheless offered relatively good pay and benefits, job stability and a path for advancement. The polarization between workers with good jobs and those with bad jobs increased due to the rising duality between primary and secondary labor markets. This argument is grounded in the theory of labor market segmentation posed by Doeringer, Piore, Doeringer and many others [Doeringer, Piore 1971; Piore 1978; Doeringer 1986]. Thus, the book is a logical continuation and development of this theory as an application of nonstandard work paradigm.

There are several dimensions of the polarity discussed by the author: (1) polarization within service industries, (2) polarization of the occupational structure, (3) polarization of organizations, (4) polarization of employment relations, and (5) polarization of workers. Kalleberg explicitly shows how exactly each of the aforementioned dimensions contributes to the general polarization in the US labor market.

The growth of precarious employment relations is a key issue that is discussed throughout Kalleberg's book, and job instability, nonstandard employment and perceived uncertainty are explained in Chapter 5. Job security and job stability have decreased in the United States since the 1970s. This conclusion is supported by evidence from a diverse range of indicators: the growth of nonstandard, market-mediated work arrangements; the decline in employer tenure; the increase in involuntary job loss rates for certain groups; the growth in the share of long-term unemployment; and the increases in uncertainty and insecurity in workers' perceptions. Consequently, all jobs are shown to have become more insecure and precarious. The very important conclusion of this chapter is that "the growth of insecurity has redefined the meaning of the psychological contract between employers and employees; it no longer points to an exchange of effort and loyalty for the promise of a secure job and future

advancement with the company” [Kalleberg 2012: 103]. This phenomenon has far-reaching consequences for greater inequalities and polarization.

The general increase in precarious work and job insecurity for all workers along with expanding polarization deepen the inequality even more. Competition for good jobs in light of decreased work security and increased nonstandard work arrangements centers on candidates’ education and special skills. Due to differences in education, some workers are less (or more) vulnerable than others to bad jobs, whereas the labor force becomes increasingly polarized into those with more education and market skills and those without these human capital attributes [Hacker 2006; Kalleberg 2012].

The rise of precarious employment has negative effects on job quality, including earnings, control of autonomy at work and job satisfaction. Greater inequalities come from the growth of both well-compensated and poorly compensated jobs, coupled with a decline in middle class jobs. Earnings inequality associated with the gender gap, racial discrimination, skill-biased technical change, educational differences and occupational differences between jobs, and the decrease in opportunities for economic mobility each bring a lack of income growth to the middle class.

Jobs are polarized in terms of control over work activities and intrinsic rewards, which is another characteristic of job quality. Despite the limitations of the previous quantitative studies, the results suggest that there has been an expansion of opportunities for non-economic job rewards, such as the degree of control that workers have over their work activities, participation in decision-making and possibilities to find meaningful, challenging work that makes use of their skills.

At the same time, jobs have become more stressful and time demanding, with a considerable increase in working hours. Time is the key feature of job quality. Though the overall number of working hours increased in the US economy, the average working hours both for men and women stayed relatively stable between the 1970s and 2000s (43 hours for men and 37 hours for women). The proportion of those working part time (less than 30 hours per week) was to 8.6 percent for men and 19.6 percent for women in 2000. In Russia, for example, the rates for part-time employment is two times lower. A peculiarity of the American labor market is the overwhelming share of those who work more than 50 hours a week, working rates that can be considered ‘overworking’. This phenomenon is widely discussed in the American literature [Schor 1991; Osterman, Kochan, Locke, Piore 2001; Jacobs, Gerson 2004]. Overworking and the intensity of work are both crucial problems in present US labor relations. Workers in both bad and good jobs are now working more intensely.

Growing polarization in the number of working hours often reflects the polarization between bad and good jobs. What is interesting to note is that those who have good jobs in terms of wage, advancement and autonomy are likely to work more hours than those who have relatively low-skill and poorly paid jobs. On the one hand, it seems fair that those who have more working hours have better remuneration, but on the other hand, it is unclear whether such a job is actually a good job if it does not allow a person to strike a successful balance between family and work. The growing needs of workers to have greater flexibility to take care of family and personal matters and the relatively slow changes in jobs and workplaces to meet these needs indicate a structural mismatch. It should be underlined that the majority of American workers still do not have access to flexible schedules.

It is thus very important to study job satisfaction to be able to trace this mismatch in labor relations and predict when employees will quit their jobs (and to predict possible strikes and social tensions in society) to adjust the jobs to meet the workers’ needs. Work satisfaction is one of the main indicators of job quality that has successfully translated into statistical measurements. Job satisfaction is “an evaluative measure based on worker’s perceptions of overall goodness of their jobs and their judgments about the quality of

their employment situation” [Kalleberg 2012: 164]. “The impact of particular job rewards on satisfaction are filtered through the subjective lens of one’s work values or the importance that people place on various economic and noneconomic job rewards as well as their expectations” [Kalleberg 2012: 165]. Many scientists criticize this method of measuring job quality because job satisfaction is not a measure of objective quality of jobs. Nonetheless, job satisfaction forms the basis for workers’ decision-making in relation to resignation, job changes and job training. For these reasons, it becomes important to understand workers’ own perceptions of their current jobs. Such data are both valuable for employers and policy makers in the adjustment of labor market needs, understanding employees’ demands for fair wage remuneration and good payments and addressing family-work conflicts. The value of such data is reflected in the European Value Survey of 2010, which included an additional block of questions devoted to job satisfaction and work characteristics that allow us to measure mismatches between the two.

There are two ways to measure job satisfaction: by direct question (“All in all, how are you satisfied with your job?”) or by several questions to different job satisfaction items like satisfaction with wage, working hours, promotion opportunities, and work intensity. Kalleberg forms arguments on total job satisfaction using this second method (via regression on the items) (see Table 9.1: [Kalleberg 2012: 168]). To my mind, a better technique would be confirmatory factor analysis. Taking such an approach would allow for the calculation of the factor loadings of each item. Moreover, to speak about the determinants of job satisfaction, we should apply structural equation modeling to allow us to measure this latent variable of job satisfaction (measured by several items) while simultaneously considering the coefficients of the tested factors and controls for all other significant variables discussed in the book, such as gender, age, and cohorts. The overall level of job satisfaction in the American labor force has declined since the 1970s, with less evidence for growing polarization in job satisfaction [Kalleberg 2012: 176].

I fully agree with Arne Kalleberg that increases or decreases in job satisfaction over time can be interpreted as indicators of the growth or decline in the quality of jobs. I think that this measure is a very important indicator for the economy or particular industry or occupations (both for employers and policy makers of a country) because it can help trace changes and prevent massive strikes and social movements. I think in many transition countries and developing countries, there is a lack of information on this particular indicator. In the case of the European Union, regular Quality of Job surveys, as performed by the European Commission, allow for the measurement of job satisfaction and its items.

Growing precarious employment determines the overall decline in job satisfaction and subjective well-being, particularly in relation to involuntary temporary or part-time jobs. The lack of security in the precarious positions leads to decrease in job satisfaction as workers perceive their peer’s jobs to be more secure and well-paying than their own [Kalleberg 2012: 170]. I would like to stress this conclusion for rigid labor markets where the labor market segmentation is more significant because those who hold periphery positions are aware of the existence of good and secure jobs in the primary sector. As a result, having an odd job in a rigid labor market leads to greater worker dissatisfaction than does having precarious work in a liberal labor market. That is what the evidence shows us in the comparative study on subjective well-being and employment type [Karabchuk, Soboleva, Nikitina 2014]. The global increase in precarity might thus have even more negative consequences for countries that have very rigid labor legislation, making it important not only to discuss but also to push forward the development of flexicurity systems and new social contract.

It is very important to stress that such polarized and precarious employment systems result from economic restructuring and that the removal of institutional protections is not merely a temporary feature of a self-

correcting business cycle. “The decline in the middle class and expansion of the very rich and very poor has resulted in the creation and maintenance of 'two Americas' that differ widely in their life chances and political attitudes and preferences” [Kalleberg 2012: 16] or in Freeman words “emerging apartheid economy” [Freeman 1997].

Challenges for Policy

There is no American exceptionalism in the described tendencies of growing polarization and precariousness because these processes have a global nature. All high- and low-income countries face similar pressures from intense globalization, technological advances, a greater mobility of capital and labor, new forms of organizational interdependence and weakened unions. In turn, these pressures affect the institutional frameworks governing employment relations.

Kalleberg begins the chapter on challenges for social policy by providing a brief and excellent summary of the changes in job quality in the US. That section serves as a concluding remark for the previously presented chapters on job quality. As one cannot find a specific conclusion section at the end of the book, it is slightly misleading; should a person read the whole book, he/she can find such conclusions at the beginning of Chapter 10. The author notes seven main changes that occurred in the US labor market within the last four years: (1) the growing polarization of the labor market and job quality has led to the increase in inequality in economic and noneconomic rewards; (2) precarious work and insecurity has increased overall; (3) many low-wage jobs have been created; (4) a substantial number of good jobs have been generated; (5) good jobs tend to have bad aspects in terms of longer working hours, stress and intensity; (6) there have been almost no changes in possibilities to combine family and work roles, and workers' needs for greater control over their work schedules grew faster than possibilities of balancing work and family life; and (7) differences in education and skill levels bring greater inequality and polarization to the labor market.

Following Appelbaum, Kalleberg concludes that it is exactly the absence of strong labor market institutions that has encouraged the growth of polarized and precarious employment systems in the United States [Kalleberg 2012: 17], as the existing “labor market institutions have been inadequate to protect workers' interests” [Appelbaum 2010: 186]. Bad jobs constitute approximately 25 percent of total employment, which is a rather large proportion of the labor force. However, the book would benefit greatly from more discussion on the differences in the institutional background of the countries and the ways to adapt to the global changes mentioned above. The degree of polarization in the US labor market (with liberal labor regulations) in comparison to European labor markets (with much more strict employment legislation) remains unclear. As we know from the existing literature on Russia, Germany and Spain, very rigid labor legislation stimulates the extreme dualism of the core and periphery in the labor market, furthers polarization and leads to the expansion of temporary employment [Erlinghagen 2006; Hubler, Hubler 2006; Lechner, Wunsch 2006; Giesecke 2009; Gimpelson, Kapelyushnikov, Lukyanova 2010]. I would like to draw the readers' attention to the fact that the share of temporary employment in such countries is much higher than that in America or UK (according to OECD data², the shares of temporary employment in 2005 were 4.2 and 5.8 percent in the US and UK, whereas in Russia, Germany and Spain the rates were 12.2, 14.2 and 33.3 percent, respectively). The institutions should be compared in more detail, though possibly in another book.

Finally, the book points towards the need for a new social contract that will help address the growing polarization and precarious employment. It is worth noting that “polarization of work into either good or bad jobs, with little in between, is linked with the growing divergence in the other aspects of life, such as the decline of the middle class and the growing polarization of politics” [Kalleberg 2012: 182]. Using the example

² OECD. Available at: http://stats.oecd.org/Index.aspx?DatasetCode=TEMP_I# (accessed 8 September 2014).

of “flexicurity” lessons from other countries, Kalleberg underlines the necessity of integrating employment and social policies and lays down challenges for American policy makers. The concept of flexicurity means to provide flexibility both to employer and employee while providing basic security to workers. I think that we should read more about the idea that we need to protect individual workers rather than try to protect the existing jobs. The idea is taken from the Danish example of addressing social policies to particular groups of workers and within the population while simultaneously freeing the employers’ arms for different type of employee contracts and no firing costs.

While discussing a new social contract, Kalleberg describes the roles of three actors: government, business and labor. The government’s role is considered to be creating economic security and providing a safety net, setting labor market standards, creating good jobs, control and socialization of immigrants and enhancing of education and training. The role of business and the role of labor are briefly described but require further emphasis with better empirical evidence. The main obstacles to implementing the new social contract could also be applied to Russia. The US and Russia are larger in geographical terms (in comparison with Denmark and Netherlands), so housing and transportation are more problematic issues when seeking to reallocate people from areas with job decline to locations where jobs are growing [Kalleberg 2012: 204]. Diverse and heterogeneous population, reliance on markets, spread individualistic values, economic instability and lack of confidence and trust in government are other obstacles to overcome on the way to this new social contract.

Overall, this book can be considered to be well backed-up with facts, logic and statistics. It warns against too much liberalization in labor relations, which can lead to dramatic consequences and extreme polarization and inequality with very rich and very poor employees and increasingly precarious employment.

References

- Appelbaum E. (2010) Institutions, Firms and Quality of Job in Low-Wage Labor Markets. *Low-wage in the Wealthy World* (eds. J. Gautie, J. Schmitt), New York: Russell Sage Foundation, pp. 185–210.
- Doeringer P. (1986) Internal Labour Markets and Noncompeting Groups. *The American Economic Review*, vol. 76, no 2, pp. 48–52.
- Doeringer P., Piore M. (1971) *Internal Labour Markets and Manpower Analysis*, Lexington, MA: DC Heath.
- Erlinghagen M. (2006) The Case of West Germany — Flexibility and Continuity in the German Labour Market. *Trends in Employment Stability and Labour Market Segmentation* (eds. Ch. Köhler, K. Junge, T. Schröder, O. Struck). SFB no 580, Jena: Universität Jena, pp. 111–121. Available at: <http://kuumlai.free.fr/RESEARCH/THESE/TEXTE/INEQUALITY/Segment/Trends%20in%20employment%20stability%20and%20labour%20market.pdf> (accessed 18 January 2015).
- Freeman R. (1997) *When Earnings Diverge*. NPA Report 284. Washington, DC: National Policy Association.
- Giesecke J. (2009) Socio-Economic Risks of Atypical Employment Relationships: Evidence from the German Labour Market. *European Sociological Review*, vol. 25, no 6, pp. 629–646.
- Gimpelson V., Kapelyushnikov R., Lukyanova A. (2010) Employment Protection Legislation in Russia: Regional Enforcement and Labour Market Outcomes. *Comparative Economic Studies*, vol. 52, no 4, pp. 611–636.
- Hacker 2006 J. (2006) *The Great Risk Shift: The Assault on American Jobs, Families, Health Care and Retirement and How You Can Fight Back*, New York: Oxford University Press.

- Hubler D., Hubler O. (2006) *Is There a Trade-off Between Job Security and Wages in Germany and the UK?* Discussion Paper no 2241, Bonn: Institute for the Study of Labour.
- Jacobs J. A., Gerson K. (2004). *The Time Divide: Work, Family, and Gender Inequality*, Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Kalleberg A. (2012) *Good Jobs, Bad Jobs: The Rise of Polarized and Precarious Employment Systems in the United States, 1970s—2000s*, New York: Russell Sage Foundation.
- Karabchuk T., Soboleva N., Nikitina M. (2014) Subjective Well-Being and Type of Contract in Europe: Is There Any Effect of Labour Legislations? *Beyond Money: Social Roots of Health and Well-Being* (eds. F. Sarracino, M. Mikucka), New York: Nova Science Publishers, pp. 85–106.
- Lechner M., Wunsch C. (2006) *Active Labour Market Policy in East Germany: Waiting for the Economy to Take Off*. Discussion Paper no 2363, Bonn: Institute for the Study of Labour,
- OECD (2011) *How's Life?: Measuring Well-Being*, Paris: OECD Publishing. Available at: <http://dx.doi.org/10.1787/9789264121164-en> (accessed 18 January 2015).
- OECD (2013) *How's Life?: Measuring Well-Being*, Paris: OECD Publishing. Available at: <http://dx.doi.org/10.1787/9789264201392-en> (accessed 18 January 2015).
- Osterman P., Kochan Th., Locke R., Piore M. (2001) *Working In America: A Blueprint for a New Labor*, Cambridge, MA: Market MIT Press.
- Piore M. (1978) Dualism in the Labour Market. A Response to Uncertainty and Flux. The Case of France. *Revue Economique*, vol. 19, no 1, pp. 26–48.
- Schor J. (1991) *The Overworked American: The Unexpected Decline of Leisure*, New York: Basic Books.
- Sinyavskaya O., Billingsley S. (2013) *The Importance of Job Characteristics to Women's Fertility Intentions and Behavior in Russia*. Stockholm Research Reports in Demography, no 12, Stockholm: Stockholm University.
- Welzel C. (2013) *Freedom Rising: Human Empowerment and the Quest for Emancipation*, New York: Cambridge University Press.
- Welzel C., Deutsch F. (2011) Emancipative Values and Nonviolent Protest: The Importance of 'Ecological' Effects. *British Journal of Political Science*, vol. 42, no 2, pp. 465–479.

Received: September 20, 2014

Citation: Karabchuk T. (2015) Bad Jobs as a Core Driver of Growing Social Inequality in the United States. Book Review: Kalleberg A. 2011. *Good Jobs, Bad Jobs: The Rise of Polarized and Precarious Employment Systems in the United States, 1970s to 2000s*. New York: Russell Sage Foundation. *Ekonomicheskaya sotsiologiya = Journal of Economic Sociology*, vol. 16, no 1, pp.100–109. Available at: <http://ecsoc.hse.ru/2014-16-1.html>.

CONFERENCES

Ivan Aymaliev

A Review of the Study “Measurement and Analysis of Corruption Using Objective Data” by T. V. Natkhov and L. I. Polischuk

“Sociology of Markets” seminar series of the Laboratory for Studies in Economic Sociology, the Higher School of Economics in Moscow, 2 December 2014



**AYMALIEV, Ivan
Metodiev** — Junior
Research Fellow,
Laboratory for Studies
in Economic Sociology,
Laboratory for
Sociological Analysis,
National Research
University Higher School
of Economics.
Address:
20 Myasnitskaya str.,
Moscow, 101000,
Russian Federation.

Email: iaymaliev@hse.ru

Abstract

The purchase of “beautiful” car registration plates from state authorities is legal in many developed democracies. However, in Russia this practice is strictly prohibited. Anecdotal evidences suggest that Russians circumvent the law by bribery or blat. Given the ambiguous nature of informal payments to public officials, Natkhov and Polischuk propose a new objective measure of corruption based on the distribution of “beautiful” registration numbers. This article reviews their study and its discussion at the Sociology of Markets seminar at the Higher School of Economics. The authors hypothesize that in the absence of corruption, the “beautiful” registration numbers will be distributed normally regardless of automobile brands. In the presence of corruption, however, the “beautiful” registration numbers will be concentrated across luxury brands. They argue that a higher than usual concentration of “beautiful” registration numbers is an indicator of corruption. To test this hypothesis, they draw upon corruption economics theories and use an innovative dataset that includes car brands and registration numbers issued by the police in the city of Moscow from 2000–2007, as well as a 2014 quantitative survey with citizens ($N = 1,552$). The economists find that the “beautiful” registration numbers are concentrated across luxury car brands, but are normally distributed across ordinary brands. They conclude that the higher than usual concentration of “cherish” registration numbers among luxury brands is an indicator of higher police corruption. Nevertheless, sociologists suggest that the proposed index is rather an indicator of social status, personal connections or elite consumption preferences.

Keywords: corruption; measurement; police; car registration plates; luxury consumption; Russia.

Timur Natkhov and Leonid Polischuk presented their work “Measurement and Analysis of Corruption Using Objective Data” at the “Sociology of Markets” seminar of the Laboratory for Studies in Economic Sociology at the Higher School of Economics in Moscow on 2 December 2014. Their paper brief outlines and a summary of discussion are below.

Paper Outlines

Introduction

Corruption is most commonly defined as the “misuse or abuse of public office for private gain” [World Bank 1997; United Nations Development Programme 1999]. Corruption weakens the state, is often associated with violence and criminality [Johnston 2005], and endangers (inter)national security [Gerber, Mendelson 2008]. Corrupt practices hinder economic development. Corruption has an adverse effect on investment and growth [Keefer, Knack 1995; Mauro 1995], on inequality and poverty [Gupta, Davoodi, Alonso-Terme 1998], and on the allocation of public spending on education, health and public infrastructure [Tanzi, Davoodi 1997].

An awareness of the dramatic effects which corruption has on socioeconomic development has motivated theoretical and empirical investigations into how to measure it better. However, conceptualizing and quantifying corruption has proven to be a difficult task. First, it is hard to isolate corrupt behavior in the data [Duggan, Levitt 2000]. Second, corrupt transactions are illegal, hidden, publicly condemned and therefore are not directly observable. Participants, victims or witnesses of corrupt practices are typically unwilling to provide accurate information [Ivković 2005]. Third, corrupt acts vary in their manifestation, frequency, magnitude and the nature of the social relations between participants, rendering their measurement across countries or social groups a challenging task. Fourth, legal definitions of corruption greatly vary from country to country, some do not even have one [Ivković 2005].

These difficulties have prompted economists to measure subjective indicators such as perception, propensity, attitude, culture or tolerance of corruption. However, subjective measures suffer from considerable inefficiencies. Corruption perception indices often do not control for the frequency of interaction with public officials, may be politically biased or could reflect certain societal stereotypes rather than the actual situation [Oldenburg 1987]. Only a few scholars have attempted to estimate actual levels of corruption. Duggan and Levitt detected corruption in Sumo wrestling by investigating the distribution of matches [Duggan, Levitt 2000]. Moul and Nye found collusion in Soviet championship chess [Moul, Nye 2009]. Golden and Picci proposed an alternative objective measure of corruption consisting of the difference between a measure of the physical quantities of public infrastructure and the cumulative price government pays for public capital stocks [Golden, Picci 2005]. Rose-Ackerman proposed a measure based on over-priced infrastructure materials [Rose-Ackerman 1999]. Olken proposed a measure comparing administrative data on the amount of rice distributed with survey data on the amount actually received by households in Indonesia [Olken 2006]. In 2014, Dr. Timur Natkhov and Prof. Leonid Polischuk, professors at the Faculty of Economics at the Higher School of Economics in Moscow, proposed a new objective measure of corruption based on the distribution of “beautiful” numbers on registration plates among different car brands [Natkhov, Polischuk 2014].

Theory

In many developed democracies, it is completely legal to acquire “beautiful” car registration plates through additional payments. However, according to Russian law, the acquisition of registration plates for additional payments to public servants is strictly prohibited. In Russia, only the Traffic Police have the authority to issue registration plates. Russian drivers, just like their western counterparts, prefer certain combinations of numbers over others. Such preferred combinations include: repeated three-digit numbers, or three-digit numbers in the form of $X00$, or $00X$. The possession of such a registration plate is considered a status symbol and the probability of obtaining it through legal means is extremely low. These circumstances create considerable temptation and opportunities for corruption. Anecdotal evidence suggests that Russian drivers bypass the regulations by bribing public officials or using personal connections. Thus, public officials sell “beautiful” registration plates

only to those individuals who are wealthy enough to afford them. The authors hypothesize that in the absence of corruption, “beautiful” registration numbers will be distributed normally across all automobile brands. By contrast, in the presence of corrupt activities, we should observe a statistically significant higher than usual concentration of such registration numbers among luxury brands. The researchers claim that such a “higher-than-usual” concentration of “beautiful” number plates could be considered an indicator of corruption. That is, the greater the amount of “beautiful” registration numbers issued by a police unit, the more corrupt that unit is. Since the registration plates include information on the region in which the number was issued, the authors estimate corruption levels across all Russian regions.

Quantitative Survey

In order to obtain a clearer picture of the process of acquiring “beautiful” registration plates, the scholars conducted an online survey from 29 April to 27 June 2014 with 1,552 respondents. Ninety percent of respondents said that they own a car, 42 percent admitted that they possess special registration plates, and 71 percent said that they personally know others who had purchased “cherish” numbers. More than half of respondents claimed that people buy their “beautiful” numbers so as to appear more valuable in the eyes of others. About 20 percent of respondents bought the “beautiful” plate for aesthetic reasons. More than 60 percent of interviewees claimed to have acquired their “beautiful” registration plate directly from the Traffic Police. About 20 percent bought it in the private sector, the rest turned to middlemen. In most cases, people find middlemen through personal ties; they facilitate trade between clients and Traffic Police representatives. The market price for a single “beautiful” registration plate greatly varies, but in most regions is more than 100,000 RUR (\$ 1,872.4 or € 1,503.9), considerably higher than the Muscovite average monthly salary in 2014.

Data, Method and Analysis

The authors retrieved data consisting of car brands and state issued registration numbers in the city of Moscow from 2000–2007. The sample comprises four million cars. Economists filtered the data for numbers following these patterns: *XXX*, *OOX*, *XOO*, *XOX*, as well as for numbers indicating the regional code. They found remarkable peaks of “beautiful” registration numbers in the distribution of luxury car brands. By contrast, elite numbers were normally distributed across ordinary car brands, suggesting an absence of corrupt activities. The authors found that the difference in distribution of “beautiful” registration numbers across the luxury and ordinary car brand samples is statistically significant and not due to a random error.

Conclusion

The authors conclude that the higher than usual concentration of “beautiful” registration numbers among luxury car brands may be associated with greater levels of police corruption. A further step with the analysis is to correlate the index of “beautiful” registration numbers with existing corruption perception indices at regional level, and with police performance indicators and traffic fatalities, so as to examine its effectiveness in measuring corruption.

Summary of Discussion

The paper provoked heated discussion. Dr. Elena Berdysheva argued that the proposed indicator is not necessarily related to corrupt activities since a “beautiful” registration plate could be obtained through legal means or by chance. She stressed that the indicator is rather related to the perception of social status. Mr. Alexey Spirin pointed out that a “beautiful” registration plate could also be a combination of letters or words. He underlined the need to investigate additional symbol combinations. Prof. Denis Strebkov found issues in the study and questioned the methodology of corruption measurement. Prof. Andrey Shevchuk pointed out

that the index could be used as a measure of consumer preferences toward special kinds of luxury goods and services. Prof. Olga Kuzina argued that the proposed indicator does not necessarily measure corruption; she explained that it rather measures the attitudes of the Russian elite. She suggested that the Russian elite are probably using “beautiful” registration plates as a signaling mechanism to establish status in social hierarchies. She could not imagine how Western Europeans could measure corruption using such an indicator. Dr. Zoya Kotelnikova stressed that the proposed index is not just a measure of social status, but also a measure of the quantity and quality of connections with law enforcers that could be exploited in order to “get things done.” Ms. Elena Konobeeva recommended that the authors describe in greater detail the network organization through which the corrupt scheme of selling “beautiful” registration plates is organized. Mr. Ivan Aymaliev argued that the proposed corruption measure involves no considerable form of theft, extortion, or betrayal of public trust as defined in the theoretical models of Gambetta and Varese [Gambetta 2000; Varese 2000]. The practice is rather a form of collusive corruption where both the buyer and seller of the corrupt service enjoy a net benefit. The practice could rather be classified as a network corruption, where as Scott argues, “people honor obligations to others they know, in ways that are considered illegal” [Scott 1972; Granovetter 2007: 162]. Aymaliev mentioned that the case study reveals an interesting paradox. Corrupt and/or illegal activities are supposed to remain secret. Nevertheless, certain Russian elites show off with unusual registration plates, despite the possibility that they may appear corrupt in the eyes of ordinary people. Thus, they create a new rule of order and culture, a kind of fashion of corruption and impunity, signaling to others that they are above the law. Such opportunistic behavior could have adverse consequences as it creates the perception that democracy can be bought.

References

- Duggan M., Levitt S. D. (2000) *Winning Isn't Everything: Corruption in Sumo Wrestling*. NBER Working Paper Series, no 7798.
- Gambetta D. (2000) Corruption: An Analytical Map. *Political Corruption in Transition* (eds. S. Kotkin, A. Sajo), Budapest; New York: Central European University Press, pp. 33–56.
- Gerber T., Mendelson S. (2008) Public Experiences of Police Violence and Corruption in Contemporary Russia: A Case of Predatory Policing? *Law and Society Review*, vol. 42, no 1, pp. 1–44.
- Granovetter M. (2007) The Social Construction of Corruption. *On Capitalism* (eds. R. Swedberg, V. Nee), Stanford: Stanford University Press, pp. 152–174.
- Golden M., Picci L. (2005) Proposal for a New Measure of Corruption, Illustrated with Italian Data. *Economics and Politics*, vol. 17, pp. 37–75.
- Gupta S., Davoodi H., Alonso-Terme R. (1998) *Does Corruption Affect Income Inequality and Poverty?* IMF Working Paper, no 98/76.
- Ivković S. K. (2005) *Fallen Blue Knights: Controlling Police Corruption (Studies in Crime and Public Policy)*, New York: Oxford University Press.
- Johnston M. (2005) *Syndromes of Corruption. Wealth, Power, and Democracy*, New York: Cambridge University Press.
- Keefer P., Knack S. (1995) Institutions and Economics Performance: Cross Country Tests Using Alternative Institutional Measures. *Economics and Politics*, no 3, pp. 207–227.

- Mauro P. (1995) Corruption and Growth. *The Quarterly Journal of Economics*, no 110, pp. 681–712.
- Moul C. C., Nye J. V. C. (2009) Did the Soviets Collude? A Statistical Analysis of Championship Chess 1940–1978. *Journal of Economic Behavior and Organization*, vol. 70, no 1–2, pp. 10–21.
- Natkhov T., Polischuk L. (2014) *Izmerenie i analiz korrupsii po ob'ektivnym dannym* [Measurement and Analysis of Corruption Using Objective Data]. Unpublished paper. Available at: http://www.hse.ru/data/2014/12/01/1104442642/Полищук,%20Натхов_02.12.pdf (accessed 18 January 2015) (in Russian)
- Oldenburg Ph. (1987) Middlemen in Third-World Corruption: Implications of an Indian Case. *World Politics*, vol. 39, no 4, pp. 508–535.
- Olken B. A. (2006) Corruption and the Costs of Redistribution: Micro Evidence from Indonesia. *Journal of Public Economics*, no 90, pp. 853–870.
- Rose-Ackerman S. (1999) *Corruption and Government: Causes, Consequences, and Reform*, New York: Cambridge University Press.
- Scott J. C. (1972) *Comparative Political Corruption*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Tanzi V., Davoodi H. (1997) *Corruption, Public Investment, and Growth*. IMF Working Paper WP/97/139.
- Tanzi V. (1995) Corruption: Arm's-Length Relationships and Markets. *The Economics of Organized Crime* (eds. G. Fiorentini, S. Peltzman), New York: Cambridge University Press, pp. 161–180.
- United Nations Development Programme (UNDP) (1999) *Fighting Corruption to Improve Governance*, New York: UNDP.
- Varese F. (2000) Pervasive Corruption. *Economic Crime in Russia* (eds. A. Ledeneva, M. Kurkchian), London: Kluwer Law International, pp. 99–111.
- World Bank (1997) *Helping Countries Control Corruption: The Role of the World Bank*, Washington: World Bank.

Received: December 9, 2014

Citation: Aymaliev I. (2015) A Review of the Study “Measurement and Analysis of Corruption Using Objective Data” by T. V. Natkhov and L. I. Polischuk. *Ekonomicheskaya sotsiologiya = Journal of Economic Sociology*, vol. 16, no 1, pp.110–114. Available at: <http://ecsoc.hse.ru/2014-16-1.html>.

**Экономическая
социология**
Т. 16. № 1.
Январь 2015

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



**Journal of
Economic Sociology**
Vol. 16. No 1.
January 2015

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

ISSN 1726-3247

Contacts

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

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

- Journal of 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>.