

Том 9. № 3. Май 2008

www.ecsoc.msses.ru



ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СОЦИОЛОГИЯ

ISSN 1726-3247

Читайте в номере:

Интервью с Теодором Шаниным:
“Советская социология была похожа на двугорбого верблюда”

Буайе Р., Бруссо Э., Кайе А., Фавро О. К созданию институциональной политической экономики

Радаев В.В. Экономические империалисты наступают! Что делать социологам

Вельтус О. Символические значения цены: конструирование ценности современного искусства в галереях Амстердама и Нью-Йорка



Журнал выходит пять раз в год:

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

Учредители:

- ГУ ВШЭ
- В.В. Радаев



Редакция



Главный редактор – **Радаев Вадим Валерьевич**, д. э. н., профессор, первый проректор, зав. кафедрой экономической социологии, руководитель Лаборатории экономико-социологических исследований ГУ ВШЭ.

E-mail: radaev@hse.ru



Ответственный редактор – **Добрякова Мария Сергеевна**, к. соц. н., директор по порталам, заместитель руководителя Лаборатории экономико-социологических исследований ГУ ВШЭ.

E-mail: mdobryakova@hse.ru

Редакционный совет

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

Содержание

Вступительное слово главного редактора	5
Интервью	
<i>Теодор Шанин</i>	
«Советская социология была похожа на двугорбого верблюда»	8
Новые тексты	
<i>Р. Буайе, Э. Бруссо, А. Кайе, О. Фавро</i>	
К созданию институциональной политической экономии.....	17
<i>В.В. Радаев</i>	
Экономические империалисты наступают! Что делать социологам	25
Новые переводы	
<i>О. Вельтус</i>	
Символические значения цены: конструирование ценности современного искусства в галереях Амстердама и Нью-Йорка (перевод Е.С. Бердышевой).....	33
Взгляд из регионов	
<i>Н.В. Глебовская</i>	
Сетевая приватизация российской науки: изменения в практике трансфера знания и технологий	60
Дебютные работы	
<i>И.С. Чириков</i>	
Роль внутриорганизационных процессов и структур в формировании неравенства людей по доходам	76
Профессиональные обзоры	
<i>А.А. Куракин</i>	
Серия «Русское зарубежье: социально-экономическая мысль»	88
Новые книги	
<i>С.Ю. Барсукова</i>	
Российские неформальные практики: экспортный вариант. Рецензия на книгу: <i>Ledeneva A. How Russia Really Works: The Informal Practices That Shaped Post-Soviet Politics and Business (Cornell University Press, 2006)</i>	93
Исследовательские проекты	
Изменение масштабов и форм борьбы с контрафактной продукцией на российском рынке потребительских товаров	101
Учебные программы	
<i>С.Б. Авдашева, Е.Н. Калмычкова, Р.А. Мартусевич</i>	
Политика поддержки конкуренции	104

Конференции

IX Международная конференция «Модернизация экономики и глобализация» (обзор трех секций) ..	125
Летняя школа институционального анализа «Институциональная динамика глазами экономистов и социологов» (3–9 июля 2008)	130
II Российская летняя школа по экономике труда для исследователей и преподавателей (5–11 июля 2008)	132

VR Вступительное слово главного редактора



Подведены итоги очередного всероссийского конкурса, проводимого ежегодно журналом «Экономическая социология». Поздравляем победителей 2008 г.!

Ими стали в номинации «**Взгляд из регионов**»:

1-е место: **Наталья Глебовская** (Санкт-Петербург). Сетевая приватизация науки при постсоциализме: изменения в практике трансфера знания и технологий.

2-е место: **Мария Тысячнюк** (Санкт-Петербург). Адаптация бизнеса транснациональных корпораций к российскому контексту на примере компании «Стора Энсо».

В номинации «**Дебюты**» наши победители:

1-е место: **Игорь Чириков** (Москва). Роль внутриорганизационных процессов и структур в формировании неравенства людей по доходам.

2-е место: **Ирина Финкельштейн** (Самара). Методология исследований экономического поведения: плюрализм подходов.

Работы коллег, занявших первые места, публикуются в данном номере, а занявших вторые места – в следующем, сентябрьском номере журнала.

* * *

Мы также рады объявить о выходе нашей новой книги переводов:



Анализ рынков в современной экономической социологии / Отв. ред. В.В. Радаев, М.С. Добрякова. М.: ГУ-ВШЭ, 2007.

Мы уже рассказывали об этом сборнике (см. Т. 9. № 1), но на тот момент он находился в печати. Теперь же его можно подержать в руках, полистать и даже почитать. Презентация состоится 4 июня в ГУ-ВШЭ – приходите!

Теперь о новом майском номере.

В рубрике «**Интервью**» – беседа, являющаяся своеобразным завершением нашей серии «*Поколение учителей*». Это интервью с *Теодором Шаниным* – основателем и президентом Московской высшей школы социальных и экономических наук, руководителем, пожалуй, наиболее плодотворной исследовательской команды, в течение долгих лет занимающейся изучением российских сельских сообществ. Выбор такого заключения далеко не случаен. Теодор – британский профессор, что позволяет ему смотреть на происходящее в России со стороны. В то же время он так давно живет в России и настолько погружен в дела российского социологического сообщества, что может судить об этом изнутри. Словом, его специфическая позиция создает возможности для «двойной рефлексивности», если использовать один из его любимых терминов. Теодор рассказывает, как выглядела извне советская социология в период своего становления и как устанавливались первые контакты между западными и российскими социологами.

В рубрике «**Новые тексты**» нас ожидают два очень разных материала, объединенных общей темой состояния экономической теории и проблемами экономического империализма –

распространения экономического подхода в области, изучаемые другими социальными науками.

Первый текст – «К созданию институциональной политической экономии» – это своего рода Манифест, написанный профессором *Аленом Кайе* по итогам серии лекций, прочитанных в 2005 г. в Индонезии ведущими представителями неортодоксальных школ экономической мысли Франции. Первоначально текст был написан по-английски. А в 2007 г. была опубликована его французская версия в альманахе *La Revue du MAUSS*. Вскоре появился и испанский перевод. К первоначальной группе экономистов, подписавших данный документ – Эрику Бруссо, Роберу Буайе, Алену Кайе и Оливье Фавро вскоре присоединились другие известные неортодоксальные экономисты и экономсоциологи. Возникла идея создания новой ассоциации. Реализуется она или нет, увидим. А пока познакомимся с идеями самого Манифеста.

Второй текст, написанный *В.В. Радаевым*, продолжает тему отношения к конвенциональной экономической теории и является по существу обращением к экономсоциологам в связи с проблемой экономического империализма. Данная работа сделана на основе доклада на семинаре под руководством Е.Г. Ясина в конце 2007 г. Поводом к созданию текста послужила дискуссия на тему экономического империализма, начатая в 2008 г. журналом «Общественные науки и современность» с весьма содержательной статьи С.М. Гуриева (Российская экономическая школа).

В рубрике «**Новые переводы**» появляется перевод работы *О. Вельтуса* (университет Констанца, Германия) «Символические значения цены: конструирование ценности современного искусства в галереях Амстердама и Нью-Йорка». Это одна из немногих пока работ экономсоциологов, посвященных проблеме ценообразования. Основываясь на глубинных интервью с арт-дилерами двух крупнейших центров современного искусства, автор показывает, как цены, их различия и изменения выражают множественные значения, связанные с репутацией художников, социальным статусом дилеров и качеством произведений искусства, выставленных на продажу. Перевод подготовлен *Е.С. Бердышевой*.

В рубрике «**Взгляд из регионов**» мы публикуем работу победителя нашего конкурса *Н.В. Глебовской* (Санкт-Петербург – Билефельд) «Сетевая приватизация науки при постсоциализме: изменения в практике трансфера знания и технологий». Данная работа опирается на результаты серии из 11 кейс-стади в исследовательских организациях. По мнению автора, в период реформ государство способствовало появлению новых формальных институтов патентования и лицензирования, призванных стать надежным механизмом рыночного взаимодействия науки и производства. Тем не менее этот механизм оказался не настолько эффективным. В результате трансфер знания и технологий часто происходит неформальным образом в результате миграции ученых и практики отпочкования (spin-off.) А структуры управления трансфером знания и технологий основываются главным образом на сетевых связях.

В рубрике «**Дебюты**» публикуется работа другого победителя нашего конкурса *И.С. Чирикова* (студента магистратуры факультета социологии ГУ–ВШЭ) «Роль внутриорганизационных процессов и структур в формировании неравенства людей по доходам». В работе рассматривается, как различные характеристики организации и внутриорганизационные процессы (ее размер, рост, демографические характеристики, используемые технологии, наличие профсоюзов) влияют на механизм должностного продвижения и установление уровня заработной платы. Применение тезиса М. Грановеттера о социальной укорененности экономического действия к оценкам и действиям по продвижению внутри организации дает возможность лучше понять ту логику, согласно которой формируются иерархии, определяются механизмы отбора, продвижения и установления размера заработной платы.

В разделе **«Профессиональные обзоры»** мы знакомим читателей журнала с серией книг «Русское зарубежье: социально-экономическая мысль». В этой серии с 2005 г. издаются работы российских обществоведов, живших в эмиграции. Об этих очень разных работах более подробно речь пойдет в следующих номерах журнала. Автор обзора – *А.А. Куракин*.

В рубрике **«Новые книги»** публикуется рецензия *С.Ю. Барсуковой* на книгу: *Ledeneva A. How Russia Really Works: The Informal Practices That Shaped Post-Soviet Politics and Business (2006)*. Вам предстоит прочитать, не побоюсь этого слова, блестящую рецензию, в которой не столько описывается, *что* именно написано в книге, сколько о том, *как* она сделана. О том, как создаются образцы качественной экспортной продукции о России для западной аудитории, и том, как они выглядят в глазах квалифицированного российского читателя.

В рубрике **«Исследовательские проекты»** мы знакомим коллег с новым проектом «Изменение масштабов и форм борьбы с контрафактной продукцией на российском рынке потребительских товаров», недавно реализованном исследовательским коллективом ГУ–ВШЭ (руководитель – В.В. Радаев) по заказу Содружества производителей фирменных торговых марок (Русбренд). В исследовании произведена оценка основных тенденций в производстве и распространении контрафакта в сфере подделок и параллельного импорта на российских потребительских рынках за последнее пятилетие.

В рубрике **«Учебные программы»** размещается новая учебная программа С.Б. Авдашевой, Е.Н. Калмычковой и Р.А. Мартусевича (кафедра экономического анализа организаций и рынков ГУ–ВШЭ) «Политика поддержки конкуренции». В новом учебном году данная дисциплина будет предложена социологам в рамках магистерской программы «Прикладные методы социального анализа рынков».

Наконец, в рубрике **«Конференции»** мы рассказываем о прошедшей месяц назад в ГУ–ВШЭ IX международной конференции «Модернизация экономики и глобализация» и, в частности, высвечиваем одну, «культурноориентированную» линию дискуссии, подводящую нас к любопытному явлению «глэм-капитализма». А в завершение номера объявляем о двух грядущих летних школах, проводимых ГУ–ВШЭ в июле 2008 г. Первая школа посвящена проблематике институциональной экономики (в ней также будут участвовать и экономсоциологи), вторая – проблематике экономики труда.

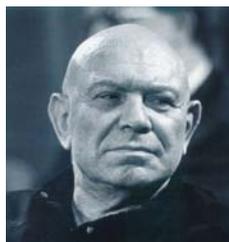
* * *

Осталось сказать, что этот номер – сороковой по счету (мелочь, а приятно). Но, конечно, больше нас радует «тираж» номеров нашего журнала, т.е. число обращений к ним. Замечено, что в течение года после своего появления, к каждому номеру обращаются примерно 1,5 тыс. раз, за следующий год это число доходит до 2,5 тыс., еще через год – до 3,5 тыс., а по отдельным номерам это число превышает 4 тыс. Согласитесь, впечатляет.

ИНТЕРВЬЮ

ТЕОДОР ШАНИН: «Советская социология была похожа на двугорбого верблюда»

29 апреля 2008



ШАНИН Теодор – профессор социологии Манчестерского университета, основатель и президент Московской Высшей школы социальных и экономических наук.
Email: tshanin@universitas.ru

– Совсем недавно праздновалось 50-летие возрождения российской социологии...

– Да? Есть такая дата?

– Да, это было официальное собрание в Президиуме Российской академии наук в марте 2008 года. И это означает, что возрождение состоялось в конце 1950-х годов. Интересно, как в то время выглядела советская социология в целом и то, что позднее стало экономической социологией, с внешней точки зрения – с точки зрения британского социолога?

– С точки зрения Запада это выглядело как чистая дедукция. Очень дедуктивную марксистскую философию – и как ее понимали в Советском Союзе – просто спускали на один уровень и называли это социологией. Зачем понадобилась социология? У тех, кто что-то понимал в России того времени, было такое чувство, что кто-то там наверху решил, что нужно посылать делегации на съезды социологов и надо найти социологов, которых можно отправить с делегацией.

– Действительно, так и решили в какой-то момент. А чем, по вашему мнению, это было вызвано?

– В это время происходила активизация международных отношений социологов, устраивались съезды социологические и всякие подобные вещи. На эти съезды автоматом приглашали Советский Союз, точнее, Академию наук, потому что других адресов не было, и единственный адрес, который был у западных ученых, – Российская академия наук. И когда в Академию присылали приглашения, это их ставило в дурацкое положение.

– Потому что это был западный вызов, и надо было как-то ответить?

– Да, надо как-то ответить и не оставлять площадку открытой без того, чтобы кто-то защищал официальную позицию. Видимо, сочли это неправильным. Советские должны выступать всюду, где есть место для выступления, а сказать западным странам, что в СССР нет вообще социологии, было никак нельзя. Надо было заявить, что она есть, а для этого кого-то послать. Первые, кого мы начали получать из СССР, были философы, которые для этого случая гримировались под

социологов и, приехав, читали какие-то экстракты из учебников исторического материализма.

– *Они говорили на английском?*

– Некоторые из них говорили по-английски не совсем прилично, большинство не говорило совсем, но были и такие, кто говорил по-английски очень хорошо. И, конечно, создавалось впечатление, что эти люди специально натренированы для международных отношений.

– *И их сразу подозревали в том, что они агенты КГБ, если они говорили по-английски? Если же не говорили, то это считалось нормальным?*

– Их подозревали не только потому, что они хорошо говорили по-английски. Они как-то выглядели как люди, натренированные для действия: выучили английский, знали фамилии с нашей стороны, и их не удивляли эти фамилии. Когда я начал приезжать в Советский Союз, я кое-что узнал об этом. Была создана специальная система, когда переводились статьи, которые считались нужными для чтения, и высылались специальной почтой из разных стран в Советский Союз. И я думаю, что таким образом узнавали о том, что с нашей стороны пишут. А также, что еще важнее было для них, как мне тогда казалось, – это фамилии тех людей, которые пишут эти статьи.

– *Иными словами, проводилась соответствующая работа. Вы упомянули, что начали приезжать в Советский Союз. Когда это случилось?*

– Я начал приезжать в Советский Союз с 1961.

– *Как раз в период «возрождения социологии».*

– В 1961 г. я впервые приехал, а в 1963 г. приехал, чтобы уже делать свою докторскую. В 1961 г. я хотел посмотреть, что это такое. По правде сказать, был не уверен, что меня будут пускать. Я хотел проверить, насколько это нормально, чтобы не ставить нашу Академию в дурацкое положение, когда им не дают разрешения. Так что в первый раз я приехал посмотреть, что это за страна – Россия. И сделал это по совету Эрнста Геллнера. Я дружил с Эрнстом. Эрнст был очень грамотный, совершенный антикоммунист, и у него не было никаких личных проблем – иметь связь или не иметь, таких причин не существовало. Ему просто было интересно. Он говорил по-русски не свободно, но достаточно, чтобы понимать, когда при нем говорили о русских, что мы совершенно оторваны от России. Он съездил в Россию сам, после чего мы встретились, и он спросил: «А почему ты туда не едешь?». Я ответил: «Не знаю, пустят ли меня, я же бывший зэк». На что он сказал: «Попробуй, чего тебе стоит попробовать». Так я решил, что поеду.

– *И вот вы начали приезжать в Советскую Россию. Что вы увидели – в части социологии?*

– Во-первых, я увидел, что меня не посылают ни в какие Институты социологии. Более того, в Академии просто не знали, куда меня послать. И поэтому меня прикрепили к историкам. Я стал гостем Института истории, поскольку мою работу по крестьянству сочли исторической. В то же время я встретился с Ядовым...

– *Как это произошло? Случайно же ничего тогда не происходило?*

– Случайно ничего не происходило, это точно. Меня вызвал Боб Дэвис, который был директором Центра по изучению Восточной Европы в Бирмингемском университете (я там писал докторскую, а он был моим супервайзером). Так вот, он меня вызвал и сказал: «Теодор, у нас есть слух, что какой-то советский социолог был в Манчестере, после чего исчез. Но говорят, что он может быть в России, и для нас очень интересно с ним поговорить. Попробуй его найти и скажи ему, чтобы приехал поговорить с нами». Я приехал в Россию и нашел его. Все подтвердилось. Я спросил его, готов ли он приехать к нам на семинар. И он приехал. Там были все преподаватели этого Центра по изучению Восточной Европы. И парочка докторантов, одним из которых был я.

– *И как вам показался Ядов в то время?*

– Мне лично он понравился. Мои же русские коллеги сильно удивились.

– *Удивились чему?*

– Он был очень свободен в душе, не сравним с другими советскими визитерами. Другие советские визитеры держали себя напряженно, все время говорили речи в защиту Родины, что нормального англичанина сместило, потому что это и впрямь выглядело смешно. Ядов же был свободен в обращении. Хотя в разговоре было очень много смешного, потому что люди, которые ему задавали вопросы, не всегда понимали его ответы. И тогда они несколько раз обращались ко мне с вопросом «он что, это серьезно говорит»? То же самое делал и Ядов, – однажды он повернулся ко мне и спросил: «Он что, хочет сказать, что...» Я ему подтвердил. Например, все удивились такому советскому закону, по которому человек, прежде чем попасть в университет, должен поработать на производстве (Ядов тоже работал на производстве). Мне лично, кстати, понравилось эта идея: неплохо интеллигенту все же поработать на заводах. Но другие были сильно удивлены, хотя кому-то это понравилось, как и мне. И Ядов по просьбе коллег стал описывать, как организуется работа, какие проблемы на том заводе, где он работал. В частности, он рассказал что-то о неформальных отношениях на производстве, когда сказано – одно, а делают – другое. Среди нас был Дэвид Лэйн, который спросил: «Что это значит? Ведь есть ясные инструкции, как надо делать». И с таким чистым удивлением и с чистыми английскими глазами посмотрел на него. Тогда Володя повернулся ко мне и, перейдя на русский, спросил: «Он что, серьезно думает, что люди будут все делать по инструкциям?» И я ему подтвердил – да, он так серьезно думает. Затем я повернулся к Лэйну и начал объяснять, что люди не всегда ведут себя по инструкции, помню даже, что я сказал: «Вот если бы этот бригадир делал так-то и так-то и заставлял людей все это делать, то его бы на тачке вывезли». На что Лэйн снова спросил: «Что значит – на тачке вывезли?» Я ему рассказал про старый русский добрый обычай начала прошлого столетия, когда зарвавшихся бригадиров вывозили на тачке.

Так это случилось. И затем я воссоздал и поддерживал эту связь, когда после приехал в Советский Союз, близкую связь с Володиной

– *А как появились другие?*

– Когда я приехал в Институт истории, я уже читал Данилова.

– *Я помню историю, как вы искали и как нашли Данилова. Пожалуйста, расскажите...*

– Я видел его книги, и они мне очень понравились. Надо сказать, позитивное отношение к его книжкам было и у моих коллег, среди которых очень много историков. Их даже поразили в какой-то мере его работы. Когда я приехал, меня встретил секретарь по международным связям Института истории и начал с заявления о том, как он рад и счастлив, что я приехал, как он надеется, что мне будет тут очень хорошо. После чего положил на стол список людей, с которыми я должен был встречаться. Его фамилия была Бугаев, и выглядел он как настоящий бугай. И до того он выглядел, как бугай, что я даже заулыбался, когда он мне представился. Я ему ответил, когда он мне положил этот список встреч: «Вы забываетесь, господин Бугаев. Я не ваш поданный, и друзей сам себе выбираю». Он сильно покраснел и был потрясен с непривычки. Я продолжил, что хотел бы встретиться в особенности с Даниловым, и получил ответ, что Данилов болен. Мы продолжили разговор, который уже стал холодноватым. Когда же я вышел из комнаты, пошел по коридору и начал читать таблички, то нашел табличку «Аграрного и чего-то еще отделение». Вошел: сидит мужик и стучит одним пальцем чего-то на машинке. Говорю ему: я ищу Данилова. А он мне отвечает: «Я – Данилов». На что я ему говорю: «Вы меня не знаете, меня зовут Шанин». На что он мне

спокойно отвечает: «А, это “Неудобный класс”?» То есть он прочел мою книгу¹. И мы с очень большим интересом поговорили, потому что оба были в теме.

Мы подружились очень быстро. Он был в каких-то трудных отношениях в Институте, потому что было давление на их группу. Кроме Данилова, в ней был Анфимов и еще один человек (забыл его фамилию). Мы решили довольно быстро, что нам нужно встречаться без помех. И организовали это так: мы выходили из Института в одно и то же время, но отдельно друг от друга; первый шел до метро (метро там в двух шагах), миновал метро и шел дальше. Второй проезжал на метро одну станцию и выходил – мы встречались между двух станций и продолжали идти вместе.

– *Прямо как в шпионском романе.*

– Совершенно как в шпионском романе. С Гумилевым я встречался в курилке в туалете. Но он совершенно по-другому это обставил. Помню, как я первый раз встречался с Гумилевым, он сказал – садитесь. И добавил молодой девушке: «Танечка, садись, попей с нами чаю». Через 20 минут Танечка взмолилась: «Мне надо печатать!..» – «Ну, хорошо, иди». Говорит другой девушке: «Маша, садись с нами». С нами все время кто-то был. Когда мы сблизилась в достаточной мере, то начали встречаться в курилке. Это было на факультете этнографии Ленинградского университета.

– *То есть эта девушка должна была присутствовать просто, чтобы вы не оставались одни?*

– Чтобы не оставались одни и чтобы никто потом не сказал, что он передавал мне какие-то секреты или не брал от меня какие-нибудь деньги. Была девушка, которая сидела рядом и видела, что он мне ничего не передавал. И я ему ничего не передавал. Так вот это и работало.

Теперь вернемся к Данилову. С Даниловым мы сблизилась довольно быстро, частично потому что мы профессионально были близки, и взгляды наши на Советское государство тоже были близки, они были более реалистичны. Он был ближе к формальной оппозиции, но близость была совершенно ясна – мы друг друга понимали, и нам было хорошо вместе. Кроме того, было еще нечто: мы оба фронтовики, ему это страшно понравилось. Я был очень молодым, и он был очень молодым, когда мы попали на фронт. Ему тогда было 19. Он очень гордо рассказывал, что был артиллеристом и после офицерской школы его все называли «Младшим» (он был самый молодой младший лейтенант). И я был самый молодой, и в этом смысле была какая-то дополнительная близость. Так что было несколько таких точек сближения.

Проблемы были. Скажем, я работал в Ленинке в комнате вместе с академиками, а он работал в общем зале. Но мы договаривались и выходили вместе из библиотеки, у нас были всякие уловки, чтобы встречаться. Мы ходили по улицам и говорили. В конечном счете, я стал приезжать к нему домой. Я никогда не предлагал этого первым, потому что одному Богу известно, к чему это могло привести. Но когда я приезжал, он иногда бывал в страшно тяжелом настроении. В этих разговорах вылезло несколько вещей, которые были болезненны для него и которые надо было кому-то рассказать. Например, я как-то его спросил, сколько у него аспирантов. Он ответил, что ни одного – не дают. Раньше было 5 аспирантов, четверо из них теперь от него шарахаются, один не шарахается, но, к сожалению, пьет.

Когда я собрался уезжать, как-то до него дошло (потому что Москва – это село, все обо всем узнают), что у меня забирают визу. Я же об этом узнал только в Англии.

¹ *Shanin T. The Awkward Class: Political Sociology of Peasantry in a Developing Society: Russia 1910–1925. Oxford: Clarendon Press, 1972.*

– В смысле – аннулировали?

– Нет, меня не трогали, пока я был здесь. Но когда в следующий раз я должен был вернуться, чтобы закончить работу, визы уже не было. Я тогда сходу для проверки подал на туристическую поездку, но мне и этого не дали. Было ясно, что эту страну для меня закрыли. Оглядываясь назад, я думаю, Данилов знал, что нечто подобное грядет. Он был в подавленном настроении и сказал мне: «Я тебя никогда не увижу, ты мой единственный друг». Сказать «единственный друг» иностранцу, когда ты москвич и вокруг тебя много людей, – это ужасно. Я понял этот ужас и пробовал его успокоить, говоря: «Ну что ты, я ведь вернусь, Академия уже подала мои бумаги, я, несомненно, вернусь». Помню, я зашел в «Березку» купить ему Булгакова. В то время нужно было попасть в «Березку», чтобы получить эту книжку. Я сел ее надписывать и вдруг подумал, что писать что-то не очень логично. И вместо этого написал – страница такая-то. А на этой странице идет разговор Пилата с Христом, и Христос говорит Пилату: «Трусость – один из самых главных пороков». И Пилат отвечает: «Нет. Это не один из главных пороков, это – главный порок». После этого, когда меня через четыре года все же пустили в Россию, он мне сказал, что когда он принес эту книгу домой, его дети кинулись вырывать ее друг у друга, а потом пришли к нему и сказали: «Здесь надпись». Он ответил: «Это Теодор написал». Они спросили тогда: «Он что, тебя в трусости обвиняет?» Такое было время...

– А как вы познакомились с другими нашими социологами? С новосибирцами? С Заславской?

– С новосибирцами познакомился, еще когда приезжал в первый раз. Я слышал о Заславской и запросил в Академии поездку в Новосибирск. Сказал, что хочу съездить в Новосибирск и в Самарканд. Мне сказали, что в Самарканд нельзя, и в итоге я поехал в Алма-Ату, но на обратном пути все-таки задержался в Самарканде. Так вот, я поехал в Новосибирск, а там мне сказали, что Заславская больна и никоим образом не может со мной увидеться. Но после этого я все же с ней встретился.

– И какие впечатления были тогда от встречи с новосибирцами? Они же занимались аграрной проблематикой, но еще не вполне осознавали себя как социологи.

– Я никогда особенно не обращал внимание на сугубо дисциплинарные разделы. Новосибирцы были мне интересны, хотя меня удивило, насколько меньше их интересует история. Это была школа, которая шла от экономики. От социологии не шел никто, потому что не было никакой социологии. Они шли от экономики, и поэтому был перегиб в сторону экономики и нехватка исторического мышления. Либо шли от философии – Рывкина философ по образованию.

Существовало две возможности. Ты шел или от философии, или от экономики, но в обоих случаях не от истории – которая для меня была как раз центральной для понимания и материалов, и результатов мышления. Меня интересовали 1900-е годы, когда начинается проблематика русского крестьянства. Потому что для меня проблематика русского крестьянства и Руси в целом заключается в крестьянской войне. С Даниловым, кстати, мы обсуждали, что есть такое явление – крестьянская война, которая начинается в 1902 и кончается в 1922 г. Мы к этому пришли с разных сторон. Я начинал с крестьянства мексиканского и японского, а затем вышел на русское. Он начинал с советского крестьянства и как историк вышел назад.

– Возвращаясь к новосибирцам – насколько то, что тогда делалось в новосибирской школе, казалось оригинальным или соответствующим традиции? В какой степени это отличалось от того, что делалось вами? Помимо того, что они шли от экономики.

– То, что они шли от экономики, мне, конечно, не мешало. Они шли от других корней, и это делало их интересными. Важную роль сыграл Алек Ноув. Я дружил с Алеком, а он был тем человеком, который напечатал в нашей прессе так называемый «Новосибирский Манифест».

Это стало ключевым событием для серьезного изменения в нашем понимании происходящего. Стало ясно, что если русские ученые дошли до этой точки понимания и не побоялись сказать то, что написано в «Манифесте», пусть и в закрытом режиме – то там сидят серьезные ученые. И называть их «полицейскими ищейками», как это делали некоторые американские советологи, уже было нельзя.

Кстати, была серьезная разница в отношении к русским ученым между американскими и европейскими учеными. Для европейцев русский ученый – такой же ученый. А для американцев... Но в споре о том, насколько серьезно нужно относиться к русским общественным наукам, это был в какой-то мере поворотный момент. Если они (русские) такое могут сказать, если они до того дошли сами (было ясно, что они это не переписали откуда-то), то неизбежен был некий поворот в нашем отношении не только к тому, что происходит в советских колхозах, но и в нашем отношении к русским ученым – что, на мой взгляд, важнее. Потому что это создавало основу для общения.

– Вы как-то упомянули, что в целом советская социология была похожа на двугорбого верблюда. Что это означает?

– Было такое разделение. С одной стороны, были люди, которые явно опирались на философский анализ марксистского подхода к сельскому хозяйству. Это была такая закрытая (замкнутая) штука, в отношении которой нельзя доказать ни ее правильность, ни неправильность, потому что все это относится к сугубо логическому мышлению, а не к эмпирическому материалу. Они исходили из каких-то методологических понятий, и споры велись о каких-то тонких элементах сугубо дедуктивного мышления, не завязанного ни на какой эмпирике. А с другой стороны, были люди, работавшие с сугубо эмпирическими материалами, из которых формировались отчеты ученых и чиновников. И на этой базе строились планы развития очередной пятилетки. На мой взгляд, это была ложь, ни о чем там нельзя было сказать, что это стопроцентная правда. И чем дальше шло время, чем больше открывалась информации, тем большей неправдой это казалось. В этих отчетах чиновники старались показать, что все в порядке, что они выполнили планы, которые им спустили сверху. Все это – в условиях неразвитой статистики и неразвитой системы сбора информации на местах. Но, во всяком случае, был индуктивный подход, какие-то материалы собирали – сколько, например, картошки вырастили. Можно было даже на какие-то решения выйти по поводу этой картошки... Или судить о нехватке кормов, поскольку количество молока упало или упала жирность этого молока. Это уже основание для науки, если ты не лжешь. И такие элементы социологи рассматривали. Скажем, демографические материалы. В теорию особо не лезли. Потому человек, который эмпирически доказал бы, что соображения теоретиков марксизма – неправда, тут же бы сел. Или как минимум вылетел из института.

Поэтому я называл это двугорбым верблюдом. И как-то две части существовали вместе. Люди, выходившие тогда на вопросы социологического рода, автоматически делились на тех, кого воспитали философы, и тех, кого воспитали экономисты. Отчего двугорбость еще более усиливалась. Немногие пробовали закрыть этот разрыв, но им попадало...

– Кого вы имеете в виду?

– Того же Ядова. Было в Ленинграде несколько человек, которые занимались какой-то эмпирикой и пробовали ее связать с каким-то аналитическим мышлением, причем не залезали в самые высокие уровни. Но им попадало по голове и за такое поведение – не лезь, ты в этом не понимаешь, закрыты ворота. Позже я услышал от Заславской, что они употребляли у себя в Новосибирске как оружие в борьбе против советских методологов Зигмунта Баумана. Бауман был марксистом по определению, но поляки всегда иначе относились к таким вопросам. И, будучи марксистом, он не раз критически выражался насчет этой двугорбости. И когда им надо было посоветоваться, спросить, подучиться, они

связывались с Бауманом, пока тот не эмигрировал в Великобританию. Тогда связи с ним прекратились, и это был конец отношениям. Но пока он работал в Польше, это была серьезная связь. Я легко распознаю эти признаки, потому что дружу с Бауманом. Давно его не видел, он сейчас не ездит из-за возраста. Но я к нему в Лидс подъезжал довольно часто. Бауман серьезно относился к теоретическому и дедуктивному мышлению, и в то же время его нельзя было назвать антимарксистом – тогда, во всяком случае.

Я от него слышал, что на каком-то этапе в Польше им позакрывали всё, что было связано с профессиональной социологией, а вместо этого дали факультет, который по сути был факультетом марксизма-ленинизма. Т.е. был период, когда им не давали работать так, как они хотели. Но после произошел поворот, и в Польше был создан другой факультет социологии. Стало два факультета – тот самый факультет марксизма-ленинизма, который формально назывался факультетом социологии, и новый факультет социологии. Один – ортодоксальный, другой – неортодоксальный. Оба считались, между прочим, марксистскими, но говорили совершенно разные вещи. Не поверишь, насколько разные...

– В СССР все-таки появлялись социологи – в Ленинграде, в Новосибирске, в Москве. Вы узнавали об их существовании и как-то пытались помочь. Как это происходило? Говорят, что книги пересылали?

– У нас это разделилось на два подхода. Их можно назвать американским и английским, хотя это не совсем справедливо, потому что были американцы, которые вели себя «по-английски», и наоборот. Мои американские коллеги тогда заняли позицию: это не наше дело. Пусть они (русские) между собой собачатся, сколько хотят. Нам главное, чтобы наши книги выходили, и плевать мы хотели на них на всех. Это был один подход, который большинство моих американских коллег принимали, хотя, повторю, не все. А среди англичан преобладала другая позиция – надо помочь коллегам, это наша коллегиальная обязанность. Тем, кто был идейно близок в России, привозили и передавали книги. Иногда случалось, что за это забирали визу, как это у меня произошло, но и тогда продолжали удерживать связь разными способами. Например, студентов посылали. Каждый раз, когда кто-то из моих студентов ехал в Россию, они брали книги, письма, привозили ответные письма – вот как это проходило.

Это разделение в определенных ситуациях становилось злым, и я поссорился на всю жизнь с немалым количеством американских ученых. Я считал подлецами людей, которые отказываются помогать русским коллегам, потому что боятся за свою визу. И относился к ним как к подлецам.

– В каких формах можно было помочь?

– Книгами.

– Это главный способ?

– Главное – книги. Когда удавалось приехать, то были длинные разговоры, которые проходили то в курилке, то в процессе прогулок по улицам города. Позже, когда Данилов меня приглашал домой, я у него ужинал. Должен сказать, что в Москве с пищей тогда было слабо, и я с большим удовольствием у него ужинал, потому что у него было прилично.

– А приглашать кого-то за рубеж – это только навредить?

– Да, хотя иногда русским коллегам это удавалось сделать самим, без нашего вмешательства. Для примера – был Виктор Козлов, демограф из Института этнографии. Я подружился с ним в этом Институте этнографии, кроме того, Геллнер однажды собирал ученых из Института этнографии и английских этнологов. Он просил меня присоединиться и сказал, что он будет чувствовать себя лучше, если я буду сидеть рядом с ним и помогать налаживать связь – его русский был слишком слаб. Там я и подружился с Виктором Козловым. И он ко мне приезжал в период, когда у меня не было визы. Почему ему такая

честь, я не знаю, но это факт. Он приехал в Лондон на три дня и сказал в посольстве, что хочет поехать в Манчестер, чтобы встретиться с Теодором Шаниным. И поехал. Я ему показал местную индустрию и все, что его интересовало. И такое бывало. Институт этнографии возглавлял академик Бромлей, и там было мягче. Бромлей сам ездил за рубеж и других посылал. И этот институт поддерживал более сильные и открытые связи с нашими обществоведами.

– Да, он прикрывал и социологов – там и Кон был, и Шкаратан.

– Он прикрывал, он помогал, он посылал за рубеж. Козлова послал, и это дало возможность удержать прежние связи. Он договорился с Геллнером провести конференцию, которая прошла в графском замке в австрийских горах. Она была очень интересной для всех, потому что там говорили не только про этнографию, там говорили о фундаментальной теории национализма, теоретическом понимании национализма, что было полезно для нас всех.

Хотя еще один момент стоит упомянуть для более полного понимания картины. Когда приезжала советская делегация, в ней всегда был хотя бы один человек, посланный по линии партии и правительства. Обязательно был представитель органов. Мы это знали и сравнительно легко их выделяли. Потому что, не будучи профессионалами, они значились в качестве «специалистов по компьютерам». Этого компьютерщика было просто выделить, тем более, что он не понимал, о чем мы спорили. Но на этой конференции такой человек был, несомненно, профессионалом. Его звали, кажется, Симонов, он работал не в Академии, а в университете. И он представлял ленинизм в чистом виде...

– Может, Семенов?

– Точно, Семенов. И произошел такой смешной случай. Среди приглашенных был французский антрополог Морис Годелье, в то время член коммунистической партии Франции. Он был хорошо образован в отношении всяких теорий и понятий и очень жизнелюбив – очень не по-английски себя вел. Его, кстати, приглашали и в Манчестер, он читал там лекции и был очень популярен среди наших коллег. И вот мы дошли до какой-то точки в нашем разговоре за круглым столом в Австрии, когда он вдруг встал и прочел нашим советским коллегам лекцию о том, что есть марксизм. Было страшно смешно. Он сильно размахивал руками и вел себя, как соск.

– Петушился.

– Да, совершенно по-петушиному это делал, и было смешно смотреть, как советские коллеги напрягаются. То есть они чернели прямо на глазах. Он ведь им объяснял, что такое марксизм, – какое нахальство и грубиянство! И когда он закончил, встал Семенов и, как по бумажке, поставленным голосом, как человек, который читает лекцию и который знает свое дело, объяснил английским и французским коллегам – что есть марксизм. Тут Геллнер повернулся ко мне и сказал: «Он меня пугает!» И впрямь можно было испугаться – он как настоящий компьютер выбрасывал фразу за фразой, да зло так. Дескать, с врагами надо уметь говорить.

Должен сказать, что на одной из лекций я часто цитирую несколько положений, взятых дословно из книги Семенова, по-моему, 1959 года, фактически без комментариев. Сначала это вызывает смех, потом заставляет задуматься.

– Спустя много лет в России пришло время реформ, вроде бы границы открылись, социология стала официальной. Насколько радикально изменилась ситуация, насколько стало интереснее, случились ли какие-то откровения – то, чего вы не знали до этого, вдруг открылось?

– Я думаю, главное, что случилось, открылось новосибирским Манифестом. Это идея, что коллективное сельское хозяйство находится в тяжелейшем кризисе. Было много других

моментов. Среди советологов выделились те, кто говорил: все советское – свинство. Но были и такие, кто говорил, что нам надо относиться серьезнее к работе русских.

Многое изменилось с того времени. Эмпирическая работа немного больше влияет на теоретическую сейчас. Эта связка сформировалась, но она и теперь слабее, чем надо. Это совершенно ясно. И поэтому видна слабость теоретической дедукции, которая не строится на связи с эмпирическим анализом. По-прежнему это центральная слабость из того, что я вижу.

Усилиями российских социологов серьезно продвинулась методика. Но главный вопрос – не вопрос методики, а то, насколько эта методика создает мост между теоретическим социологическим мышлением и эмпирическим материалом. И в этом смысле то, что произошло с качественной социологией, с качественными методами в социологии, – это очень важный шаг вперед и, я надеюсь, совсем не конец пути. Я также думаю, что нечто подобное должно произойти и с количественными исследованиями. В них должен произойти довольно серьезный сдвиг, чтобы мост между теорией и практикой укрепился.

Поскольку человеческое мышление быстро не меняется, то многое из того, что русские социологи теперь говорят, по-прежнему выглядит как советское, хотя это уже не советское. Они воспроизводят этот формат, когда начинают с теории, а потом переходят к чему-то практическому. Способность людей оторваться от прошлого куда более ограничена, чем мы готовы признать. Иногда это начинает напоминать съезд Единой России...

– Но, может, в связи с этим возникнет новый официальный запрос на социологию. На новую идеологию, а вместе с тем и на социологию.

– Может быть. Но что в наибольшей степени в данный момент меня заботит – это проблема гуманизма, или гуманистической идеологии, где в центре стоит человек. Здесь, конечно, можно перестараться, но это очень важно, и этого не хватает. В данный момент я думаю, что влияние гуманистической социологии очень слабое, потому что идейная рамка, в которой ведутся споры, еще не принимает ее как само собой разумеющееся. Хотя мы уже далеко ушли от ситуации, когда говоривший подобное попадал в ряды «меньшевиков». Было время, когда людей, которые ставили вопрос о коммунизме, часто обзывали меньшевиками. Почему меньшевиками – не знаю...

– Будем надеяться, что будущее за гуманистической социологией.

– Да, и я надеюсь. Нет никакого сомнения, что это может очеловечить социологию, а социология, в свою очередь, очеловечит общество. У социологии есть определенный потенциал к такому «очеловечиванию», она не все может сделать, но многое. И в этом один из плюсов социологии.

Беседовал Вадим Радаев

НОВЫЕ ТЕКСТЫ

VR «К созданию институциональной политической экономии» – своего рода Манифест, разработанный и написанный профессором Аленом Кайе по итогам серии лекций, которые были прочитаны в 2005 г. в Индонезии ведущими представителями неортодоксальных школ экономической мысли Франции: Робером Буайе (школа регуляции), Эриком Бруссо (неоинституциональная школа), Оливье Фавро (школа конвенций) и самим Аленом Кайе (антиутилитаристская школа MAUSS). Они представляли свои взгляды индонезийским исследователям и политикам, которые хотели услышать альтернативу мейнстриму экономической теории, господствовавшей в их университетах, и желали дистанцироваться от неолиберальной политики, чуть не разрушившей страну в 1997 г. В ходе этих лекций Кайе обратил внимание на то, что в основе своей представленные подходы солидарны. И решил зафиксировать позиции, по которым они сходятся. Результатом его усилий и стал данный «Манифест», первоначально написанный по-английски. Его французская версия под заголовком «К созданию другой экономической науки (а тем самым и другого мира)?» была опубликована в 2007 г. в тридцатом номере выходящего дважды в год альманаха «La Revue du MAUSS». Вскоре появился и испанский перевод.

К первоначальной группе экономистов, подписавших данный документ – Эрику Бруссо [Eric Brousseau], Роберу Буайе [Robert Boyer], Алену Кайе [Alain Caillé] и Оливье Фавро [Olivier Favereau] вскоре присоединились и другие неортодоксальные экономисты – Хосе Луи Корраджио [Jose Luis Corragio], Питер Холл [Peter Hall], Джеффри Ходжсон [Geoffrey Hodgson], Марк Хамберт [Marc Humbert], Ахмет Инсел [Ahmet Insel], Майкл Пиоре [Michael Piore], Ронен Палан [Ronen Palan], Пол Сингер [Paul Singer]. За ними последовали известные экономсоциологи: Дженс Беккерт [Jens Beckert], Франсуа Ватэн [François Vatin], Боб Джессоп [Bob Jessop], Марк Грановеттер [Mark Granovetter], Вивиана Зелизер [Viviana Zelizer], Жан-Луи Лавилль [Jean-Louis Laville], Филипп Штайнер [Philippe Steiner] и др. Возникла идея создания новой ассоциации. Реализуется она или нет, увидим. А пока познакомимся с идеями самого Манифеста.

Р. Буайе, Э. Бруссо, А. Кайе, О. Фавро

К СОЗДАНИЮ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОЙ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ЭКОНОМИИ

Введение

Как только мы пытаемся формулировать основы нестандартных и неортодоксальных экономических подходов и особенно когда из них выводятся какие-либо заключения для экономической политики, сразу же становится очевидным, что различия между этими неортодоксальными школами куда

*Источник: Boyer R.,
Brousseau E., Caillé A.,
Favereau O. Towards an
Institutionalist Political Economy.
Перевод В.В. Радаева.*

менее принципиальны по сравнению с очевидным единством взглядов. Мы попытаемся выявить, эксплицировать и изложить те ключевые области, в которых сходятся эти нестандартные экономические подходы. При этом мы постоянно будем иметь в виду те теоретические и концептуальные проблемы, которые еще должны быть поставлены и решены. Мы исходим из предположения, которое одновременно образует основу нашей исследовательской программы, что только в рамках *институциональной политической экономики* разнообразные школы нестандартной экономической мысли имеют возможность ясно осознать свое потенциальное единство и найти общую платформу. Следует добавить, что наши заявления выдвигаются не с целью фронтального наступления на позиции стандартной экономической теории. Тем более, что немало правоверных экономистов в действительности могут согласиться со многими из высказанных далее положений. Скорее, наша задача заключается в том, чтобы очертить общую перспективу, в рамках которой мы сможем лучше понять аналитические достижения стандартной экономической теории.

ОБЩИЕ ПРИНЦИПЫ

1. Экономикс против политической экономики

Исторически экономический анализ развивался в русле двух соперничающих традиций: *политической экономики*, вбирающей политические контексты, и *экономикс*, или экономической науки, освободившейся от этого контекста. Мы полагаем, что следует признать принципиальное первенство первой традиции над второй. Это означает, что мы воспринимаем экономическую науку не как техническую или математическую дисциплину (хотя, конечно, роль математики сегодня трудно переоценить), но как дисциплину, тесно связанную с общей социальной теорией, а также с политической и моральной философией. В этом смысле, политическая экономия образует ветвь политической философии, которая, со своей стороны, формирует основание для каждой из социальных наук. С этой точки зрения правомерно интерпретировать *экономикс* (или экономическую теорию) лишь как аналитическую составляющую политической экономики.

2. Политический институционализм

Практически все неортодоксальные экономические школы сегодня являются в той или иной мере институционалистскими, если институционализм понимается в достаточно широком смысле и включает так называемую неинституционалистскую школу. То, что на сегодняшний день сохранилось от великой традиции классической политической экономики, на наиболее общем уровне выражается через положения институционализма. Таким образом, союз между политической экономией и институционализмом более чем естественен.

Главным положением всякого институционализма является то, что хозяйство может функционировать только в соответствующих институциональных формах. Условия, необходимые для успешной работы хозяйства, в той же мере коренятся в четко определенной институциональной системе, как и в развитии гражданского общества. Одним словом, институты имеют значение, и институционализм направляет их на службу всему жизнеспособному и творческому, что существует в социальной среде. Различия между разновидностями институционализма обусловлены разными способами концептуализации этого институционального контекста (понимаемого через категории культуры, закона, государства и т.п.) и его происхождения (синхронного или диахронного, индивидуального или коллективного). Таким образом, институциональная политическая экономия в принципе не считает возможным отделять анализ хозяйственных рынков от рефлексии по поводу их политических и этических оснований. Она воспринимает как серьезную ошибку тот способ анализа, при котором сначала обособленно изучаются рынки или хозяйства, а затем

рассматриваются институты, необходимые для их успешного функционирования. Понимая, что экономические институты самым тесным образом переплетены с политическими, юридическими, социальными и этическими нормами, институциональная политическая экономия выступает за возрождение интегрированного подхода и анализ их взаимного проникновения. Область политического, в противоположность более узким сферам политической власти и мерам экономической политики, выступает именно тем пространством, где подобное взаимное проникновение обретает форму.

3. Ситуативный институционализм

По изложенной выше причине общие теоретические концепции институциональной политической экономии и, тем более, получаемые на ее основе прагматические выводы не могут оставаться сугубо спекулятивными. Их нельзя применить повсеместно, вне зависимости от времени, исторического и социального контекста, в котором укоренена любая экономика. Подобно всяким теоретическим построениям, концепции институциональной политической экономии закономерно не лишены абстрактного характера, но они никогда не оставляют реальность за скобками.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПРИНЦИПЫ, ТЕЗИСЫ И РЕЗУЛЬТАТЫ

Критические положения

4. Выходя за пределы стандартной и расширенной стандартной парадигм

Все течения институционализма занимают критические позиции в отношении как стандартных предпосылок, на которых построена модель «экономического человека» (полная информация, максимизирующее параметрическое рациональное поведение, основанное на эгоистическом интересе), так и классической теории общего равновесия, предполагающей, что присущие свободному рынку саморегулирующиеся механизмы координации поведения его агентов автоматически приводят к экономическому оптимуму. Эту мысль можно уже не развивать. Интереснее обратиться к тому, что получило название *расширенной стандартной парадигмы* [extended standard paradigm]. Она опирается в сильной степени на теории игр и идею стратегической рациональности, исходящей из того, что экономические агенты калькулируют не столько величину полезности, которую они способны получить от потребления продуктов и услуг, сколько полезность, которую они способны получить в результате оппортунистического или кооперативного поведения в отношении других экономических агентов. В рамках этой парадигмы продемонстрировано, что обычно достигаются лишь локальная координация и не самые оптимальные результаты. Однако, подобно более ранним моделям 1930-х годов, предложенным накануне кейнсианской революции, эти модели, основанные на теории контрактов и теории стимулирования, к настоящему моменту остаются по сути своей моделями частичного равновесия. Согласно институциональной политической экономии, никакая сколь-либо жизнеспособная, продолжающаяся и глобальная координация не может быть достигнута посредством сугубо инструментальной индивидуалистической рациональности, не важно, параметрической или стратегической. И таким путем для нее не могут быть созданы ее структурные основания. Возникновение сколь-либо эффективной координации на макроуровне предполагает, в той или иной мере, наличие разделяемых ценностей и политического регулирования.

5. Преодолевая противопоставление рынка и государства

Все формы институционализма демонстрируют недостаточность и неизбежность провалов сугубо рыночного регулирования. Однако заменить рыночное регулирование огосударственной экономикой никто тоже не предлагает. Все признают ту важную роль, которую играют и государство (в его более или менее широком понимании), и рынок. Главное здесь – избежать такой концепции ожидаемых взаимоотношений между ними, которая уподобляется игре с нулевой суммой, когда государство считается единственным надежным лекарством против сбоев рынка, а рынок, в свою очередь, оказывается единственным эффективным инструментом борьбы с негативными последствиями государственного вмешательства. Институциональная политическая экономия исходит из принципиальной роли Общества как такового, которая оказывается важнее координации и регулирования, осуществляемого в рамках связи Рынка и Государства. Таким образом, наряду с Государством и Рынком, институциональная политическая экономия исходит из относительно самостоятельного существования Общества, как бы оно ни определялось – как гражданское общество и общество ассоциированных связей или, в более общем виде, как совокупность местных, национальных, внутри- и наднациональных социальных отношений.

Результаты

6. Вместо одного – три институционально оформленных способа обращения

Как было убедительно показано Карлом Поланьи и другими исследователями, оборот продуктов и услуг осуществляется отнюдь не только посредством рыночной системы и, тем более, не только через систему саморегулирующихся рынков. Продукты и услуги также циркулируют через системы Перераспределения, реализуемые той или иной формой Центра (в современный период его роль выполняет Государство) в соответствии с принципом централизации, а также посредством Реципрокности – на основе принципа симметрии. Именно реципрокность была отражена Марселем Моссом в его «Очерке о даре» в виде тройственного обязательства – давать, принимать и возмещать [give, take and return]. Поскольку ни один из указанных способов обращения не может существовать независимо от других и поскольку каждый из них неизбежно заимствует ресурсы двух других и передает им свои ресурсы, отношения между рынком, перераспределением и реципрокностью никогда являются чем-то естественным и не формируются стихийным образом. Они всегда имеют специфический характер – в зависимости от конкретных исторических, культурных и политических контекстов. Эти способы должны быть *институционально оформлены* [instituted], т.е. получить свои конкретные воплощения в рамках специфических институтов.

7. Отсутствие синхронного, единственно возможного наилучшего пути развития институтов: проблема зависимости от первоначально избранного пути [path-dependency]

Одно из важных заключений институциональной политической экономии состоит в том, что никакой единственный с экономической точки зрения «наилучший путь» не существует и не может существовать. Нет никаких универсальных рецептов или технических решений, которые можно было бы применить вне времени и пространства, без детального изучения исторических, социальных и географических условий, без учета зависимости от первоначально избранного пути и понимания специфики конкретной хозяйственной системы. Это решительно противопоставляет институциональную политическую экономию господствующей парадигме, воплощенной в так называемом «Вашингтонском консенсусе», который предполагает, что Рынок может и должен быть внедрен повсеместно, в любую эпоху, как будто институты – это *аналог механических устройств* или материальных предметов, которые можно продавать или передавать в готовом виде, независимо от

сложившихся исторических условий. Вместо этого институциональная политическая экономия видит институты как *аналог культур*, т.е. как интерпретативные схемы коллективных форм существования.

8. Отсутствие диахронного, единственно возможного наилучшего пути развития институтов: невозможность устойчивого состояния

По тем же причинам ни одна совокупность институтов, как бы хорошо она ни соответствовала определенному историческому периоду, не может существовать вечно. Соотношение между рыночным обменом, перераспределением и реципрокностью неизбежно должно претерпеть изменения, подобно тому, как смещаются точки равновесия между различными социальными классами и группами, между частной, общей и публичной сферами, а также между национальными, внутри- и наднациональными сферами.

9. Теория институциональных изменений; независимость избранного пути; преемственность и разрывы

Опасно впадать в функционалистские фантазии, согласно которым действующие институты чудесно встроены в общество, которое они одновременно отражают и формируют, просто в силу своего существования. Не менее опасно впадать и в другую крайность, фанатически уверовав в возможности неограниченного волюнтаризма. Одна из наиболее насущных исследовательских задач, стоящих перед институциональной политической экономией, заключается в нахождении критериев институциональных изменений – для того, чтобы идентифицировать те институциональные элементы, которые должны быть полностью сохранены, и те элементы, которые должны быть подвергнуты решительным изменениям.

Исследовательская программа

10. Многоуровневый анализ

Институциональная политическая экономия призвана производить анализ на всех уровнях действия – микро-, макро- и мезо-, начиная с двусторонних контрактов и кончая наиболее общими политическими компромиссами; покрывая широкий круг ассоциативных образований – от совершенно частных до совершенно публичных, от сферы индивидуального до сферы коллективного действия.

11. Обновленная теория действия

Будучи не удовлетворенной фиктивными построениями модели «экономического человека», будь то ее классическая версия, основанная на концепции параметрической рациональности, или расширенная стандартная версия, связанная с концепцией стратегической рациональности, институциональная политическая экономия должна разработать свою специфическую теорию социального и экономического действия. Именно здесь, скорее всего, проявятся наибольшие различия между разными институционалистскими школами. Но из того факта, что все выступают за проведение в той или иной форме многоуровневого анализа, для институциональной политической экономии неумолимо вытекает необходимость избежать скатывания к одному из полюсов: стандартному и упрощенному методологическому индивидуализму или обладающему теми же качествами холизму. Она призвана построить модели субъекта, способного действовать не только как независимый, полагающийся на свои силы индивид, но также как член семьи (или действовать в интересах семьи), профессиональной группы, организации или института, одной или нескольких

социальных, политических, культурных и религиозных общностей (или во благо этих общностей). На более общем уровне, даже экономические акторы как таковые не могут быть представлены в качестве автономных максимизирующих и калькулирующих существ. Мы должны принимать в расчет их попытки придавать определенный смысл собственным действиям, по крайней мере, в той степени, в какой это позволяют концепции индивидуальной «рациональности».

НОРМАТИВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ

12. Сначала сформировать политическую общность

Выведенное нами наиболее общее заключение состоит в том, что мы не можем обеспечить сколь-либо долгосрочные экономические эффекты, не создав длительно существующую, сильную и жизнеспособную политическую и этическую общность. В этом отношении политические и этнические элементы такой общности должны быть предпосланы экономическим – *даже в решении экономических проблем*. А сколь-либо устойчивая и жизнеспособная политическая общность, в свою очередь, не может существовать, не будучи на практике работающей социальной общностью, которая основана на разделяемых корневых ценностях и сходном понимании справедливости – короче говоря, которая не является *в то же время* моральной общностью.

13. Построить демократическую общность

Никакая современная политическая общность не может быть сформирована без использования демократических идеалов. Конечно, здесь возникает серьезная проблема: существующие демократические идеалы часто конфликтуют между собой, а многие из них слишком нагружены риторикой и идеологией (о вреде пороков и пользе добродетели, так сказать). Первичная проблема, к решению которой мы должны обратиться, выглядит так: каков тот приоритет, без которого демократия по сути не может существовать? Следует ли первоначально сформировать политическое сообщество, не важно, демократическое или нет, чтобы затем бороться за его демократизацию? Или следует попытаться сразу же строить демократическое политическое сообщество в надежде, что разделяемые демократические идеалы сами по себе выступят как наилучший цементирующий материал? В данном тексте мы не можем погружаться в эту огромную и сложную дискуссию. Но в качестве отправной точки для институциональной политической экономии можно было бы подчеркнуть, что подлинно демократическое общество действительно заботится о наделении реальной властью по возможности наибольшей доли своего населения и, более того, оно способно утвердить себя, именно предоставляя населению такие реальные возможности.

14. Формировать моральную и справедливую общность

Никакая политическая общность не может формироваться и воспроизводиться, если она не базируется на разделяемых базовых ценностях. И она просто не может быть жизнеспособной, если подавляющее большинство ее членов не верят (обладая некоторым общим знанием) в то, что подавляющее большинство сограждан (а в особенности политические и культурные лидеры) руководствуются этими ценностями. Это более или менее значимое распространение общих ценностей порождает соответствующее более или менее значимое понимание справедливости, являющееся конечным основанием всякой политической легитимности.

15. Обобщая и радикализируя взгляды Дж. Роулза

Если существование и устойчивость политической общности воспринимаются не как нечто само собой разумеющееся, а как то, что еще должно быть обеспечено и воспроизведено, возникает незамедлительная потребность в расширении теории справедливости Джона Роулза. Насколько бы важным ни было это положение, недостаточно сказать, что неравенство допустимо лишь в той мере, в какой оно позволяет улучшать позиции беднейшей части населения. Мы должны сделать здесь существенное добавление: неравенство переносимо лишь до того уровня, когда оно не начинает разрушать и в конечном счете разрывать на куски политическую и моральную общность. Справедливость не может обеспечиваться, если мы смотрим лишь на нижние слои общества и не обращаем внимания на то, что происходит наверху. Иными словами, построение политической общности предполагает ведение борьбы с обеими крайностями – и с бедностью, и с нелегитимным частным богатством.

16. Обобщая и радикализируя взгляды Ш. Монтескье

Если демократия не сводится к политической и конституционной системе общества и если она на более общем уровне связана с наделением властными возможностями большей части населения, то наличия системы сдержек и противовесов внутри политической системы между законодательной, исполнительной и судебной властью (к которым еще можно добавить власть средств массовой коммуникации) оказывается недостаточной (насколько бы важной ни была эта система). Необходимо также представить систему сдержек и противовесов между Государством, Рынком и Обществом, а в экономической плоскости – между обменом, перераспределением и реципрокностью.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

17. Сравнительный нормативный подход к исследованию институтов

Одна из первоначальных задач институциональной политической экономии заключается в том, чтобы определить наилучшие институциональные основания для данного общества в определенный период времени. Поскольку ни одна из систем институциональной организации не способна в принципе обеспечить универсальный «наилучший путь», институциональная политическая экономия более чем критично относится к абстрактным теоретическим положениям и нормам экономической политики, присущим стандартной (или расширенной стандартной) экономической парадигме. Но институциональная политическая экономия не предполагает и обратного: что все институты априорно наилучшим образом соответствуют обществам, в которых они существуют. Таким образом, она столь же явно выступает и против релятивизма, трактующего культуру и общества как если бы они были гомогенными, вечными сущностями, неспособными к изменениям, противостоящими другим культурам и обществам. Как уже отмечалось, задача состоит в том, чтобы определить критерии, позволяющие избежать как абстрактного универсализма, так и универсального релятивизма. И справиться с такой задачей может только нормативный неуниверсалистский и нерелятивистский сравнительный подход к исследованию институтов.

18. К разработке градуалистской реформаторско-революционной теории эволюции

Одно из основных заключений институциональной политической экономии гласит: тот, кто планирует изменения сложившихся институтов, должен проявлять скромность и осторожность. Имея в виду сложные, запутанные последствия всяких институциональных изменений, мы никогда не можем быть уверены в характере конечных результатов. Если

реформы проводятся по идеологическим или риторическим причинам (и тем более, если они навязаны чужой властью), результаты, скорее всего, будут противоположны ожидаемым. Самые постепенные реформы, тем самым, намного безопаснее радикальных пертурбаций. Это может показаться призывом к некоему скромному реформизму. Но имеется в виду не это. Хорошей реформой следует считать ту реформу, которую никто (включая даже политических противников, выигравших последующие выборы) не хочет ликвидировать после ее воплощения. Вот и искомый критерий – степень разрыва между существующими и желаемыми институтами. По-настоящему хорошая реформа – та, что должна была начаться долгое время назад и которую никто не может оспорить, когда она практически начинает воплощаться. Подобные реформы (мы можем также назвать их сдвигами) могут казаться очень скромными и, тем не менее, порождать огромные последствия. Эти скромные реформы могут стать поистине революционными. Хотя политическая ситуация может сложиться и так, что только революция в виде грубой и насильственной смены политического режима позволит осуществить хотя бы какие-то реформаторские сдвиги.

НОВЫЕ ТЕКСТЫ

В.В. Радаев

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ИМПЕРИАЛИСТЫ НАСТУПАЮТ! ЧТО ДЕЛАТЬ СОЦИОЛОГАМ



РАДАЕВ Вадим Валерьевич – д.э.н., проф., первый проректор, заведующий кафедрой экономической социологии Государственного университета – Высшей школы экономики.

Email: radaev@hse.ru

Экономисты наступают! Движение экономического империализма, представляющее систематические попытки экспансии экономической теории в смежные области, изучаемые социальными науками, продолжает шириться. И такая экспансия служит косвенным проявлением внутреннего кризиса самой экономической теории [Гуриев 2008]. Выход за внешние пределы и ревизия собственных предпосылок действительно во многом идут параллельно, подпитывая и поддерживая друг друга. Но экономисты, мы верим, сами с этим разберутся. Нас же интересует другой вопрос: как к данной ситуации относиться социологам? Делать вид, что ничего не происходит, или вступить в неравный бой с «узурпаторами»?

Откуда вырастает империализм?

Я бы сказал, что на сегодняшний день вопрос о взаимоотношениях с экономистами и экономической теорией для социологов, раздираемых внутренними противоречиями и центробежными тенденциями, далеко не самый важный. Но этот вопрос постоянно возникает, и пройти мимо него, видимо, не совсем корректно.

Известно, что исторически эти взаимоотношения складывались по-разному. Еще в XIX столетии такой проблемы по сути не существовало, поскольку энциклопедические тексты классиков той эпохи представляли собой продукт первоначального синтеза, который по его характеру можно назвать даже не «междисциплинарным», а скорее «додисциплинарным». И во многих случаях невозможно точно определить, кто был экономистом, кто социологом, а кто моральным философом. Достаточно вспомнить противоречивую фигуру К. Маркса – одни считали его экономистом, «ударившимся» в социологию, другие – социологом, который пытался представить себя экономистом. Однозначная идентификация здесь в принципе невозможна.

Затем, ближе к началу XX столетия, произошла специализация и профессионализация основных социальных наук. Благодаря усилиям К. Менгера, А. Маршалла и др. экономическая теория

в значительной степени освободилась от социологических наслоений и примесей (отбросив в том числе немецкую историческую школу и воззрения ранних институционалистов), а социология усилиями М. Вебера, Э. Дюркгейма и др. выковала свою систему понятий и пошла иным путем. Далее, в течение более чем полувека эти дисциплины развивались практически независимо, благополучно игнорируя друг друга. Практически все, что возникало в областях, важных для будущей экономической социологии (будь то теория человеческих отношений, экономическая антропология или перспектива хозяйства и общества), с экономической теорией фактически никак содержательно не сопрягалось [Радаев 2005: 45–47]. Экономисты отвечали тем же.

Так продолжалось до начала 1960-х годов, когда с подачи Г. Беккера и др. развернулось сначала слабое, потом все более усиливающееся движение, названное экономическим империализмом. И к сегодняшнему дню не осталось практически ни одной области социальных наук, в которую не вторглись бы экономисты со своими модельными построениями.

Несколько позже, уже в середине 1980-х годов, оформилось встречное движение в рамках «новой экономической социологии» [Грановеттер 2006; Сведберг 2004]. Социологи тоже стали проникать в чужую обитель, начав изучать рынки, конкуренцию, финансы, корпоративное управление [Fligstein 2001] вместо того, чтобы, как и раньше, спокойно заниматься исследованием ценностей, этнических или классовых различий.

Что стоит за этими «империалистическими замашками» с двух сторон? На мой взгляд, в процессе профессионализации экономических и социальных наук произошло постепенное, но в итоге довольно радикальное обособление подходов от объекта, которым они занимаются. Сегодня говорить, что экономист – это тот, кто изучает сферу экономики, довольно бессмысленно, потому что, собственно, никто не сможет четко отделить экономику от «неэкономики». Напротив, «экономика» – это то, чем занимаются экономисты, т.е. сфера, к которой применен экономический подход. То же самое правомерно сказать и о социологии – попробуйте определить границы «социального». Современная же ситуация характеризуется тем, что аналитические подходы, исходящие из разных предпосылок, все больше пересекаются или даже совпадают в части объекта исследования. И обратного пути здесь, по-видимому, нет. А поскольку каждая сторона склонна представлять свой подход универсальным, его приверженцы начинают претендовать на исследование всего, т.е. на анализ любых объектов.

Впрочем, это не самая большая беда. Хуже, когда возникает убеждение, что твой подход не только универсален, но и единственно продуктивен, т.е. может заменить собой все другие подходы (или стать их необходимым основанием). Это глубокое (хотя зачастую вполне искреннее) заблуждение нередко возникает и у экономистов, и у социологов – в силу амбиций или недостатка знания, – порождая немало безысходных споров. Вольно или невольно рисуются «карикатуры» друг на друга – социологи представляют экономистов в виде «замшелых» неоклассиков, а экономисты сводят социологию к ригидному структурному функционализму [Бруннер 1993]. В запале символической борьбы те и другие пытаются дезавуировать противостоящие подходы и, подобно удаву, проглотить весь объект целиком. Но, к счастью для социальных наук, это никому не удавалось и вряд ли удастся в будущем.

Образно можно представить объект социального исследования в виде шара. Представители разных подходов занимают разные позиции – каждый смотрит на этот объект со своей стороны и высвечивает что-то значимое и интересное. Единственно, что невозможно сделать, это высветить объект сразу со всех сторон, как бы ни хотелось быть «комплексным» и «междисциплинарным».

Это касается и самых «простых» вопросов. Предположим, что молодой человек уступает место в метро девушке. Это можно считать эгоистическим побуждением, а можно проявлением специфической социальной нормы. Экономист обратит внимание на первое, социолог – на второе. И оба окажутся правы. Если же кто-то начнет доказывать, что его взгляд единственно верный, он превращается в одиозную фигуру.

Чем различаются экономисты и социологи?

Итак, несмотря на то, что объект исследования во все возрастающей степени оказывается единым для всех экономических и социальных наук или, по крайней мере, не «прикрепляется намертво» к этим наукам, подходы к анализу одних и тех же объектов все же существенно различаются. И именно различия между *подходами*, а не между объектами исследования образуют основной водораздел между экономической теорией и экономической социологией [Радаев 2005: 64–68].

В чем же заключаются различия исходных предпосылок двух дисциплин, если отвлечься от множественных вариаций внутри каждой из них? Кратко остановимся на наиболее принципиальных моментах [подробнее см.: Радаев 2007: 117–125]. Многим кажется, что источник таких различий коренится в понятии *рациональности*. И действительно, что бы ни обсуждалось, экономист тут же укладывает наблюдаемое в рамки рационального поведения. В результате расширительных интерпретаций рациональность уже давно превратилась в настолько всеобъемлющую характеристику, что стала предельно абстрактной. В самом деле, если понимать под рациональным поведением устойчивый выбор способов альтернативного использования ограниченных ресурсов, которые по субъективной оценке самого агента наилучшим образом соответствует его же субъективным представлениям о благе, под это можно подвести почти все, что мы знаем или не знаем. А поскольку «рациональное» в свою очередь напрямую отождествляется с «экономическим» [Мизес 1994: 76–86], многие рассуждения о рациональности превратились в риторические приемы, позволяющие экономисту включать в объект своего исследования буквально все, что он видит. Ведь перевод старушки через улицу тоже без труда представляется как рациональное деяние, обусловленное нашим эгоистическим побуждением. А когда понятие рациональности освобождается от неременной связи с эгоистическим интересом, превращаясь в простое принятие решений, основанное на выборе из нескольких вариантов [см., например: Тамбовцев 2008], и понимается не как полная, а как ограниченная рациональность [Simon 1979], пределов не остается вовсе.

Экономсоциологи никогда не собирались отказываться от понятия рациональности, без колебаний принимают они и предпосылку ограниченной рациональности. Но содержание самого рационального поведения они не считают универсальным. Ведь то, что рационально в рамках одной культуры, в другой может быть расценено как глупость или даже преступление, т.е. как нерациональное поведение с точки зрения данных институциональных и культурных условий. Рациональность при более конкретном рассмотрении оказывается *социальной конструкцией* [Радаев 2005: 104–110]. Она не только ограничена, но и контекстуальна [context-bound rationality] [Nee 1998: 10–11].

В соответствии с другим предположением коренным отличием экономической теории является подход с позиций методологического индивидуализма, в то время как социологи смотрят на мир с позиций общества либо по крайней мере крупных социальных общностей, или классов. Но как справедливо отмечает В.Л. Тамбовцев, ссылаясь на труды М. Вебера, этот подход создавался в рамках социологии [Вебер 2002; Тамбовцев 2008]. Хотя нельзя не сказать и о том, что методологический индивидуализм социологов отличается от того, что превратилось в одно из оснований экономической теории. В социологии индивид, даже если он и рассматривается в качестве единственного субъекта мотивированного социального

действия, берется в совокупности своих социальных связей и включенности в разнородные социальные отношения. Общество в данном случае не просто выступает как абстрактная предпосылка, но зримо присутствует в ткани индивидуального действия. Подобный индивидуализм действительно противостоит холистским воззрениям в стиле Э. Дюркгейма, но не предполагает независимого индивида, автономно принимающего свои решения [Радаев 2005: гл. 3].

И здесь мы выходим на более содержательное и существенное, как мы полагаем, различие между экономическим и экономико-социологическим подходами. Если для экономической теории исходной фундаментальной предпосылкой является независимость человека, его самостоятельность в принятии решений, то для экономсоциолога столь же фундаментальной предпосылкой выступает включенность человека в социальные отношения, укорененность всех его действий в этих отношениях [Грановеттер 2004].

Что означает эта укорененность, или включенность в социальные отношения? Она содержит разные элементы. Это могут быть непосредственные сетевые взаимодействия и надперсональные правила (институты), которые предпосланы этому взаимодействию, а также дифференцированные властные возможности и погруженность в разную культурную среду¹. В зависимости от акцента на те или иные стороны социальных отношений, различаются и направления в самой экономической социологии [Dobbin 2005; Smelser, Swedberg 2005].

Прочие отличия от экономического подхода, по крайней мере в части модели человеческого поведения, скорее, являются производными. Например, если исходить из предпосылки об укорененности действия в специфических (следовательно, отличающихся от других, не универсальных) отношениях, то экономическая предпосылка об устойчивости человеческих вкусов и предпочтений [Беккер 2003: 488–518] уже не может быть принята.

Опора экономистов не просто на индивида, но на независимого и в сильной степени изолированного индивида, объясняет их устойчивую приверженность моделям, подобным дилемме заключенного. Картина очень символична. Два несчастных субъекта сидят в одиночных камерах, т.е. они изолированы и друг от друга, и от внешнего мира. Каждый узнает о действиях другого только через результаты действий, совершенных этим другим, и способен реагировать только на эти результаты, узнавая о том, вступили с ним в кооперацию или действуют оппортунистически тогда, когда действие уже завершено (повторение игры с этой точки зрения принципиально ничего не меняет).

Экономсоциологу такая ситуация кажется довольно искусственной и поэтому не очень интересной. Но, даже рассматривая такую ситуацию, экономсоциолог будет исходить из других предположений. Если речь идет о «подельниках», то, во-первых, они заранее бы договорились о «согласованных действиях». Во-вторых, во многих случаях они нашли бы возможность договориться даже через тюремные стены (которые тоже охраняются живыми людьми). В-третьих, даже если отсутствует возможность договориться, существуют заранее заданные нормы поведения (или, в данном случае, «понятия»). И они поддерживаются довольно эффективными санкциями: некооперативный участник впоследствии сильно рискует – не только ответными разоблачениями, но и собственным здоровьем (тюремные стены здесь тоже не помогут).

Правда, нам могут сказать: позвольте, это же модель, «разумная абстракция». Действительно, без абстрагирования от каких-то важных моментов не может быть никакой теории. Жертвуя реалистичностью, мы повышаем точность наших предсказаний, и т.п. Но разница состоит именно в том, от чего конкретно мы абстрагируемся. И в данном случае

¹ О разных формах укорененности см.: Zukin, DiMaggio 1990: 14–23; Радаев 2005: 74–75.

экономсоциолог убежден, что абстрагирование от взаимодействия между людьми – слишком дорогая цена.

Не нужно спорить с экономистами

У экономистов возникает двоякая реакция на рассуждения социологов по поводу социальных отношений. Кто-то отмахивается от них как от несущественного предмета, если чувствует, что не может вставить соответствующие переменные в регрессионную модель. Но все чаще возникает и другая реакция – будь то сети, институты или власть, нам говорят, что все это уже изучено экономистами. Приводятся соответствующие примеры, и оказывается, что экономисты действительно уже побывали повсюду. Пусть даже очень формально, но они изучили все, что только возможно, и сделали свои открытия, нимало не заботясь о том, что до них это делалось представителями других социальных наук: «Институты имеют значение», «Сети имеют значение», и т.д. Правда, большинство членов корпорации экономистов, относящиеся к математизированному мейнстриму, ко всем этим открытиям относятся скептически. Но Нобелевские премии получают и за более «мягкие» альтернативные направления, так что маргиналами таких первооткрывателей уже не назовешь.

Экономисты, испытывая чувство здорового энтузиазма от покорения «неосвоенных», как им кажется, земель, при появлении экономсоциологов совершенно искренне огорчаются и раздражаются. К последним они относятся примерно так же, как физики к экономистам [Гуриев 2008]: говорят, что социология – дело, конечно, неплохое, но для начала ее надо бы привести в божеский вид, т.е. построить по канонам экономической теории.

Экономисты обижаются также на то, что социологи якобы представляют их в своих трудах в примитивном виде, не учитывая последних достижений экономической науки. Их претензии понятны, но сегодня все сложнее требовать полновесного знания не только смежных областей, но и своей дисциплины. Тем более что ссылка на экономические модели для социологов давно уже перестала быть элементом содержательной критики. Это лишь удобный способ рассуждений, исходная точка для построения собственных аналитических конструкций, а не желание похода «лягнуть» экономистов.

Обращаясь же к экономсоциологам, хотелось бы сказать следующее. Первое: мы не должны поддаваться ответному чувству раздражения (хотя оно нередко возникает). Тем более не стоит увлекаться доказательствами неприемлемости экономического подхода – этот путь заведомо бесперспективен, ибо экономисты не раз доказывали эффективность используемых ими инструментов.

Второе: не надо спорить с экономистами. Я не имею в виду, что следует избегать содержательных дискуссий с ними. Но спорить о дележе «жизненного пространства» действительно бесполезно. И не только потому, что корпорация экономистов более мощная и влиятельная, хотя это тоже верно, – они могут просто не заметить встречного выступления. Дело также и в бесперспективности самой критики с содержательной точки зрения. Это прекрасно сформулировал известный социолог П. Бурдьё: «В силу того, что экономическая наука представляет собой сильно диверсифицированное поле, то невозможно найти такие ее предположения или недостатки, к критике которых она не обращалась бы сама. Подобно лернейской гидре, у нее столько разных голов, что всегда найдется одна, которая уже поднимала, более или менее успешно, вопрос, который пытаются перед ней поставить, и всегда найдется одна – не обязательно та же самая голова, – у которой найдутся кое-какие элементы ответа на поставленный вопрос. Поэтому ее критики обречены выглядеть невеждами или несправедливо осуждающими» [Бурдьё 2005: 129]. Лучше не скажешь.

Спорить с экономистами в стиле «Вас здесь не стояло» не только бесперспективно (они так ориентированы), но и вредно для самих социологов, поскольку это приводит нас к постановке мнимых проблем и решению мнимых задач. Социологи и так тратят слишком много сил на обоснование правомерности собственного существования, на доказательство того, что социальные отношения имеют значение, что социологические подходы применимы в том числе и к анализу хозяйства и, следовательно, что сама социология имеет право на жизнь. Между тем это совершенно очевидно (по крайней мере, для нас, социологов). А если это не очевидно для других, то все равно тратить лучшие годы на доказательство того, в чем ты и без того уверен, – не лучшая исследовательская стратегия. Чем больше усилий мы расходуем на обоснование очевидного вместо того, чтобы раскрывать сущность вещей и процессов, тем больше мы проявляем собственную слабость.

Сила же любого аналитического подхода, по-видимому, должна состоять не в безудержном стремлении решить буквально любую задачу и «застолбить» как можно больше объектов исследования, а, наоборот, в том, чтобы проявить способность к рефлексии второго порядка – связанной с осознанием и осмыслением неизбежных границ и содержательных возможностей собственного подхода.

Это означает не только более четкую постановку исследовательских задач, выделение аксиоматических предположений и формулирование нетавтологических гипотез, с чем у социологов немало проблем. Помимо этого нужно не бояться тестировать собственные предпосылки. Например, не «зацикливаться» на социальных отношениях (кстати, как правило, плохо определенных) и не превращать их в некое всеобщее, не обсуждаемое понятие, не имеющее никаких мыслимых пределов. Вместо этого нужно поставить «социальное», как бы мы его ни определяли – через структуры или институты, через властные или культурные параметры, – в ряд с «несоциальным» (в том числе с тем, что мы условно фиксируем как «экономическое») и показать, где оно заканчивается или не действует, показать его принципиальные пределы. Конечно, в общем смысле социальными отношениями пронизано буквально все, в том числе и в хозяйственной жизни. Но в конкретных ситуациях нередко роль того, что мы называем «социальными факторами», сводится к нулю, а укорененные отношения чуть ли не полностью замещаются случайными связями. Определив эти пределы, показывая реальное место тех или иных социальных отношений, мы и раскрываем специфику объекта. А заодно верифицируем наши теории.

Иными словами, мы должны *применять* свой подход вместо того, чтобы *защищать* его, следуя вполне естественному, но не слишком продуктивному «хватательному» рефлексу (тот же совет попутно хотелось бы адресовать и экономистам). Эта замена рефлекса на рефлексивность предполагает, что вместо увлечения выискиванием недостатков у своих «соседей», используя для этого упрощенные и редуцированные варианты их модельных построений, нужно подвергать безжалостной проверке основания собственных теорий – в конечном счете это не ослабит, а укрепит наши позиции.

А решением каких-то проблем, возможно, не стоит заниматься ни экономисту, ни социологу. Не потому, что невозможно затащить какие-то переменные в регрессию или в факторный анализ, а поскольку существуют внешние по отношению к данному подходу ограничения. Не знаешь, плакать или смеяться, когда, например, говорят о том, что главное при вступлении в брак – это максимизация полезности; или когда, рассуждая о детях, абсолютно серьезно утверждают, что их основными характеристиками являются цена и качество; либо когда социолог начинает рассуждать о высших ценностях на основе нескольких переменных из анкетного опроса; или когда кто-то, не важно, экономист или социолог, пытается установить зависимость между уровнем счастья людей и величиной ВВП страны.

Чем бы мы ни занимались, следует учитывать ограничения двоякого свойства. Одни связаны с небеспредельными возможностями наших моделей и инструментов (например, с невозможностью «алгеброй гармонию померить»). Другие могут возникать из неинтел-

лектуальных, моральных оснований, которые не позволяют, например, «раскраивать» сакральные предметы «бездушными» калькулятивными инструментами. И в том, и в другом случае исследователь должен остановиться, не дожидаясь социальной критики и откровенных насмешек.

Что страшнее экономического империализма

Между тем главная угроза для социальных наук, на мой взгляд, сегодня проистекает вовсе не от экономического империализма. Несмотря на все расхождения, между экономистами и социологами в принципе не такая уж большая разница. Да, конечно, у нас разные исходные предпосылки, иной состав ключевых переменных. Да, одни тяготеют к поиску каузальных зависимостей и к предсказаниям, другие – к кластеризации признаков и к разного рода типологизациям. Но и те, и другие представляют одну исследовательскую парадигму, понимаемую в более широком смысле. Парадокс же заключается в том, что пока ведется символическая борьба за наиболее продуктивные основания социальных наук, их место без особой борьбы занимается другими.

Зададим себе вопрос: почему сегодняшние абитуриенты, поступающие в вузы, в большей степени хотят заниматься менеджментом и маркетингом, а не экономикой и социологией? Потому что на соответствующих факультетах легче учиться? Иногда действительно так, но это не главная причина. Дело в том, что они тяготеют к изучению дисциплин, которые построены по синтетическому принципу – что-то берут от экономической теории, что-то от социологии, что-то от психологии. Все это предлагается по принципу «два в одном», «три в одном» или «все и сразу» и порою напоминает постмодернистские бриколажи с быстрым скольжением по многим поверхностям, принципиально без погружения в глубину методологических оснований.

Но главная причина привлекательности подобных дисциплин заключается не во «всеядности», а в том, что они проповедуют откровенный прагматизм. Конечно, среди приверженцев классических социальных наук прагматиков тоже предостаточно. Но экономисты и социологи понимают прагматизм иначе, чем менеджеры и маркетингологи. В первом случае прагматизм означает стремление к тому, чтобы используемые модели «лучше отражали реальность», переменные были более релевантны, а результаты более надежны. А во втором случае речь идет не столько об исследовании внешних объектов, сколько об их конструировании и проектировании. Причем не о реконструкции в феноменологическом смысле, когда демонстрируется, что все окружающее нас есть продукт рефлексивного человеческого действия и интерпретации, а о стратегическом планировании, т.е. о таком изучении объекта, которое одновременно должно спроектировать его иное состояние (по определению более эффективное). Иными словами, вопрос «что происходит» замещается вопросом «как делать».

Например, при изучении какого-то рынка экономист и экономсоциолог, при всех различиях между ними, как правило, исходят из того, что этот рынок уже существует, он определенным образом задан для нас, т.е. имеет соответствующие границы, объем, структуру. И надо все это изучить. А как действует по отношению к рынку маркетинголог, если не сводить его действия к тем же самым социологическим исследованиям? Он зачастую не занимается встраиванием продуктов в существующий, четко очерченный рынок. Вместо этого маркетинголог озабочен тем, что называется позиционированием продукта. Он специфицирует качество этого продукта, через которое, собственно, и определяются границы рынка, основные конкуренты, целевые потребительские группы. Часто это производится поверх тех границ рынка, которые видели прежде. Например, один и тот же парфюмерный продукт может позиционироваться как детский или как омолаживающий. В зависимости от этого

определения рынок одного и того же, с точки зрения физических свойств, продукта выглядит совершенно по-разному [Слейтер 2008].

Иными словами, прагматизм в данном случае проявляется даже не в попытках приблизиться к практической деятельности, а в предложении совсем другого типа действия. Его ядром выступает не познание как таковое или, точнее, не только познание, а такой его способ, который одновременно является попыткой активного формирования объекта, своего рода «мыслительной деятельностью».

Здесь модельная альтернатива между человеком экономическим и человеком социологическим начинает замещаться другой альтернативой – между человеком познающим и человеком делающим. И возникает опасность того, что экономические империалисты (а их вряд ли что-то остановит) завоюют опустошенные территории – с деревьями без корней и зданиями без фундаментов, – чтобы наблюдать, как новое поколение, выбрав сначала «Пепси», а потом менеджмент, стройными рядами уходит за горизонт.

Литература

- Беккер Г. Человеческое поведение: экономический подход. Избранные труды по экономической теории М: ГУ–ВШЭ, 2003.
- Бруннер К. Представление о человеке и концепция социума: два подхода к пониманию общества // THESIS. 1993. Т. 1. Вып. 3. С. 51–72. <http://ecsocman.edu.ru/thesis>
- Бурдые П. Поле экономики // Бурдые П. Социальное пространство: поля и практики / Под ред. Н.А. Шматко. М.: Алетейя, 2005. С. 129–176.
- Вебер М. Основные социологические понятия // Теоретическая социология: Антология / Сост. и ред. С.П. Баньковская. М.: Книжный дом «Университет», 2002. Ч. 1. С. 70–146.
- Грановеттер М. Экономическое действие и социальная структура: проблема укорененности // Западная экономическая социология: Хрестоматия современной классики / Сост. и науч. ред. В.В. Радаев; пер. М.С. Добряковой и др. М.: РОССПЭН, 2004. С. 131–158.
- Грановеттер М. Интервью // Экономическая социология: автопортреты / Отв. ред. В.В. Радаев, М.С. Добрякова. М.: ГУ–ВШЭ, 2006. С. 40–47.
- Гуриев С.М. Экономический империализм // Общественные науки и современность. 2008.
- Мизес Л. Социализм. Экономический и социологический анализ. М.: Catalaxy. 1994. С. 76–86.
- Радаев В.В. Экономическая социология. М.: ГУ–ВШЭ, 2005.
- Радаев В.В. Что такое рынок: экономико-социологический подход // Общественные науки и современность. 2007. № 3. С. 115–128; № 4. С. 117–132.
- Сведберг Р. Новая экономическая социология: что сделано и что впереди? // Западная экономическая социология: Хрестоматия современной классики / Сост. и науч. ред. В.В. Радаев; пер. М.С. Добряковой и др. М.: РОССПЭН, 2004. С. 111–130.
- Слейтер Д. Забирая рынок у экономистов // Экономическая социология. 2008. Т. 9. № 2. С. 29–45. <http://www.ecsoc.msses.ru>
- Тамбовцев В.Л. Перспективы экономического империализма // Общественные науки и современность. 2008.
- Dobbin F. Comparative and Historical Approaches to Economic Sociology // The Handbook of Economic Sociology / Ed. by N. Smelser, R. Swedberg. 2nd ed. Princeton: Princeton University Press, 2005.
- Fligstein N. Architecture of Markets: An Economic Sociology of Twenty-First-Century Capitalist Societies. Princeton: Princeton University Press, 2001.
- Nee V. Sources of the New Institutionalism // The New Institutionalism in Sociology / Ed. by M. Brinton, V. Nee. N. Y.: Russell Sage Foundation, 1998.
- Simon H. Rational Decision Making in Business Organizations // American Economic Review. 1979. Vol. 69. No. 4. P. 493–513.
- Smelser N., Swedberg R. Introducing Economic Sociology // The Handbook of Economic Sociology / Ed. by N. Smelser, R. Swedberg. 2nd ed. Princeton: Princeton University Press, 2005. P. 3–25.
- Zukin S., DiMaggio P. (eds.). The Structures of Capital: The Social Organization of the Economy. N. Y.: Cambridge University Press, 1990.

НОВЫЕ ПЕРЕВОДЫ

О. Вельтус

СИМВОЛИЧЕСКИЕ ЗНАЧЕНИЯ ЦЕНЫ: конструирование ценности современного искусства в галереях Амстердама и Нью-Йорка



Олаф ВЕЛЬТУС

[Olav VELTHUIS] – профессор университета Констанц (Германия), Принстонского и Колумбийского университетов (США).

Email: velthuis@dds.nl

В статье обсуждаются результаты социологического анализа механизма ценообразования на рынке современного искусства. Основываясь на глубинных интервью с арт-дилерами в Нью-Йорке и Амстердаме, я фокусируюсь на двух нормах ценообразования: первая – удерживает дилеров от снижения цен; вторая – побуждает их устанавливать цены в соответствии с размером [картины]. Исходя из этих норм, я утверждаю, что ценообразование является не только экономическим, но и обозначающим актом: несмотря на деперсонализированные, деловые коннотации цен рыночные акторы ухитряются выразить через них целый ряд когнитивных и культурных значений. Экономическая теория сигналов признает, что ценам присущи определенные значения, но сводит их роль к возможностям получения прибыли. В гуманитарных науках, напротив, значениям цены приписывается «загрязняющий», разрушительный эффект. Я придерживаюсь социологического подхода, в соответствии с которым цены, их различия и изменения выражают множественные значения, связанные с репутацией художников, социальным статусом дилеров и качеством произведений искусства, выставленных на продажу.

Ключевые слова: цена, ценность, ценообразование, рынок искусства.

Источник: Velthuis O. Symbolic meanings of prices: Constructing the value of contemporary art in Amsterdam and New-York galleries // Theory and Society. 2003. Vol. 32. P. 181–215. Перевод Е.С. Бердышевой под ред. В.В. Радаева, М.С. Добряковой.

О подъеме экономической социологии в последние два десятилетия свидетельствует появление многочисленных социологических трактовок таких феноменов, как рынки, финансовые институты, фирмы, труд, отрасли производства, потребление и деньги¹. Механизм ценообразования, однако, остается одним из немногих предметов экономической теории, к которому социологи не желают или не могут подступиться. В данной статье излагаются результаты социологического анализа механизма ценообразования. Основная идея состоит в том, что ценообразование представляет собой не только экономический, но и обозначающий акт [signifying act];

¹ Обзор недавних статей по современной экономической социологии см.: Smelser, Swedberg 1994; Ingham 1996; Swedberg 1997; Carruthers, Uzzi 2000.

я интерпретирую ценообразование как символическую систему. Вопреки представлениям об обезличенности цен, я утверждаю, что участники рынка ухитряются выражать через них целый ряд когнитивных и культурных значений.

Анализ основан на качественных данных, полученных в результате интервью с арт-дилерами в Амстердаме и Нью-Йорке². Помимо этого я использовал всевозможные прочие источники: обзоры в журналах по искусству, интервью с художниками, коллекционерами, владельцами галерей, публикуемые в книгах, журналах и путеводителях по рынку искусства для художников и арт-дилеров. Объект моего исследования ограничен первичным рынком искусства – тем, где современные художественные произведения продаются в первый раз. Вторичный рынок или рынок перепродажи, главными участниками которого являются аукционные дома, не затрагивался.

На первичном рынке дилеры представляют интересы художников за комиссионное вознаграждение; в исключительных случаях они покупают произведения у художников и пытаются продать их коллекционерам, выиграв на разнице в цене. Обычно художники попадают к дилеру по рекомендации других художников; кроме того, дилеры активно знакомятся с художниками на вернисажах и отчетных выставках в художественных школах. Галереи устраивают художникам персональные выставки, которые длятся в среднем шесть недель; при этом продажа произведений искусства не ограничена продолжительностью показа.

И Нью-Йорк, и Амстердам являются центрами национальных рынков искусства – американского и голландского. Наиболее известные путеводители по галереям Нью-Йорка и Амстердама обычно насчитывают 536 и 165 галерей соответственно. Из достоверных источников известно, что средний оборот американских галерей, по крайней мере, в два раза превышает средний годовой оборот голландских галерей (497 тыс. и 240 тыс. долларов). И если нью-йоркские галереи в некоторых случаях являются крупными прибыльными организациями, в которых занято более 50 человек, то большинство галерей в Нидерландах даже не обеспечивают своим владельцам зарплату, на которую можно нормально прожить³. Впрочем, количественные различия между галереями двух городов не столь важны, так как данное исследование не имело сравнительной направленности. Особое внимание в нем уделялось сходствам, наблюдаемым в практиках установления цены дилерами обоих городов. Факторы же, которые приводят лишь к незначительным различиям в моделях ценообразования, – наподобие наличия или отсутствия схем субсидирования, – из нашего анализа исключались.

² С апреля 1998 г. по март 2001 г. я провел 18 полуструктурированных глубинных интервью с арт-дилерами в Амстердаме и 19 интервью с арт-дилерами в Нью-Йорке. В обоих городах использовалась одна анкета. Интервью длились в среднем от 45 минут до часа. Отбор галерей производился следующим образом: во-первых, максимизировались вариации с точки зрения возраста и месторасположения галерей; во-вторых, выборка частично формировалась методом снежного кома, и ряд интервью был сделан благодаря рекомендациям уже проинтервьюированных респондентов. Транскрипты интервью были закодированы (NL – для арт-дилеров Амстердама и US – для арт-дилеров Нью-Йорка) и пронумерованы (например, NL2). Для анализа текстов использовались два главных американских журнала по искусству: «ARTnews» и «Art in America». Так как сопоставимых журналов по голландскому рынку искусства не оказалось, большинство цитат взято из двух ежедневных газет с широким охватом по визуальному искусству – «De Volkskrant» и «NRC Handelsblad».

³ Gallery Guide New York. 2002. January; Alert Galerie Agenda Amsterdam&Omstreken. 2002. February. Vol.19/2. Данные о товарообороте см.: Economic Census 2001; Janssen 2001. Данные американской переписи о товарообороте галерей завышены, поскольку включают дилеров вторичного рынка, а голландские данные ограничиваются дилерами первичного рынка.

В исследовании не дается полного объяснения ценовых решений или способов, при помощи которых дилеры маркетизируют современное искусство⁴. Моя цель – привлечь внимание к двум аномалиям ценового механизма на рынке современного искусства, которые возникают в связи с применением специфических норм ценообразования. Я покажу, что цены не устанавливаются в каждом отдельном случае, но являются результатом конвенций в отношении ценообразования, разделяемых арт-дилерами и их партнерами по сделкам. Подобные ценовые нормы – пример того, что Пол Димаджио и Уолтер Пауэлл назвали «институциональным изоморфизмом»: отклонение от этих норм может привести к путанице между партнерами по сделке, разрушить репутацию дилера и, в конце концов, отрицательно сказаться на продажах. Первая выделенная мною норма заключается в стремлении избежать снижения цены, что бы ни случилось. С экономической точки зрения эта норма кажется аномальной – дилеры игнорируют феномен ценовой эластичности и ведут себя скорее как максимизаторы цены, нежели как максимизаторы прибыли. Вторая норма состоит в стремлении избежать дифференциации цен на одинаковые по размеру работы художника даже тогда, когда дилер знает, что одни работы будут продаваться лучше, чем другие. Эта означает, что дилеры не дифференцируют цены ни в соответствии с качеством, ни в соответствии со спросом. Обозреватель журнала «The New Yorker» еще в 1970 г. описывал эту норму как один из «странных ритуалов, принятых в мире искусства» [DiMaggio, Powell 1983; Brooks 1960].

Обращаясь к анализу подобных аномальных ценовых норм, наша статья в большой степени укладывается в концептуальную схему, предложенную Вивианой Зелизер для рассмотрения интимных экономических сделок и рынков «спорных» товаров; Зелизер показала, что рынки «священных» товаров испытывают влияние нерыночных ценностей и внеэкономической логики, что преобразовывает ожидаемую инструментальную направленность рынка [Zelizer 1979, 1988, 2000]. Однако ни экономисты, ни их критики так и не смогли постичь эту культурную укорененность рынков. Следуя логике Зелизер, в первом разделе статьи я показываю, что с точки зрения экономической теории рынок искусства является лишь еще одним примером рационального, эгоистического, максимизирующего полезность действия. Предполагается, что цены представляют собой не что иное, как совершенные и нейтральные репрезентации культурных ценностей. В условиях неопределенности и асимметрично распределенной информации экономисты также понимают цены в терминах сигналов качества, которые те посылают.

Экономической точке зрения противостоит длительная и богатая традиция гуманитарных концепций рынка искусства, развиваемая мной во втором разделе статьи. Полагая, что установление цены на предметы искусства опошляет их уникальную ценность, историки искусства, критики и прочие эксперты по культуре работают в перспективе враждебных миров [hostile worlds], как ее назвала Зелизер: понимая под рынком процесс калькуляции, они разделяют цену и культурную ценность искусства⁵. В результате такой сепарации

⁴ Более полные данные по рынку современного искусства см.: Moulin 1967 [1987]; Plattner 1996; Rouget et al. 1992; Velthuis 2002.

⁵ Автор использует критический подход В. Зелизер, которая противопоставляет три подхода к анализу взаимоотношений экономики и культуры. Первый назван моделью враждебных миров [hostile worlds]. В соответствии с этим подходом экономика и культура представляют диаметрально противоположные сферы, и любое их смешение приводит к негативным последствиям. Вторжение рынка разрушает или «загрязняет» культурные ценности, а проникновение культуры в экономику приводит к снижению эффективности распределения ограниченных ресурсов. Второй подход, названный «не что иное как» [nothing but], – редукционистский по своей природе. Здесь либо культура оказывается прямым воплощением принципов экономической рациональности, либо, наоборот, экономика редуцируется к культурным основаниям. В противовес этим двум подходам, которые Зелизер считает непродуктивными, она предлагает модель перекрещивания [crossroads], исходящую из того, что сферы экономики и культуры проникают друг в друга множественными связями и должны рассматриваться в контексте этих проникающих связей [см.,

возникают две концепции, которые я обозначаю как «модель независимых сфер» [independence spheres] и «модель загрязнения» [contamination model].

В соответствии с «моделью независимых сфер» экономика и культура конституируют две несвязанные друг с другом области жизни. Предполагается, что установление цены на художественное произведение деперсонализированными силами предложения и спроса не влияет ни на эстетическую, ни на культурную ценность искусства, так как цена и ценность относятся к разным сферам. В «модели загрязнения» акценты расставлены иначе: связь между экономикой и культурой допускается, но с оговоркой, что в результате цена «замутняет» культурную ценность искусства. Хотя «сущность культуры состоит в установлении различий», как говорит об этом Игорь Копытофф, рынок превращает искусство в гомогенный товар, ценность которого не уникальна ни в каком смысле [Kopytoff 1986: 73].

Хотя некоторые социологи, начиная с Макса Вебера, обращали внимание на механизм ценообразования, полноценной социологической альтернативы в этом вопросе пока не предложено, – что я и намерен продемонстрировать в третьем разделе работы. В частности, символические аспекты цен чаще всего игнорируются экономической социологией. Основываясь на проведенных интервью, я предлагаю альтернативное понимание механизмов ценообразования. Как мне кажется, для понимания аномальных ценовых норм на рынке искусства следует принять во внимание символические значения цен. Мои этнографические материалы показывают, что цены вплетены в целую паутину значений, и деперсонализированная деловая коннотация – лишь одно из них. Эта система значений основывается на ментальных схемах оценивания [mental accounting schemes], которые состоят из когнитивных ассоциаций, связывающих цены с качеством, репутацией и статусом. Ментальные схемы оценивания формируются в процессе семиотической социализации. Представители мира искусства, обладающие детальными знаниями о ценах и ценовых нормах, могут интерпретировать или «прочитывать» их, замечать отклонения и извлекать из них соответствующие значения. Иными словами, механизм цен – это не только распределительная система, но и семиотическая коммуникативная система наподобие языка [Zeruvabel 1997; Thaler 1999]. В последних двух разделах я прослеживаю различия между таким символическим подходом к ценам и их рассмотрением в логике «не что иное, как» [nothing but] или в логике «враждебных миров» [hostile worlds].

Помимо анализа цен в рамках экономической социологии мои рассуждения базируются на корпусе источников по социологии искусства, в которых утверждается, что эстетические, художественные или культурные ценности социально сконструированы, а восприятие произведения искусства зависит от того, в каком социальном контексте оно рассматривается. Так, например, ценность произведения искусства не присуща произведению как таковому, но производится и постоянно воспроизводится художником, посредниками и публикой. Как утверждает Говард Беккер, этот процесс является предметом множества конвенций и культурных кодов в мире искусства. Если перефразировать мой тезис в терминах социологии искусства, то ценовой механизм – это часть социального конструирования культурной ценности. По Пьеру Бурдьё, ценность произведения искусства производится посредством символического капитала «культурных бизнесменов», что обеспечивает им «право освящать» произведения искусства и художников; в моем же исследовании выдвигается гипотеза о том, что не только процесс освящения, но и сам процесс обмена способствуют зарождению веры в ценность искусства [Zolberg 1990: 25; Wolff 1983; Becker 1984; Bourdieu

например: Zelizer V. Culture and Consumption // The Handbook of Economic Sociology / Ed. by N. Smelser, R. Swedberg. 2nd ed. Princeton: Princeton University Press, 2005. P. 336). – Прим. науч. ред.

1993]. Иными словами, символические значения цен создают тесную связь между ценой и культурной ценностью.

Экономика рынка искусства

В экономической теории цены интерпретируются, как выражение готовности человека заплатить за определенное благо. Как утверждал Альфред Маршалл, отец-основатель современной экономической теории, «желание приобрести то, что обычно покупается и продается за деньги, измеряется ценой, которую люди готовы за это заплатить». Голосуя на рынке деньгами, потребители демонстрируют свои предпочтения; а система цен переводит эти индивидуальные денежные голоса в надындивидуальные рыночные цены» [Marshall 1890: 83; Stigler 1987].

Ключевой предпосылкой этого подхода является безусловная соизмеримость (калькулируемость) благ. Говоря словами одного из первых неоклассических экономистов Леона Вальраса, «необходимое, полезное, приемлемое и лишнее, – все это для нас означает только более или менее полезное. Нравственная сторона потребностей, требующих удовлетворения при помощи полезных благ, не должна приниматься во внимание. Пусть другие беспокоятся о том, по каким причинам врач лечит своих пациентов, а убийца отравил семью. Мы же, напротив, к этому абсолютно равнодушны». В XX веке Лайонел Роббинс и Гэри Бэкер выдвигали сходные утверждения о нерелевантности различия между главными и второстепенными решениями и о нерелевантности «вечных ценностей». В соответствии с их «коммодифицированной концептуальной схемой», – как обозначила ее философ права Маргарет Рэдин, – наиболее ценное благо по определению имеет и наивысшую цену. Таким образом, неоклассическая экономическая теория либо не проводит различий между ценой и ценностью, либо видит в цене абсолютное выражение ценности [Вальрас цитируется по: Mossetto 1993: 40; Robbins 1932: 10; Becker 1976: 7; Radin 1996: 8–9; см. также: Anderson 1993: 8; Heilbroner 1988: 104; Mirowsky 1990].

Цены на предметы искусства не являются исключением из этих правил. Экономисты, изучающие культуру, на многочисленных примерах доказали, что экономическое поведение художников, коллекционеров, торговцев произведениями искусства, ничем не отличается от поведения участников любого другого рынка. Неважно, насколько уникален продаваемый товар, рынок искусства – это *не что иное*, как просто рынок, где индивидуальные акторы действуют рационально ради максимизации полезности. Что касается цен, Дж. Хейлбран и Ч. Грей пишут в своем учебнике по экономике искусства и культуры: «как и в случае с любым другим рынком, цены, формирующиеся [на первичном рынке искусства], отражают действие сил предложения и спроса» [Heilbrun, Gray 1993: 152].

Самое сильное утверждение в стиле «не что иное как», несомненно, принадлежит Уильяму Грампу. В своей книге «Оценивая бесценное» Грамп доказывает, что «предметы искусства являются экономическими благами, ценность которых может быть измерена рынком, а продавцы и покупатели искусства, т.е. люди, которые создают этот рынок и извлекают из него выгоду, стараются выручить за то, что имеют, как можно больше». Благодаря ли своему эстетическому содержанию (эстетическая ценность) или тому, что его приобретение повышает статус обладателя (социальная ценность) или же оказывается надежным вложением капитала (инвестиционная ценность), искусство обладает полезностью в глазах потребителей. Таким образом, цены на предметы искусства выражают готовность потребителей заплатить за статус, который дает обладание предметами искусства, за эстетическое удовольствие, обеспечиваемое ими, равно как и за ожидаемую денежную отдачу. Грамп делает следующий вывод: «Строго говоря, экономическая ценность является общей формой всех видов ценностей, включая эстетические. Сказать, что эстетическая ценность согласуется с экономической ценностью – все равно что глубокомысленно заявить,

что частное подпадает под целое или же что эстетическая ценность, как и любая другая, является формой экономической ценности» [Grampp 1989: 20–21]. Иными словами, эстетическая ценность – это не что иное, как подмножество общего рода экономической ценности.

Безусловно, вклад неоклассической микроэкономики (которая долгое время вообще отождествляла себя с «теорией цен») в изучение цен не ограничивается понятием готовности платить или понятиями спроса и предложения. Особенно релевантной с точки зрения понимания значений цен является сигнальная теория, предложенная недавними нобелевскими лауреатами Майклом Спенсом, Джорджем Акерлофом и Джозефом Стиглицем. Эти авторы ввели термин «сигнализирование» и связанные с ним понятия «фильтрации» и «эффективной заработной платы» в анализ таких рынков, как рынок искусства, где оценивание качества благ затруднено, а информация распределена в основном асимметрично. Суть [сигнальной теории] можно выразить следующими словами Стиглица: «Цена выполняет еще одну функцию в дополнение к тем, что обычно приписываются ей в экономической теории: она передает информацию и влияет на поведение». Например, цены используются для оценивания качества блага или, другими словами, качество «фильтруется» в соответствии с уровнем цены. Действие сигнального эффекта не ограничивается плохо осведомленными потребителями, не имеющими других способов оценить качество благ. Майкл Спенс, один из первых экономистов, осознавших значимость сигналов на рынках, утверждал, что продавцы соотносят качество товаров в пределах одной продуктовой линейки с ценой на основе своего опыта. Соответственно, сигналы о качестве товаров, передаваемые изменением цен, ориентированы на осведомленных постоянных покупателей этих товаров [Stiglitz 1987; Spence 1993: 114; Akerlof 1970; Riley 2001]⁶.

Товарный контекст

Пока экономисты превозносят рынок, сводящий все ценности к цене и таким образом способствующий оптимальному распределению ограниченных ресурсов, историки искусства и эксперты по культуре сокрушаются по поводу калькулятивного воздействия рынка. Пьер Бурдьё справедливо характеризует рынок искусства как «торговлю, в которой вещи не имеют цены»: экономика искусства, таким образом, отвергается [Bourdieu 1993: 74]. Причиной является то, что за пределами экономической теории цены на предметы искусства не считаются столь нейтральными. Что касается взаимоотношений между искусством и экономикой, то историки искусства и эксперты по культуре неоднократно подписывались под концепцией враждебных миров, настаивая на некалькулируемости искусства. В сущности, предубеждение против рынка искусства так же старо, как и научная традиция изучения самого искусства. В XVII веке голландский историк дописываемого искусства Карел Ван Мандер критиковал торговцев искусством за превращение качественных различий в простые числа. В Ж.-К. Аньо в своей книге по истории рынка и театра замечает: «Эстетизм и экономизм надежно разделили социальный мир, переведя культурный и рыночный обмены в разные дисциплинарные области» [Marchi 1994; Agnew 1986: 6]⁷. Еще точнее, в

⁶ Помимо сигналов качества Спенс различает статусные сигналы, в случае с которыми «существенная часть цены товара имеет отношение к издержкам исключения, а к производственным или маркетинговым издержкам»; когнитивное значение экономических процессов также подмечалась Австрийской экономической школой. Например, Питер Бётке утверждает, что «рыночный процесс решает проблему экономической калькуляции путем производства «сигналов», чтобы направить поведение индивидов друг на друга. Институты рыночного общества служат помощником человеческому разуму, будучи ориентиром для человеческого действия в сложном и неопределенном мире» [Boettke 1995: 66].

⁷ Эти расчеты подтверждают гипотезу В. Эспилэнд и М. Митчелла о том, что «самые частые и самые неразрешимые претензии по поводу некалькулируемости случаются на границах институциональных сфер, где сталкиваются разные способы оценивания» [Espeland, Stevens 1998: 332].

гуманитарных науках цены либо нарушают чистоту некалькулируемой ценности искусства («модель загрязнения»), либо локализируются в отдельной от ценностей сфере («модель независимых сфер»).

«Модель загрязнения» основывается на марксистской концепции ценности. Представители Франкфуртской школы Макс Хоркхаймер, Теодор Адорно и Герберт Маркузе выступали против коммодификации культуры, которая «подавляет наши критические способности, вызывает отчуждение, унижает искусство и защищает капиталистическую систему от внутренних вызовов» [Cowens 1998: 10–11]⁸. Арнольд Хаузер, автор классического текста по марксистской истории искусства, охарактеризовал свободный рынок искусства в Нидерландах XVII века похожим образом – как загрязняющую силу. По мнению Хаузера, воплощенная в рынке анархия обернулась для художников финансовой неопределенностью; к тому же, с появлением торговли искусством художник дистанцировался от публики. В результате такого дистанцирования покупатели стали все чаще оценивать предметы искусства по аналогии с любым другим товаром, который мог бы быть куплен с вполне разумными инвестиционными целями. Главный источник ценности переместился из сферы культуры в сферу экономики [Hauser 1951].

Художник Ян Берн выразил недовольство рынком следующим образом: «В последнее время мы все чаще наблюдаем, как сила рынка искажает все другие ценности: даже суть того, что считать “произведением”, а что – нет, определяется, в первую очередь, рынком и только во вторую очередь – “творческой идеей”». Одним из главных представителей модели загрязнения среди современных искусствоведов является Роберт Хьюз. Хотя в начале своего эссе «Об искусстве и деньгах» Хьюз признает, что «деньги приносят художникам значительно больше пользы, нежели вреда», главная его мысль состоит в том, что высокие рыночные цены на предметы искусства наделяют их фетишистским смыслом: «Четверть века назад было проще оценивать произведения искусства по их действительному качеству. А сегодня шедевр, нагруженный фетишистской ценностью, утратил былую доступность – легкость и открытость для глаза и ума. Он наделяется ложным авторитетом, подобно фасаду банка». Таким образом, чистота произведения искусства теряется, а зрительное восприятие и эстетическое значение работы «разрушаются под грубым весом цены». В самом деле, отличительной чертой модели загрязнения является убежденность в том, что искажающий эффект ценового механизма проникает повсюду. Как сказал об этом один искусствовед, выражая свою обеспокоенность по поводу коммерциализации мира искусства в конце 1980-х годов: «В разгар самой количественной эры в истории человечества, когда на любую сторону жизни и любое человеческое пристрастие накапливаются столбики цифр, искусство становится одной из сфер, которая представлена самыми крупными числами. Но количественный рост такого размаха не может не иметь серьезных качественных последствий. Производство и значение искусства, несомненно, трансформируются... Драгоценный, но хрупкий идеал возвышенного искусства, праздного и прекрасного, как полевой цветок, некогда воспетый в бесчисленных стихотворениях, на школьных уроках и в стареющих учебниках, похоже, готов дать трещину» [Burn 1975 [1996]: 908; Hughes 1990: 400, 20; Davis 1998: 21–22]⁹.

⁸ Адорно характеризует капиталистическое общество следующим образом: «Все буржуазное общество зиждется на законе обмена – «подобное на подобное», калькуляции без остатка. По сути обмен – это нечто вневременное, как самое радио... Но это означает – ни много ни мало – что память, время и воспоминания уничтожаются как пережиток иррационального» [Цит. по: Burger 197: 59].

⁹ Это соответствует характеристике, которую Зелизер дает критике рынка в гуманитарной науке: «Сначала цена и ценность рассматривались как полностью дихотомические категории; затем экономические отношения непрерывно и неизбежно расширялись; ну и, в конце концов, бесспорным стало то, что власть цены трансформирует (обычно разрушает) ценности, а ответная трансформация цены ценностью не концептуализировалась» [Zelizer 1985: 19].

Стоит обратить внимание на созвучность подобных рассуждений о роли рынка идее о том, что рынок сводит все ценности к цене, в основе которой лежит неоклассическая логика «не что иное как». Впрочем, в плане нормативных оценок процесса калькуляции две эти концепции противостоят друг другу совершенно неистово. То, что применение модели загрязнения не ограничивается гуманитарными науками, подтверждается экономистом Архо Кламером, указывающим на то, что художники и коллекционеры стараются избегать соглашений и измерения ценности произведений искусства по принципу возмездности дабы не обесценить художественное восприятие. Таким образом, Кламер и другие сторонники модели загрязнения, предпочитают дарение компенсационному характеру рыночных сделок. Например, художник Льюис Хайд исходит из того, что искусство – это дар, а не товар: «Если верно, что при продаже своего произведения художник в сущности одаривает публику, и если я прав, говоря, что там, где нет дара, нет и искусства, тогда превращение художественного произведения в чистый товар способно его разрушить» [Klamer 1996; Hyde 1983: xiii. См. также: Foster 1996].

Второе направление гуманистической критики механизма ценообразования, – модель независимых сфер, – основывается на так называемой формалистской традиции истории искусства. Формализм, центром которого является предпосылка об автономии, утверждает обособленность сферы искусств, возвышающихся «над течением жизни». В этой модели не столько цены загрязняют мир искусства, сколько присущие ему ценности искусств полностью обособливаются от инструментальных ценностей экономики: «наряду с различными и несводимыми друг к другу экономическими, моральными, интеллектуальными и религиозными ценностями, существуют и должны существовать полностью обособленные и нередуцируемые эстетические ценности – ценности, которые не могут быть объяснены в терминах каких-то других ценностей и которые, по сути, определяют нашу реакцию на произведения искусства». Американский искусствовед и адепт абстрактного экспрессионизма Клемент Гринберг трактовал подъем современного искусства схожим образом – как отрыв от буржуазного общества и «рынков капитализма»; с тех пор как ценности капитализма и ценности современного искусства противостоят друг другу, искусство, не сумевшее оторваться от общества, деградирует и превращается в китч [Bell 1914 (1969): 91; Steiner 1996; Greenberg 1939 (1991)].

Несмотря на то, что формалистская традиция, представленная такими известными историками искусства и искусствоведами, как, например, Клайв Белл, Роджер Фрай, Клемент Гринберг и Майкл Фрид, становится менее влиятельной, тенденция жестко разделять цену и ценность искусства «оказывается более устойчивой, чем может показаться» [Haskell, Teichgraeber 1993: 1]. И хотя модель независимых сфер отрицает логику экономистов в стиле «не что иное как» и провозглашает несводимость ценности к цене, тенденция противопоставлять цену и ценность искусства укрепляет экономическую аргументацию, ибо само собой разумеющимся здесь считается, что рынок искусства и ценовой механизм по существу являются феноменами асоциальными, лежащими вне культуры.

Социологический анализ цен

Социологии пока нечего противопоставить анализу цен в логике «не что иное как» или модели «враждебных миров». В общем и целом ценовой механизм игнорировался экономсоциологами. Вслед за Карлом Поланьи принято считать, что в укорененных экономиках доиндустриальных обществ цены определяются традицией или властью, тогда как в разукорененных современных экономиках [disembedded modern economies] – безличными силами предложения и спроса. Идея о том, что установление цены на товары

может быть социальным действием или иметь культурное толкование, не привлекает внимания. Иногда подчеркивается резкий контраст между социально укорененным действием и «атомизированным рынком, регулируемым ценовой системой», «с намеком на то, что формирование цены по существу является несоциальным и неукорененным экономическим процессом» [Swedberg, Granovetter 1992: 8–12]¹⁰.

Впрочем, примечательные исключения встречаются, начиная с Макса Вебера, который в «Хозяйстве и обществе» показал, что «денежные цены» – это «продукт конфликта интересов и компромиссов; они, таким образом, проистекают из констелляций власти». Вебер видел в ценах результат рыночной борьбы между относительно автономными экономическими акторами. Антрополог Роберт Прус утверждал, что «несмотря на деперсонализированные референты», установление цен на «обычных» розничных рынках является социальной по своему происхождению деятельностью. Не менее убедительны доводы Чарльза Смита о том, что даже аукционы значительно отклоняются от экономической модели, хотя, казалось бы, они к ней ближе всего в силу своей предполагаемой прозрачности. Вопреки положениям экономической теории участники торгов не имеют представления об экономической ценности предметов торга; их оценки обычно основаны на коллективных мнениях, в высокой степени подверженных изменениям. Таким образом, цены отражают не простую совокупность индивидуальных оценок, но скорее сложные, коллективные оценки, подчиненные внутригрупповому влиянию [Weber 1922 (1978): 108; Prus 1985; Smith 1993: 181; Smith 1989]

Кроме того, в последнее время некоторые социально-структуралистские и институциональные исследования ценообразования развивают положение Вебера о том, что цены – это результат констелляций власти, конфликтов интересов и компромиссов. На множестве примеров Хэррисон Уайт показал, что цены являются социальными образованиями или социальными конструкциями, функционирующими в соответствии с установленными правилами игры, которых неявно придерживаются производители. Последнее означает, что цены «являются частью условий торговли и социально конструируются акторами, вовлеченными в обмен», а не возникают из рынка неким таинственным образом. Патрик Асперс применяет подход Уайта к шведскому рынку фотографии моды и приходит к выводу о том, что различия в ценах отражают различия в статусах фотографов. В своей статье «Рынки как политика» Нил Флигстин наперекор неоклассическому экономическому подходу доказывает, что участники рынка стараются избегать ценовой конкуренции, так как она является источником нестабильности на рынках. Валерий Якубович, Марк Грановеттер и Патрик Макгвайр приводят доводы в пользу того, что за универсальными ценовыми механизмами, возникшими в электроэнергетике в конце XIX в., стояли политические столкновения, конфигурации власти и социальные сети внутри отрасли, а не экономическое давление с целью повышения эффективности. Так появилась не самая оптимальная система тарифов на электроэнергию, которая, тем не менее, впоследствии закрепились и использовалась в течение целого столетия. Эзра Цукерман считает, что если фирмы не справляются с управлением собственной идентичностью, они несут «издержки нелегитимности» в форме более низких биржевых цен по сравнению с соседями по отрасли. Дело в том, что подобные провалы приводят к несоответствию оценок, когда биржевой аналитик просто не опознает фирму как принадлежащую к освещаемой им отрасли. И в силу влияния, которое оказывают биржевые аналитики, цена акций падает. Уэйн Бейкер продемонстрировал, что волатильность биржевых цен зависит от социальной структуры рынка и размера сетей, в которые вовлечены трейдеры. Джоел Подолни доказывает, что статус фирмы на рынке сказывается и на издержках, и на прибыли, и на уровне

¹⁰ Авторы хрестоматии под редакцией Р. Сведберга и М. Грановеттера также критикуют теорию цены Артура Окуны и Маршала Салинза [Uzzi 1997: 49].

устанавливаемых цен» [White, Eccles 1987: 985; White 1981; Aspers 2001; Fligstein 1996; Yakubovich, Granovetter, McGuire 2001; Zuckerman 1999; Baker 1984; Podolny 1993].

Придавая особое значение социальной структуре, перечисленные исследования оставляют без внимания культурную сторону рынков¹¹. В частности, они не учитывают, что цены укоренены скорее в системе значений, нежели просто в социальных сетях. Данные моих интервью, однако, указывают на то, что цены имеют символическое измерение, а экономические акторы придают им когнитивные и культурные значения, посредством которых коммуницируют друг с другом. В следующем разделе я покажу, что когнитивные значения цен связаны с определением ценности произведений искусства. После этого я продемонстрирую, что транслируемые ценами значения связаны не только с произведениями искусства, но и с акторами, которые торгуют ими. В том числе, цены выражают идентичность производителей, потребителей и дистрибьюторов предметов искусства, служат для акторов статусными символами и позволяют им выполнять свои роли на рынке.

Экономические аномалии

По данным проведенных мной интервью, цены на современное искусство выражают смыслы, которые зависят от когнитивных процессов, стоящих за оценением произведений искусства. Эти когнитивные процессы помогают нам объяснить две важные аномалии ценового механизма на рынке современного искусства. Первая аномалия – существование устойчивого табу на снижение цен. Эта специфическая черта рынка искусства повсеместно отмечается в специальной научной литературе, обнаруживается в справочниках по рынку для художников; и подтверждается всеми дилерами, которых я интервьюировал [Moulin 1967 (1987); Plattner 1996; Klein 1994; Chamberlain 1983: 81; Katchen 1978: 80]. На вопрос о снижении цены, я получал типичные ответы: «произведение искусства никогда не теряет в цене, никогда» (US14), «проблема в том, что поставив слишком высокие цены, вы не сможете больше отступить от них» (NL16), или «у меня есть моральное обязательство поддерживать цену – обязательство по отношению к своему сообществу» (US11)¹². На проверку выходит, что арт-дилеры и художники ведут себя скорее как максимизаторы цены, нежели как максимизаторы прибыли. В их повседневной модели рынка искусства понятие ценовой эластичности, столь важное для экономической теории, играет второстепенную роль. С экономической точки зрения это может иметь смысл, если иметь в виду негативный эффект снижения цены для инвестиционного потенциала рынка искусства. В то же время такое поведение должно изрядно озадачивать экономистов, так как оно препятствует установлению рыночного равновесия: если понижение цен абсолютно невозможно, то что же будет делать рынок в случае избыточного предложения?

Вторая аномалия заключается в том, что произведения искусства одного и того же размера, принадлежащие кисти одного художника, практически без исключений имеют одинаковую рыночную цену¹³. В этом отношении весьма убедительно звучат слова американского дилера: «Вы не можете оценивать работы по-разному. Все, что бы вы ни выставляли на протяжении карьеры художника, должно иметь равную ценность. Все, что выставляет художник, имеет одинаковую ценность» (US14). Даже когда художник и дилер единокорны в том, что какие-то произведения превосходят другие по качеству, или когда на некоторые из них можно спрогнозировать более высокий спрос (например, потому что они появились на

¹¹ Об игнорировании культуры экономической социологией см.: Zelizer 2002.

¹² В скобках пронумерованы интервью, записанные в США и Голландии.

¹³ Соответствующие количественные данные см.: Rengers, Velthuis 2002.

обложке выставочного каталога), применяется та же норма установления цены. Нарушая ее, дилеры полностью отдают себе в отчет в том, что отступают от нормы, и им приходится приводить доводы, легитимирующие их девиантное поведение. Один авторитетный голландский дилер утверждал, например, что не мог вмешиваться в практику некоторых своих художников, которые устанавливали цену скорее по качеству, определяемому репутацией, возрастом и представлениями о собственной исключительности, нежели по размеру. Они завышали цену произведения (NL12). Один американский дилер рассказал, что иногда, если художник имеет признанную репутацию, он обсуждает возможность отступления от ценообразования по размеру. В этих случаях он оценивает картины по «важности» или «сложности» (US17).

Ценообразование по размеру – тоже экономическая аномалия, ведь цены на отдельные произведения не дифференцируются в соответствии со спросом на эти работы. Проблема не только в ограничении эффективного распределения ресурсов, но и в том, что дилеры теряют свою премию на произведения повышенного спроса; иными словами, они не пользуются избыточным спросом, возникающим в отношении некоторых работ. И это действительно признается моими респондентами. Как выразился один из них: «на выставке всегда есть что-то любимые произведения, которые ты можешь продать в десять раз дороже» (US8). Более того, установление цен по размеру противоречит стремлению художников оценивать произведения в соответствии с испытываемой ими эмоциональной привязанностью. «Некоторые художники оценивают одну свою работу выше, чем другую работу такого же размера. Я против такой практики, так как она основана на эмоциональной привязанности художника к произведению, которая в действительности к делу не относится. Покупатель должен уметь выбирать между художественными работами одного уровня и цены», – жалуется голландский арт-дилер (NL7).

Для того чтобы объяснить две эти аномалии, нам в первую очередь необходимо уяснить, что ценность современного искусства по своей сути – величина неопределенная. Важная характеристика рынка искусства состоит в том, что отдельные акторы не знают ценности объектов, а критерии для оценки качества произведения отсутствуют. Как сказал Стюарт Плэтнер в своей этнографической работе по рынку искусства в Сент-Луисе, «несостоятельность критики в адрес искусства и крах оценочной теории искусства, исторически восходящей к триумфу импрессионистов и системы торговцев-критиков, которые оценивали их, означают, что ценность непостижима, социально сконструирована и не может быть заранее спрогнозирована без экспертного знания» [Plattner 1996: 195; Espeland, Stevens 1998: 317; Velthuis 2001].

Управлять неопределенностью можно посредством калькулируемых ценностей, в данном случае – путем установления цены на произведение искусства. Так, взятые мною интервью свидетельствуют о существовании ментальных ассоциаций между ценами, культурными ценностями и статусом художников и дилеров. Я выяснил, что цены, их изменение и дифференциация ассоциируются с вариацией и различиями в качестве произведений; в основе этих ассоциаций лежат конвенции, которые усваиваются в процессе «семиотической социализации», как называет его когнитивный социолог Эвиатар Зерувабель¹⁴. Таким образом, экономическая сущность цены становится обозначающим, которое относится к неэкономическому обозначаемому – качеству произведения искусства или статусу художника; иными словами, цены начинают сигнализировать о качестве или статусе.

Я не говорю о том, что ценности и статусные иерархии в мире искусства конструируются лишь посредством ценовых сигналов. Последние пересекаются с множеством других сигналов наподобие предварительных оценок произведения музеями и ведущими

¹⁴ Zeruvabel 1997: ch.5. Общая теория сознания, ценности и цены представлена в Woo 1992.

коллекционерами, месторасположения галереи, дизайна рекламных объявлений и каталогов продаж, языка, который используется для описания творческого пути художника, или дресс-кодов и речевых кодов, используемых художником и дилером. Однако ценовые сигналы и выражаемые ими когнитивные значения имеют числовое измерение, которое делает их относительно легкими для прочтения и интерпретации и отличает от других сигналов такого рода. Как утверждают Вэнди Эспилэнд и Митчелл Стивенс, «одно из преимуществ калькулируемости состоит в том, что с ее помощью удастся стандартизированным образом сконструировать образ неопределенных и ускользающих качеств» [Espeland, Stevens 1998: 316]¹⁵.

Когнитивные значения цен на искусство

Каким образом когнитивные значения объясняют аномальные нормы ценообразования на рынке искусства? Устанавливая цены, торговцы заботятся об относительной стоимости произведения, так как именно она и ее вариации являются для коллекционеров индикатором качества. Первое, что я выяснил, – арт-дилеры видят опасность низких цен в том, что коллекционеры не воспримут работу всерьез. Стоимость произведения ниже конвенционального или ожидаемого ценового уровня может порадовать коллекционеров, но в то же время спровоцировать недоверие в отношении качества произведения. Как сказал американский арт-дилер: «Иногда можно встретить работу, которая в сильной степени недооценена, и люди говорят “Ничего себе, это полная цена?” [Доверительно поясняет:] это заставляет их нервничать, они думают, что цена должна быть более высокой. Такова психология» (US10)¹⁶. Эта особенность торговли искусством была выявлена в предшествующих исследованиях художественных рынков. Плэтнер говорил, что «в отсутствие четко определенной системы правил определения качества уровень цены и известность произведения принимают за знак превосходства». В своем исследовании французского художественного рынка Раймонда Мулен также заметила, что «путаница с ценностями, существующая сегодня в мире искусства, заставляет сбитых с толку покупателей признавать свою некомпетентность и видеть в высоких ценах гарантию эстетического качества» [Plattner 1996: 15; Moulin 1967 [1987]: 157].

Еще одним примером созидательной, функциональной (смыслообразующей) роли цен является норма установления цены в соответствии с размером. Дилеры стараются не дифференцировать цены на работы одного размера, потому что различия в ценах несут в себе скрытое сообщение о различиях в качестве выставленных произведений. Подобные сообщения угрожают порядку на рынке, который и без того функционирует в условиях высокой неопределенности. Говоря словами одного из дилеров: «позвольте мне забыть о максимальной цене, которую я все равно не могу запросить. Стабильность более важна, чем дополнительная толика денег» (NL9). К тому же многие дилеры сомневаются, соответствуют

¹⁵ О значимости общих кодов и конвенциях в мире искусства см.: Becker 1984; статистический анализ взаимосвязи между приобретениями музеев и экономической ценности произведений искусства см.: Bruno, Pommerehne 1989. О конструировании верований у художников и их влиянии на цены см.: Bonus, Ronte 1997.

¹⁶ В разных рекомендациях для художников также говорится, что деньги являются мерой успеха; художникам советуют давать своим работам скорее высокую, нежели низкую цену [Katchen 1978: 78]. В 1999 г. галерея Института Курто выставила произведения искусства парами, которые были выполнены одним художником, изображали одинаковую сцену или были очень похожи в каком-то другом отношении. От посетителей требовалось оценить, какое из двух произведений более ценно. После выставления оценок посетители могли свериться с действительной экономической ценностью. Сара Хайд, куратор выставки, сказала, что ее целью было «выяснить, каким образом наше восприятие произведений искусства связано с нашими ожиданиями в отношении их ценности» [Vogel 1999].

ли их собственные ценностные суждения оценкам покупателей; они не могут предсказать, как отдельные работы на выставке будут восприняты коллекционерами. Оценивая все произведения искусства одинаково, дилеры стремятся дать покупателям возможность самостоятельно решить, что им нравится. Как сказал дилер из Голландии: «Кто я такой, чтобы определять, что эта картина более интересна, чем работа такого же размера, висящая рядом с ней? Я часто думаю, что на месте покупателя купил бы ту и эту работы, – но первой работой, которую покупают люди, оказывается та, про которую я никогда не подумал бы» (NL6). Другой дилер утверждал, что дифференциация цен по качеству больше похожа на обращение к истории искусства, нежели на торговлю современными произведениями» (NL11). В конце концов, эта норма ценообразования имеет и чисто экономический смысл: высокая цена одной работы на выставке может затруднить продажу произведений, которые стоят меньше. Так, например, один из моих респондентов признал, что установление цены по размеру, а не по качеству означает, что «настоящие хиты» стоят меньше, чем могли бы, но – продолжал он, «компромисс в этом вопросе может обернуться трудностями при продаже оставшегося. Фактически, ты подтверждаешь, что эти произведения – менее высокого качества» (NL9).

Еще одна форма участия цены в конструировании ценности связана скорее с изменениями цен, нежели с различиями между ними или их абсолютным уровнем. В отличие от других рынков культурных продуктов, – литературы или музыки, – успех на рынке искусства измеряется ростом цен, а не объемом продаж¹⁷. Рост цен на работы художника говорит тем самым о развитии его карьеры или о признании его творчества миром искусства; одновременно с этим рост цен позволяет коллекционерам чувствовать себя в безопасности насчет приобретений, которые они уже сделали или собираются сделать в будущем. Позитивные значения роста цен побуждают дилеров максимизировать цены, а не прибыль: пока повышение цен воспринимается как знак успеха или гарантия качества работы, дилеры и художники имеют стимул для активного создания дефицита. Сказанное позволяет хотя бы гипотетически объяснить, почему во все времена галереи сознательно ограничивали число работ, вывешиваемых на выставке; почему большое количество работ таких успешных художников, как Марк Розко, Френсис Бэкон или Пабло Пикассо обнародовано лишь после их смерти; а арт-дилеры страстно желают ограничить число издаваемых фотографий и копий. Все эти практики наводят на мысль о том, что художники и арт-дилеры ориентированы на максимизацию цен [Grampp 1989; Gee 1981].

Противоположное утверждение применимо к понижению цены. Падение цены наносит больший ущерб, чем просто сокращение финансовой отдачи от инвестиций в искусство. Вообще-то, этот прямой экономический эффект даже не был упомянут в интервью. Вместо этого, арт-дилеры беспокоились о смыслах, которые понижения цен транслируют коллекционерам. Каким бы сильным ни было экономическое обоснование подобного действия, в любом случае, снижая цену, арт-дилер передает сигнал о ценности художественного произведения. Как сказал один из дилеров, понижение цены «вызывает у публики подозрение»; в результате коллекционеры «засомневаются в твоей интуиции» и «потеряют доверие». По-видимому, дилеры считают, что мнения коллекционеров нестабильны в оценках ценности искусства. Снижение цены может подорвать веру коллекционеров в художественную ценность произведения и привести к самым серьезным последствиям. По словам одного дилера, «если цена идет вниз, покупатели начинают

¹⁷ Сказанное применимо не только к нашим респондентам, но и к академическим исследованиям. Например, марксистский историк искусства А. Хаузер утверждал, что торговля искусством из-за систематического урезания цены пагубно сказывается на производстве [Hauser1951: 469]. В качестве примера он приводит цены на произведения искусства, в том числе, картины голландских художников XVII века Йена Стина и Йена Ван Гойена, для низкого уровня которых он не нашел оправдания; при этом Хаузер категорически игнорирует то, в каких количествах эти художники продавали свои работы.

спрашивать, что случилось. Понижение цены может вызвать огромную негативную реакцию и разрушить карьеру в самом начале» (US8). Другой дилер с сожалением подтвердил: «приходится бросать художника, потому что цену ты сбросить не можешь» (US19). Арт-дилеры с особенной неохотой сбавляют цены, опасаясь, что информация об этом быстро распространится в мире искусства¹⁸.

Учитывая влияние, которое понижение цены оказывает на мнение коллекционеров о ценности произведения, дилеры стараются сначала ставить низкие цены, а потом очень осторожно повышать их¹⁹. Тем не менее на случай плачевных ситуаций, когда цены оказываются более высокими, чем может выдержать рынок, существуют способы завуалировано их снизить. По сравнению с другими нормами ценообразования этим способам недостает легитимности, а потому дилеры могут использовать их только в чрезвычайных ситуациях. Прежде всего, составляя экспозицию, художник и дилер могут выбрать работы большего размера, сохранив цены на прежнем уровне; фактически, это сократит продажную цену на единицу размера, но в скрытой форме.

Вторая стратегия – «реструктурировать» цены на работы художника в момент, когда он меняет галерею. Добровольный или вынужденный уход художника из одной галереи в другую временно аннулирует табу на снижение цен и легитимирует установление цен с чистого листа. Слова директора крупного многонационального художественного агентства подтверждают это: «Бывают периоды инфляции и мыльных пузырей, когда художник может раздувать фантастические цены, а после не проявлять никакой активности... Это дает возможность привести хороших авторов, у которых уже есть имя, которые нуждаются в выставлении работ и согласятся снизить свои цены... Некоторые художники могут быть очень популярными и все же приходят и снижают цены на свои работы... Кто-то, естественно, уходил (во время кризиса рынка искусства в начале 1990-х гг.). А были и известные авторы, которые приходили в галерею и соглашались реструктурировать свои цены. Когда наступает период спада, ты начинаешь искать новые возможности и приспособливаться» (US2).

Третий способ, применяемый в чрезвычайных ситуациях, с которым я неожиданно столкнулся, – это снижение цен, когда художник экспериментирует с новой техникой или развивает новое направление. Последняя же из наиболее часто используемых техник понижения цены – это назначение скидок. Хотя к скидкам прибегают только, когда того требует рынок, эта практика дает двойное преимущество: с одной стороны, скидки позволяют дилерам удерживать высокие цены как знак качества, с другой стороны, они укрепляют социальные связи между дилерами и коллекционерами.

¹⁸ Аналогично, Рут Таус обнаружила, что, понизив плату за выступление, певец, который борется за получение работы на крайней периферии рынка, покажет, что испытывает проблемы с трудоустройством; в результате потенциальный спрос скорее снизится, а не повысится [Towse, Khakee 1992: 213–214].

¹⁹ Исследователи экономики культуры утверждают, что дилеры «недооценивают» произведения искусства из-за того, что на таком скудном рынке, каким является рынок искусства, трудно побудить покупателя заплатить определенную равновесную цену [Heilbrun, Grey 1993: 153]. Подобная стратегия «недооценивания» широко обсуждается в экономической литературе, особенно в отношении акций, выставляемых на IPO. Благодаря стратегии недооценивания инвесторы могут получить дополнительную прибыль, покупая акции на IPO и продавая их вскоре после того, как они появятся на открытом рынке. Одно из объяснений таких повышенных дивидендов состоит в том, ценность акций неочевидна для покупателей и потому их приходится соблазнять более низкой ценой; другое объяснение заключается в том, что компании не склонны рисковать и потому устанавливают цены на столь низком уровне, лишь бы заинтересовать инвесторов. Ни одно из объяснений не затрагивает табу на снижение цен [Levis 1990].

Не только сигналы о качестве

Самое время задаться вопросом о том, что социологический анализ цен в терминах когнитивных значений добавляет рассмотренному ранее экономическому подходу в логике «не что иное как». Мои результаты, казалось бы, подтверждают положения сигнальной теории о том, что цены сигнализируют о качестве в условиях неопределенности. Далее, норма избегания понижения цены может рассматриваться как проявление широко распространенного феномена жесткости цен, который является объектом озабоченности кейнсианских экономистов. В применении к рынкам труда мои выводы напоминают феномен негибкости заработной платы. Подобно тому как на рынке искусства избегают понижения цены, заработная плата, по наблюдениям экономистов, не снижается в случае роста безработицы. Во второй главе «Общей теории занятости, процента и денег» Кейнс пишет, что рабочие больше заботятся об относительной заработной плате, т.е. об уровне их собственной заработной платы по сравнению с заработной платой других. Как следствие, работодатели избегают снижения зарплаты, за исключением случая, когда все фирмы снижают заработную плату одновременно. Такие экономисты, как Роберт Солоу и Джордж Акерлоф, объясняют негибкость заработной платы тем, что снижение цены труда отрицательно сказывается на моральном состоянии работников. Иными словами, снижение заработной платы может повлечь падение производительности. Стиглиц утверждал, что работодатели воздерживаются от найма работников, которые в период безработицы готовы трудиться за более низкую заработную плату, так как низкая оплата труда воспринимается ими как оправдание низкой производительности. Таким образом, в ситуации избыточного предложения на рынке труда сложно добиться снижения цен из-за сопутствующего негативного сигнала о качестве предлагаемого труда²⁰.

Наконец, мои данные о том, что торговцы предпочитают ценовые скидки снижениям цен могут быть интерпретированы как проявление того, что Харви Лейбенштейн назвал «эффектом Веблена». Лейбенштейн говорил о том, что полезность блага в глазах потребителя зависит не только от присущих этим благам характеристик, но и от того, какая цена за них заплачена. В связи с этим необходимо различать реальные цены и демонстративные (показные) цены благ [conspicuous price]: тот факт, что потребители извлекают полезность из демонстративных цен, но покупать товар предпочитают подешевле, создает для посредников стимул фиксировать цены на высоком уровне, а потом дисконтировать их [Leibenstein 1950: 203].

Тем не менее я утверждаю, что социологический анализ значений цен способствует более глубокому пониманию ценового механизма, нежели экономические объяснения. Прежде всего, ценовые сигналы не просто служат экономическим целям осуществления продаж коллекционерам или максимизации производительности художников. Я попытаюсь показать, что: а) значения цен и ценовых изменений побуждают торговцев выполнять их многочисленные роли: сторожей, наперсников и покровителей художников; б) ценовые значения способствуют установлению статусной иерархии среди коллекционеров и художников и выражению их идентичности; в) значения цен структурируют мир искусства на надындивидуальном уровне; г) а также, что значения цен всегда контекстуальны и неопределенны.

Выполнение ролей

Сигнальный эффект цен – не единственная причина, почему арт-дилеры не склонны назначать цены в соответствии с качеством. Они отказываются это делать еще и ради того,

²⁰ О жесткости цен см.: Blinder, Canetti, Lebow 1998; Keynes 1936; Bewley 1999; Tilly, Tilly 1998; Stiglitz 1987.

чтобы выполнять свою роль хранителей рынка искусства. Эта роль предполагает, что дилеры осуществляют функцию отбора среди новых художников, выходящих на рынок, а галерея в свою очередь – функцию главного фильтра для каждого произведения искусства, появляющегося на рынке. Роль хранителей и требует установления цен в соответствии с размером. Принимая ценовые различия, торговцы неявным образом признают, что существуют различия в качестве произведений, выставленных на продажу. А это угрожает их роли хранителей рынка. Как разъясняет один американский дилер: назначение разных цен на произведения указывает на то, что дар художника не постоянен во времени, что он поработал над одним произведением лучше, а над другим – хуже. Я думаю, что это играет аморальную роль, которая здесь совершенно неуместна. Ты должен заверить всех, что художник не станет заниматься халтурой; что он доведет работу до нужного уровня и что дилер поступит соответственно» (US8). Дилер из Голландии также подчеркивал моральную природу норм ценообразования, утверждая, что оценивать произведение по-разному значит «снисходительно относиться к публике, предполагая, что ты самостоятельно решаешь, что – хорошо, а что – нет... Может статься, что одно произведение нравится тебе больше, чем другое, или что его легче продать, но, тем не менее, ты должен гарантировать, что если кто-то делает покупку в твоей галерее, он не купит ерунду. Второсортного искусства не существует» (NL16).

И наоборот, норма избегания снижения цен отвечает роли торговцев как доверенных лиц коллекционеров. В соответствие с этой ролью от торговцев ожидается, что они будут давать коллекционерам надежные советы, основанные на их экспертном знании рынка искусства. Даже когда коллекционер уже приобрел произведение и не имеет намерений перепродать его, растущие цены имеют решающее значение, так как они поддерживают чувство уверенности в коллекционерах, которые тратят огромное количество денег на товары, не имеющие очевидной утилитарной ценности. По словам американского дилера, который консультирует немногочисленных миллиардеров по вопросам приобретения произведений искусства, иногда свыше, чем на миллион долларов каждое: «Им постоянно приходится объяснять самим себе, почему они тратят так много денег, – иногда свыше 40% всего их благосостояния, – на искусство. Так что для них важно весь день напролет слышать: то, что они делают, имеет смысл».

Норма установления низких цен и избегания снижения цен не только символизирует роль дилеров как хранителей и наперсников коллекционеров, но также выражает их заботливое отношение к художникам. Молодые художники, которые имеют высокие ожидания и чья самоуверенность возрастает, стоит им только попасть в галерею, особенно склонны устанавливать высокие цены на свои работы; им не хватает опыта, связанного с ценовыми стратегиями, и осведомленности относительно уровня потребительских цен. Дилеры говорили мне, что считают своим долгом «защитить» таких художников от них самих и от рынка. Вместо того чтобы приносить молодым художникам удовольствие от высоких цен, арт-дилеры могут предложить им другие источники самоуважения – например, выставление их работ на ярмарках искусства или привлечение внимания со стороны музеев и критиков. Подобные знаки внимания служат менее рискованными заменителями высоких цен.

Роль «заботливых» дилеров выводит на еще одну причину избегать снижения цены: последнее отрицательно сказывается на самолюбии художников. Как сказал серый кардинал сферы галерей в Нью-Йорке: [снижение цены] порождает разрушительное эхо. Удешевление художника означает, что галерея или коллекционеры потеряли к нему доверие, что он потерял связь с публикой. Таковы последствия, которых вы никогда не должны допускать, ведь раз вы продолжаете его выставлять, значит, вы продолжаете в него верить. А раз вы продолжаете в него верить, значит, вы считаете, что в настоящее время этот художник имеет успех. Для художника оскорбительно узнать, что он не может поддерживать свой ценовой уровень. Это удар по его самолюбию» (US14). Действительно, в ходе интервью даже самые авторитетные дилеры, – представители широко известных художников, чьи работы

продаются музеям по цене в сто тысяч долларов и выше, подтверждали: цены – это «личностная проблема», а значит необходимо избегать понижений цены.

Обильный и дешевый

Уровень цен также выражает идентичности арт-дилеров, коллекционеров и художников и способствует установлению статусных иерархий между ними. Таким образом, цены имеют отношение не только к предметам, как полагают экономисты, но и к людям, которые их производят, распространяют и потребляют. Тот факт, что высокие цены на произведения искусства превращают их в статусные символы, был замечен институциональным экономистом Торстейном Вебленом в теории праздного класса. Веблен полагал, что потребительское поведение праздного класса управляется «исчисленными в деньгах вкусовыми канонами», которые побуждают членов класса оценивать предметы соразмерно их денежной стоимости: «полезность этих вещей для обладателя, как правило, в меньшей степени связана с присущей им красотой, а в большей – с уважением, даруемым их обладанием и потреблением, или плохой репутацией, которую их обладание и потребление помогают преодолеть» [Veblen 1899 (1994): 79].

Судя по моим данным, не только сама цена, но и разница между первоначальной стоимостью приобретения и текущей рыночной стоимостью служат особым статусным символом. Повышение цен позволяет коллекционерам и арт-дилерам продемонстрировать их «эстетический взгляд» и героическую роль, которую они играют в мире искусства: противопоставляя низкий уровень исходной цены приобретения высоким рыночным ценам на свои владения, акторы на рынке искусства показывают, что они смогли раньше всех предугадать качество работ художника. Например, Фритс Бехт, коллекционер из Голландии, в интервью голландскому еженедельнику подробно рассказал, как в 1950 г. он купил работу голландского художника Ко Вестерика за 75 евро (если перевести на современную валюту) и подчеркнул, что тридцать лет спустя он мог бы продать ее по цене, в 1000 раз превышающей первоначальную. Похожим образом Сидней Дженис, владелец известной послевоенной галереи в Нью-Йорке, заметил в интервью, как сложно было продавать работы абстрактных экспрессионистов, когда они впервые выставлялись в его галерее. Работа Виллема де Кунинга была продана за 1800 долларов, тогда как работа Джексона Поллока в 1952 г. стоила 8000 долларов. Дженис комментирует: «Двадцать лет спустя я купил их обратно за 350 000 долларов и передал в Музей современного искусства. Мы сбывли “Голубые вехи”, довольно маленькую картину, за 6000 долларов, и, в конце концов, она была продана Национальному музею Австралии в Канберре за солидную сумму в 2 миллиона». В другом интервью Дженис подчеркнул: «За последнее десятилетие стоимость работ каждого художника, которого я выставлял, увеличилась, по крайней мере, втрое, а некоторые подорожали в восемь и десять раз» [Kagie 1988; de Coppet, Jones 1984: 39; A portrait... 1973]. Для него, как и для многих коллекционеров, разрыв между исходной ценой покупки и представленной на рынке стоимостью играет роль статусного символа.

Это также означает, что некоторые коллекционеры при покупке искусства прельщаются низкими, а не высокими ценами. Привлекаемые потенциальным увеличением стоимости и убежденные в своей способности «предугадать качество», они отказываются покупать по высоким ценам. Например, американский коллекционер Пол Каммингс сравнивает удовольствие от коллекционирования картин с покупкой «клубники... когда ее много и она дешевая» [Steenbergen 2002; Robson 1995: 197]. Таким образом, дилеры нуждаются в контекстуальном знании, чтобы понимать, в каких случаях им следует подавать сигнал о качестве при помощи высоких цен, а в каких случаях они должны придавать особое значение «первооткрывательскому» свойству низких цен. Один из моих респондентов говорил, что он устанавливает настолько низкую цену на искусство, насколько только возможно, для того чтобы удостовериться: «люди видят глазами и не обращают внимания на статус» (NL4). Его

коллега утверждал примерно то же самое: «Посмотрите на разницу между тем, что стоит 10 тыс. евро и 50 тыс. евро: вообще говоря, вы увидите свою публику с каждым уровнем цен, и вы можете решить, что один тип публики вам милее, чем другой. Возможно, окажется, что продавать вещи, которые стоят 10 тыс. евро, приятнее потому, что с людьми, которые могут себе такое позволить, интереснее работать и разговаривать» (NL11).

Подобно тому, как разница между исходной и рыночной стоимостью предметов искусства становится статусным символом для коллекционеров, цены задают статусную иерархию между художниками. Рут Таус, экономист, изучающий культуру, говорит, что «денежные платежи – это хороший ранжирующий инструмент; когда художник *A* оплачивается лучше, чем художник *B*, он чувствует, что его больше ценят. Многие художники признают оценку рынка». В своем исследовании рынка искусства 1980-х годов Кристина Ворхол тоже отмечала: «Высокие цены читаются как сообщения, посланные сообществу и говорящие, – в формулировке одного из студентов, – «Я чертовски хорош, я лучше, чем вы». Поскольку художники интерпретируют подобное ранжирование как оценку их самооценности и качества их работы, они активно оспаривают эти оценки. Во время групповых выставок ранжирующий эффект цен особенно очевиден и может вызвать споры между художниками. Видный нью-йоркский арт-дилер говорил о напряжении, которое «пронизывает все художественное сообщество в связи с тем, что одни художники добиваются очень высоких цен, а другие считают, что они этих цен не заслуживают» (US14) [Towse 2001: 487; Warchol 1992: 324].

Структурируя художественный мир

Другой феномен, не учитываемый сигнальными теориями в экономической теории, заключается в том, что ценовые сигналы затрагивают не только уровень отдельных художников и их произведений, но также целые художественные движения и иерархические позиции стран на международной художественной арене. Подтверждая взлет и падение художественных движений, система цен структурирует, упорядочивает художественный мир исторически и географически. Приведем пример исторического структурирования по цене: в 1914 г. выдающаяся коллекция маленькой группы французских инвесторов, известных как *La Reau de l'Ours*, появилась на аукционе в парижском отеле «Друо». Группа скупилась новые, преимущественно кубистские произведения таких художников, как Пикассо, до того, как они получили признание. Успех аукциона был воспринят художественными критиками как «подтверждение важности искусства, которого их собственные эстетические оценки не могли предвидеть». Подъем абстрактного экспрессионизма в Нью-Йорке после Второй мировой войны произошел за счет старшего поколения американских художников, чьи цены постепенно сбивались. Еще один случай, когда в конце 1990-х годов рекордные цены на художественную фотографию интерпретировались как окончательное подтверждение того, что фотография наконец-то принята всерьез миром искусства. Примером географического структурирования является недавний доклад французского правительства, в котором тот факт, что цены на современных французских художников отстают от международных стандартов, интерпретировался как признак печального состояния современного французского искусства. С предшественниками современных французских художников в девятнадцатом веке все было иначе [Fitzgerald 1995: 17; Gee 1981: 22–23; Guilbaut 1983: 179; Woodward 2001; Quemin 2000].

Помимо структурирования рынка изнутри, высокие цены также структурируют взаимоотношения мира искусства с остальным обществом. Историк искусства Френсис Хэскелл обратил внимание на то, что исторически высокие цены «повышали статус искусства в глазах мира». Присущее ценам свойство повышать статус имеет положительные внешние эффекты. Примером может быть сосредоточение дефицитных ресурсов, направляемых обществом на сохранение искусства, а не других объектов, производимых на

протяжении истории. Таким образом, высокие цены способствуют сохранению искусства для будущих поколений. Как сказал владелец одной из галерей: «Высокие цены выполняют очень важную моральную функцию, делая искусства ценным. Общество может сохранить лишь ценные вещи... огромный моральный вклад, который рынок вносит в искусство, заключается в той ценности, которая вменяется произведениям, что в свою очередь ведет к их сохранению» [цит. по: Fitzgerald 1995: 65–66]²¹.

Конкурирующие значения цены

Заключительный недостаток экономических сигнальных теорий состоит в том, что они предполагают механическую связь между ценой и качеством. Я же обнаружил, что значения, которые выражают ценовые сигналы, далеко не однозначны и всегда должны интерпретироваться акторами. Они основаны на конвенциях, которые необходимо усвоить: без знания цен на предметы искусства определенные ценовые различия, уровень цен или их изменение будут бессмысленными. Цены становятся доступными для интерпретации благодаря процессу «семиотической социализации», который специфичен для данной части художественного сообщества. Аутсайдер, не принадлежащий к художественному сообществу, не поймет или станет оспаривать когнитивные и культурные значения, которые выражают цены.

Так, когда социолог Дэвид Халле изучал произведения искусства, выставленные напоказ в частных домах Нью-Йорка, и спрашивал владельцев о значении этих работ для них, он записал следующее утверждение: «Некоторые из современных произведений неплохи, но множество работ либо безобразны, либо выступают как надувательство. Эти ценники в миллиарды долларов – сплошное надувательство. Большинство французских импрессионистов умели рисовать, и они действительно создавали чудесные вещи. Но большинство современных художников рисовать не умеют. Джексон Поллак – это большая мистификация. Просто мазня». Другой респондент сказал: «Я стоял, глядя на две капли и пытаюсь найти в них смысл. А смысл лишь в том, что они могут получить фантастические суммы денег за произведения». Когда голландский музей живописи приобретал художников модерна, например, Пайета Мондриэна или современных художников, например, Джефа Кунса и Брюса Ноймана, в СМИ развернулись горячие дебаты о правомерности высоких цен, которые платятся художественными музеями. В обзоре этих дебатов голландский художественный критик Свен Люттикен утверждал: «Цены, назначаемые за современные художественные произведения, всегда были действенным способом спровоцировать антипатию к искусству. Благодаря ценам ужасное современное искусство кажется даже еще более отталкивающим». Такие споры служат укреплению коммунитарного характера художественного мира; они маркируют его отличие от остального общества и создают связь между теми, кто понимает обоснованность высоких цен на искусство, и теми, кто ее не понимает» [Halle 1993: 125, 127; Luttican 1999: 23–25]. Внутри художественного мира ценовой механизм также может приводить к путанице, непониманию и полемике. Это становится очевидным, когда художник обижается на низкую цену, назначенную за его работы дилером; когда коллекционеры не доверяют ценам, которые кажутся выше или ниже ожидаемых; или когда дилеры высмеивают высокие цены, назначенные их коллегой.

²¹ Нью-йоркский арт-дилер Лео Каstellи утверждает, что важным побочным эффектом высоких рыночных цен является то, что они привлекают внимание потенциальных коллекционеров и втягивают их в искусство: «Теперь новость о высоких ценах завладела публичным вниманием. Это, конечно, имеет и нежелательный эффект. Те, кто до сих пор интересовался искусством лишь поверхностно, действительно им увлекся» [Ratcliff 1988 [a]: 78–79].

Я сталкивался с разными дилерами: одни думали о художниках и их ценовых предпочтениях как о слишком скромных, другие интерпретировали претензии их художников на высокие цены как проявление неуместного чувства собственного превосходства. Как сказал американский дилер об одном из представляемых им художников: «Художница, с которой я работаю, постоянно хочет, чтобы я повышала и повышала цены. Она очень самонадеянна, думает, что она – лучший живописец на свете. Я же не уверена... Ее цены около 20 тыс. долларов, но она хочет от 25 до 30 тыс. ...Я бы лучше сохранила их на более низком уровне, даже если это ее разочаровывает. Но ее довод таков: “посмотри на Сесилию Браун” [успешная художница того времени]. На аукционе работа Браун ушла за 75 тыс. долларов – просто попались сумасшедшие покупатели, и я не могу гарантировать, что ей так же повезет» (US17). Не существует точных, специфичных или закрепленных за акторами рыночных цен. В противовес предположениям экономической теории сигналов, цены могут иметь множество различных значений одновременно. Особенно сильно по поводу значений цен спорят «авангард» – высоко художественный или ориентированный на предложение круг, и «коммерческий» круг, ориентированный на спрос и ратующий за относительно доступное искусство. Дилеры, художники и коллекционеры «коммерческого» круга оспаривают высокие цены, которые произведения искусства получают в художественном кругу. Для них высокие цены авангардистов символизируют бессодержательность современного искусства. Например, художественный критик Дьедерик Крайпол дал комментарий в «Dutch weekly» по поводу приобретения знаменитым музеем Стеделик легкомысленной скульптуры работы Брюса Науманна, которая изображает нескольких беспорядочно совокупающихся мужчин: «Нечто, стоящее 800 тыс. гульденов, не может быть смешным; вы не заплатите так много всего лишь за хорошую шутку». Большое дорогое произведение искусства должно заключать в себе изрядный объем культурного багажа. Оно не должно быть прямо-таки Сикстинской капеллой, но амбиции автора, владельца галереи и покупателя должны стремиться в этом направлении» [цит. по: Luttican 1999: 23–25]²².

Цена как жертва

Приверженцы модели враждебных миров могут сказать по этому поводу, что под влиянием доводов экономистов калькулятивный и загрязняющий эффект цен был просто недоучтен. Иными словами, результаты, касающиеся значений цен, могли бы подтвердить их идеи о том, что отношения между художниками, коллекционерами и дилерами могут быть отображены в числах. Я утверждаю, однако, что калькулируемость – это более сложное явление и что ее эффекты более разнообразны, чем допускает модель враждебных миров. Позвольте мне подробнее остановиться на тех значениях цен, которые остаются непонятными в свете этой концепции.

Начнем с того, что ценовой механизм скорее укрепляет, нежели подрывает некалькулируемость искусства. Причина в том, что огромные деньги, за которые покупаются и продаются произведения искусства, отделяют их от других товаров. Действительно, как утверждал Георг Зиммель «Философии денег», если цены высоки, денежные измерения производят обратный эффект: «Необходимо подчеркнуть, что в большинстве случаев истина такова, что деградация и унижение человеческих ценностей уменьшается, если цены

²² Известный исторический пример такой негативной символической ценности цены – это суд между Джоном Раскиным и Джеймсом Вистлером. Художественный критик и художник Раскин написал о картине Вистлера «Ноктюрн в черном и золотом: падающая ракета» следующее: «Прежде я много слышал о наглости кокни; но я никак не ожидал услышать, что пижон просит две сотни гиней за швыряние горшка с краской в лицо публике». Вистлер предъявил Раскину судебный иск и выиграл, но поскольку его ущерб был незначительным, а издержки ведения судебного процесса велики, он вынужден был начать судебное разбирательство по банкротству.

покупки очень высоки. Выраженная в больших суммах денег ценность содержит элемент раритета, что делает ее более индивидуальной, менее заменяемой и таким образом более подходящей на роль эквивалента индивидуальных ценностей». Эти суммы наделяют благо той супернадценкой (“superadditum”) с фантастическими возможностями, которые превосходят определенность чисел». Антрополог Игорь Копытофф также утверждал, что «в плюралистическом обществе, “объективная” бесценность Пикассо может быть однозначно подтверждена для нас только его огромной рыночной ценой... Короче говоря, уникальность подтверждается периодическими вторжениями в сферу товаров, быстро сменяемыми повторными появлениями в закрытой сфере уникального “искусства”» [Simmel 1990 (1999): 374, цит по: Zelizer 1985: 163; Kopytoff. 1986: 82].

«Философия денег» Зиммеля опровергает сопротивляемость враждебных миров денежному измерению и единообразию цен и другим образом. Ценность, утверждает Зиммель, возникает только тогда, когда для ее получения необходимо чем-то пожертвовать: «Ценность возникает только из факта, что нечто должно быть заплачено за благо: терпеливое ожидание, попытка поиска, использование рабочей силы, отказ от вещей, желаемых в других обстоятельствах». Однако обычно жертва приносится в форме денежной оплаты. Таким образом, делает вывод Зиммель, ценность не реализуется вне цены [Simmel 1990 (1999): ch.1]. Изучая привычки коллекционеров, голландский социолог Рени Стенберген обнаружил, что решения тех из них, чья страсть к коллекционированию вынуждает брать закладные или займы, основаны на сходном представлении о жертвах. Такие коллекционеры отказывали себе в крупных расходах, в покупке новых машин или частом отдыхе, иногда даже сами занимались физическим трудом (например, покраской дома), лишь бы сэкономить деньги и удовлетворить свою страсть к искусству²³.

Подобные жертвы знакомы не только коллекционерам, которым приходится их приносить, но и художникам, которые извлекают из них выгоду. Успешный голландский художник Сэм Дрюкер утверждал, что он получает «удовольствие от того факта, что люди готовы отдать трехмесячную зарплату за его картину». Судя по высказываниям этих художников, цена, которую коллекционеры готовы заплатить за усилия живописца, не снижает их самооценку, а, напротив, приносит им эмоциональное удовлетворение. В свою очередь, сами коллекционеры склонны требовать жертв от тех, кто хочет приобрести работу из их коллекции. Возьмем случай с американской парой Тремейнов, входившей в 1980-х годах в число самых крупных коллекционеров мира. Тремейны замечали, что произведение, подаренное ими музею, достаточно часто исчезает на складе. Разочарованная таким исходом, пара решила продавать работы музеям, а не дарить их: «Вполне обоснованно, Эмили [Тремейн] подумала, что музеи в большей степени оценят произведения, если они вынуждены будут за них заплатить. Когда “Метрополитен” платит огромную цену за произведение, люди приходят посмотреть на него, и пусть даже здесь и есть налет коммерционализма, оно выставляется как произведение искусства, высокая значимость которого гарантирована престижем музея, его приобретшего». Тот факт, что музей вынужден идти на жертвы, покупая художественное произведение, побуждает хранителей музея выставлять его более часто, нежели подаренное произведение, ради которого никакой явной жертвы совершенно не было [Sour 1999; Coppet, Jones 1984: 168].

Помимо выражения идеи жертвы цены могут быть формой одобрения или признания художника, более определенной и, следовательно, более значимой, чем обзоры критиков или современников, внимание культурных институтов или комплименты коллекционеров и

²³ Стенберген показал, что такие коллекционеры активно ограничивают себя, составляя ежегодный бюджет, определяя процент своего дохода, который может быть направлен на искусство, или позволяя себе купить лишь определенное количество произведений в год. Суть в том, что справиться с их страстью можно, лишь жестко регулируя ее посредством ментальных счетно-аналитических схем [Steenbergen 2002].

дилеров. Такое значение цены отражает идею «рыночного опыта», как ее обозначил политолог Роберт Лэйн. Лэйн утверждал, что помимо извлечения дохода проникновение на рынок и в его социальную ткань само по себе является источником эмоционального удовлетворения: оно способствует личностному развитию и укрепляет чувство собственной значимости» [Lane 1991].

Возьмем случай с Тимом Роббинсом, нью-йоркским художником-критиком марксистского толка, который был обеспокоен расточительной культурой, порождаемой капитализмом. Возражая против того, что он называл «бесполезной тратой человеческих ресурсов», в 1982 г. Тим Роббинс учредил художественную программу «Дети выживания» [Kids of survival], направленную на развитие новаторских и творческих талантов у труднообучаемых и эмоционально нестабильных подростков одного из районов Нью-Йорка – Южного Бронкса. В интервью журналу «Art in America», Роббинс выразил свою гордость коммерческим успехом программы, поскольку это улучшило материальную жизнь группы подростков, чье будущее в противном случае прошло бы в явной нужде. Его гордость относилась не только к экономическому успеху, но и к художественному триумфу. Роббинс рассказал, как из-за столь необычной группы участников он вынужден был бросить вызов ожиданиям и предрассудкам, которые обычно имеются у людей в отношении компании детей и школьного учителя». Демонстрируя, как они с этим справились, художник обсуждал в интервью именно цены: «Я считаю, мы сделали это – от 5 долларового кирпичика в 1981 г. до свыше 150 тыс. долларов за основную работу сегодня» [Wei 1990: 178]. Несмотря на весь свой марксистский бэкграунд, Роббинс сообщает о художественных достижениях своей группы, ссылаясь на рост цены, как на суммарное выражение художественного успеха и знак признания со стороны культурного сообщества.

Наконец, в противовес положениям модели враждебных миров, художники не являются пассивными жертвами значений, которые выражают цены. Они могут формировать эти значения и активно использовать их в личных целях. Например, американский скульптор Дэвид Смит устанавливал столь высокие цены, что только очень маленькая группа особо преданных поклонников могла позволить себе купить его работы; так он выражал «пренебрежительное отношение к миру, который, как он считал, так долго игнорировал и принижал его». Некоторые авангардистские художники экспериментировали со значениями цен, прибегая в своих работах к шуткам и иронии. Один из примеров – индивидуальная выставка Ива Клейна «Голубая эпоха» в галерее Милана в 1957 г. Хотя работы Клейна, одного из главных французских художников послевоенного периода, выставленные в галерее, были идентичны во всех отношениях, включая размер, цены на произведения были различными. «Конечно, – объяснил Клейн, – таким образом я пытаюсь обнаружить подлинную ценность картины». Клейн видел, что его проект имеет успех. Общепринятым среди художников мистифицирующим языком он утверждал, что с тех пор как покупатели готовы платить разные цены за одинаковые картины, «изобразительная ценность каждой картины стала передаваться посредством чего-то еще – кроме внешнего вида». На индивидуальной выставке под названием «Чудесные полмили: десять тысяч картин Стефана Кина» в уважаемом музее искусства в Санта-Монике нью-йоркский художник Стефан Кин поднял на смех снобизм художественного мира и статусный эффект высоких цен на искусство. Кин нарисовал десять тысяч полотен, которые посетители выставки могли купить тут же по цене от трех до ста долларов. Так он выразил свое мнение по поводу заикленности художественного мира на высоких ценах [Grant 1991: 17; de Duve 1989: 78; Akst 2001]²⁴.

²⁴ Похожим образом в 1999 г. бостонская галерея gallery@greenstreet организовала показ под названием «100*100», в котором 100 художников выставляли 100 картин по цене 100 долларов. Репортер английской «Art Newspaper» расценил этот показ как трюк и, как следствие, счел цену продажи индикатором низкой

Выводы

В серии статей о положении дел в истории искусства, недавно опубликованной в авторитетном журнале «Art Bulletin», был поставлен вопрос о том, насколько обоснована «надежда оценить эстетическую ценность вещи без принятия в расчет ее экономической стоимости». А обозреватель журнала «Art in America» Картер Рэтклифф жаловался, что «вопреки нашему равнодушию к искусству и деньгам, мы все еще стараемся соблюдать это различие. Мы все еще полагаем, что ценник – это одно, а критическая оценка – это совсем другое. Увы, это не так»²⁵. В данной статье я показал, почему экономическая теория, утверждающая, что культурная ценность есть не что иное как еще одна форма экономической ценности, препятствует пониманию рынка искусства, где экономическая и культурная ценности переплетены. Также ему препятствует и подход с позиции враждебных миров в гуманитарных науках, который по существу дихотомизирует цену и ценность искусства.

Качественный анализ, «густое» описание ценового механизма показали, что даже в мире, который противостоит коммерческим ценностям, люди находят способы передачи неэкономических ценностей через экономическое средство – цену. Цены, как я утверждал в данной статье, повествуют не только о деньгах, ценности в обмене или денежном измерении. Прислушиваясь к тому, что говорят торговцы произведениями искусства, имея дело с ценами, и, наблюдая за тем, что они делают, продавая искусство, я выяснил, что цены способны поведать множество историй о роли заботливых дилеров, которую те хотят сыграть, об идентичности коллекционеров, о статусе художников и художественной ценности искусства. Дилеры преуспевают в переворачивании цен и манипулировании ими самыми разными способами, чтобы наделить смыслом свою хозяйственную жизнь.

Наиболее поразительным феноменом в сфере ценообразования на современное искусство является табу на снижение цен. В течение длительного времени экономическая теория не могла дать ему убедительного объяснения, предполагая, что цены подстраиваются автоматически в любом направлении под действием безличных сил спроса и предложения. Однако в этой статье я утверждаю, что для того чтобы прийти к адекватному пониманию ценообразования, мы должны принимать во внимание когнитивные и символические значения цен. В соответствии с общепринятой экономической точкой зрения рост цен на произведения определенного художника может означать, что спрос превышает предложение, но, принимая во внимание значения цен, он может также интерпретироваться как знак качества для коллекционеров или способ повышения самооценки для конкретного художника. И, наоборот, из-за присущей рынку искусства неопределенности в отношении культурной или эстетической ценности снижение цены может разрушить веру в ценность произведения, которую арт-дилер так заботливо выстраивал; иными словами, цена и ценность возникают одновременно.

ценности работ. Он не знал, что художники, чьи работы неизменно стоили существенно больше, чем цена продажи, пожертвовали их для показа. Джеймс Халл, директор галереи, защищал себя в последующих выпусках «Art Newspaper» следующим образом: «Общепринятая в современном мире искусства практика ставить знак равенства между ценой продажи произведения искусства и его художественной ценностью или исторической значимостью заняла место научной оценки инновационности и культурной значимости современных произведений искусства...Мы считаем, что доступность искусства должна содержать экономическую компоненту – есть ли лучший способ простимулировать коллекционирование, чем путем проведения мероприятий, где все без исключения произведения вам по карману» [The Art Newspaper. 2000. No. 99. P. 73; No. 100. P. 3].

²⁵ Steiner 1996: 216; Ratcliff 1988 [b]: 27–33.

Вопрос в том, насколько современный рынок искусства репрезентативен относительно других исторических и современных рынков. Антропологические исследования базарных экономик показывают, что понимание цен в культуре связано с ритуалами торга, которые сопровождают ценообразование в таких экономиках. Что касается современных рынков, то данные маркетологов свидетельствуют: ценообразование на потребительские товары, например, продукты питания, тоже является более сложным процессом, нежели предполагает экономическая теория. Так, например, маркетинговые исследования подтверждают мой вывод о том, что в условиях высокой неопределенности качества товара существенную роль играют когнитивные значения цен. Как говорит Нил Дорвард: «В то время как экономическая теория концентрируется на распределительной функции ценообразования, литература по исследованиям потребительского поведения подчеркивает информативную роль, выполняемую ценой всякий раз, когда потребители делают выбор в пользу того или иного бренда на рынках, основываясь на различиях в качестве продукта. Распространенная в маркетинге точка зрения состоит в том, что когда потребители не имеют достаточной информации о продукте, они склонны рассматривать цену как индекс качества» [см.; Geertz 1979; Fanselow 1990; Alexander, Alexander 1991; Dorward 1987: 128]. В заключение скажу, что до настоящего момента социологи игнорировали символическое измерение цены и потому построение более общих выводов требует дальнейших исследований. Таким образом, будущим этнографическим исследованиям особых рынков и «густым» описаниям практик установления цены предстоит подтвердить, насколько исключительными являются разнообразные символические значения цен на искусство.

Литература

- Agnew J.C.* Worlds apart. The Market and the Theater in Anglo-American Thought, 1550–1750. Cambridge: Cambridge University Press, 1986. P. 6
- Akerlof G.A.* The market for «lemons»: quality uncertainty and the market mechanism // *Quarterly Journal of Economics*. 1970. No. 84. P. 488–500.
- Akst D.* Let 70 000 canvas bloom in the art world // *The New York Times*. 2001. July 1.
- Alexander J., Alexander P.* What's a fair price? Price-setting and trading partnerships in Javanese markets // *Man*. 1991. Vol. 26. No. 3. P. 493–512.
- Anderson E.* Values in Ethics and Economics. Cambridge: Harvard University Press, 1993.
- A portrait of Sidney Janis on the occasion of his 25th anniversary as an art dealer* // *Arts magazine*. 1973. November.
- Aspers P.* Markets in Fashion. A Phenomenological Approach. Stockholm: City University Press, 2001.
- Baker W.* The social structure of a national securities market // *American Journal of Sociology*. 1984. Vol. 89. No. 4. P. 775–811.
- Becker G.* The Economic Approach to Human Behavior. Chicago: University of Chicago Press, 1976.
- Becker H.S.* Art Worlds. Berkeley: University of California Press, 1984.
- Bell C.* Significant form // *Introductory Readings in Aesthetics* / Ed. by J. Hospers. N.Y.: Free Press, 1914 (1969).
- Bewley T.F.* Why Wages don't Fall during a Recession. Cambridge: Harvard University Press, 1999.
- Blinder A.S., Canetti E.R.D., Lebow D.E.* Asking About Prices: A New Approach to Understanding Price Stickiness. N.Y.: Russell Sage Foundation, 1998.
- Boettke P.J.* Interpretive reasoning and the study of social life // *Individuals, Institutions, Interpretations* / Ed. by D.L. Prychitko. Aldershot: Avebury, 1995.
- Bonus H., Ronte D.* Credibility and economic value in the visual arts // *Journal of Cultural Economics*. 1997. No. 21. P. 103–118.
- Bourdieu P.* The Field of Cultural Production. Essays on the Art and Literature. Cambridge: Polity Press, 1993.
- Brooks J.* Why fight it? Profiles: Sidney Janis // *The New Yorker*. 1960. December 11.
- Bruno S., Pommerehne W.W.* Muses and Markets: Explorations in the Economics of the Arts, Oxford: Blackwell, 1989.
- Burger P.* Theorie der avant-garde. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1974.

- Burn I.* The art market: affluence and degradation // *Art in Theory. 1900–1990. An Anthology of Changing Ideas* / Ed. by C. Harrison, P. Wood. Oxford: Blackwell, 1975 (1996).
- Carruthers B.G., Uzzi B.* Economic Sociology in the New Millennium // *Contemporary Sociology*. 2000. Vol. 29. No. 3. P. 486–494.
- Chamberlain B.* The Artist's Guide to the Art Market. N.Y.: Watson Guptill, 1983.
- Coppet L. de, Jones A.* The Art Dealers. The Powers Behind the Scene Tell How the Art World Really Works. N.Y.: Clarkson N. Potter, 1984.
- Cowens T.* In Praise of Commercial Culture. Cambridge: Harvard University Press, 1998.
- Davis D.* The billion dollar picture? // *Art in America*. 1998 (July). P. 21–22.
- DiMaggio P.J., Powell W.W.* The iron cage revisited: Institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields // *American Sociological Review*. 1983. Vol. 48. P. 147–160.
- Dorward N.* The Pricing Decision. Economic Theory and Business Practice. L.: Harper & Row, 1987.
- de Duve T.* Yves Klein or the dead dealer // *October*. 1989. No. 49.
- Economic Census of the U.S.* Census Bureau / National Endowment for the Arts. Washington, 2001.
- Espeland W.N., Stevens M.L.* Commensuration as a social process // *Annual Review of Sociology*. 1998. No. 24.
- Fanselow F.S.* The bazaar economy or how bizarre is the bazaar really? // *Man*. 1990. Vol. 25. No. 2. P. 250–265.
- Fitzgerald M.C.* Making Modernism. Picasso and the Creation of the Market for Twentieth-Century Art. N.Y.: Farrar, Straus and Giroux, 1995.
- Fligstein N.* Markets as politics: a political-cultural approach to market institutions // *American Sociological Review*. 1996. No. 61. P. 656–673.
- Foster H.* The Return of the Real. The Avant-Garde at the End of the Century. Cambridge: MIT Press, 1996.
- Gee M.* Dealers, Critics and Collectors of Modern Painting. Aspects of the Parisian Art Market between 1910 and 1930. N.Y.: Garland Publishing, 1981.
- Geertz C.* Suq: the bazaar economy in Sefrou // *Meaning and Order in Moroccan Society* / Ed. by C. Geertz, H. Geertz, L. Rosen. Cambridge: Cambridge University Press, 1979.
- Grampp W.D.* Pricing the Priceless, Art, Artists and Economics. N.Y.: Basic Books, 1989.
- Grant D.* The Business of Being an Artist. N.Y.: Allworth Press, 1991.
- Greenberg C.* Avant-garde and kitsch // *Art Theory and Criticism. An Anthology of Formalist Avant-Garde, Contextualist and Post-Modernist Thought* / Ed. by S. Everett. Jefferson: McFarland & Co., 1939 (1991).
- Guilbaut S.* How New York Stole the Idea of Modern Art. Abstract expressionism, freedom and the cold war. Chicago: University of Chicago Press, 1983.
- Halle D.* Inside Culture. Art and Class in the American Home. Chicago: University of Chicago Press, 1993.
- Haskell T.L., Teichgraeber R.F.* Introduction // *The Culture of the Market. Historical Essays* / Ed. by T.L. Haskell, R.F. Teichgraeber. Cambridge: Cambridge University Press, 1993.
- Hauser A.* The Social History of Art. N.Y.: Random House, 1951.
- Heilbroner R.L.* Behind the Veil of Economics. N.Y.: Norton, 1988.
- Heilbrun J., Gray Ch.M.* The Economics of Art and Culture. An American perspective. Cambridge: Cambridge University Press, 1993.
- Hughes R.* Nothing If Not Critical. Selected essays on art and artists. L.: Collins Harvill, 1990.
- Hyde L.* The Gift: imagination and the erotic life of property. N.Y.: Random house, 1983.
- Ingham G.* Some recent changes in the relationship between economics and sociology // *Cambridge Journal of Economics*. 1996. No. 20.
- Janssen I.* Van kunstenaar naar koper. De spilfunctie van de galerie in de particuliere markt voor hedendaagse kunst // *Kunst te koop! Artistieke innovatie en commercie in het nederlandse galeriebestel* / Ed. by T. Gubbels, I. Janssen. Amsterdam: Boekmanstudies/Mondriaan Stichting, 2001.
- Kagie R.* Interview met Frits Becht // *Vrij Nederland*. 1988. No. 49. April 6.
- Katchen C.* Promoting & Selling Your Art. N.Y.: Watson Guptill, 1978.
- Keynes J.M.* The General Theory of Employment, Interest and Money. N.Y.: Harvest/Harcourt Brace, 1936.
- Klamer A.* The value of culture // *The Value of Culture* / Ed. by A. Klamer. Amsterdam: Amsterdam University Press, 1996.

- Klein U.* The Business of Art Unveiled. New York art dealers speak up. Frankfurt am Main: Peter Lang, 1994.
- Kopytoff I.* The cultural biography of things: commodization as process / The Social Life of Things. Commodities in cultural perspective / Ed. by A. Appadurai. Cambridge: Cambridge University Press, 1986.
- Lane R.E.* The Market Experience. Cambridge: Cambridge University Press, 1991.
- Leibenstein H.* Bandwagon, snob and Veblen effects in the theory of consumer demand // Quarterly Journal of Economics. 1950. No. 64. P. 203.
- Levis M.* The winner's curse problem, interest and the underpricing of initial public offerings // Economic Journal. 1990. No. 100. P. 76–89.
- Luttican S.* Prijs en waarde. De moderne kunst onder vuur // De witte raaf. 1999 (March – April). No. 78. P. 23–25.
- Marchi N.D., van Miegroet H.* Art, value and market practices in the Netherlands in the seventeenth century // Art Bulletin. 1994. Vol. 76. No. 3. P. 451–464.
- Marshall A.* Principles of Economics. L.: MacMillan, 1890.
- Mirowsky Ph.* Learning the meaning of a dollar: conservation principles and the social theory of value in economic theory // Social Research. 1990. Vol. 57. No. 3. P. 689–717.
- Mossetto G.* Aesthetics and Economics. Dordrecht: Kluwer, 1993.
- Moulin R.* The French Art Market. A Sociological view. New Brunswick: Rutgers University Press, 1967 (1987).
- Plattner S.* High Art Down Home. An Economic Ethnography of a Local Art Market. Chicago: Chicago University Press, 1996.
- Podolny J.M.* A status-based model of market competition // American Journal of Sociology. 1993. Vol. 98. No.4. P. 829–872.
- Prus R.* Price-setting as a social activity. Defining price, value and profit in the marketplace // Urban Life. 1985. Vol. 14. No. 1. P. 59–93.
- Quemin A.* Le rôle des pays prescripteurs sur le marché et dans le monde de l'art contemporain. Paris: Report commissioned by the Ministry of Foreign Affairs, 2000.
- Radin M.J.* Contested commodities. Cambridge: Harvard University Press, 1996.
- Ratcliff C.* Dealers talk // Art in America. 1988 [a]. No. 76/7. P. 78–79.
- Ratcliff C.* The marriage of art and money // Art in America. 1988 [b]. No. 76/7. P. 27–33.
- Rengers M., Velthuis O.* Determinants of prices for contemporary art in Dutch galleries, 1992–1998 // Journal of Cultural Economics. 2002. No. 26. P.1–28.
- Riley J.G.* Silver signals: twenty-five years of screening and signaling // Journal of Economic Literature. 2001. No. 39. P. 432–478.
- Robbins L.* An Essay on the Nature and Significance of Economic Science. N.Y.: New York University Press, 1932.
- Robson A.D.* Prestige, Profit and Pleasure. The market for modern art in New York in the 1940s and 1950s. N.Y.: Garland Publishing, 1995.
- Rouget B., Sagot-Duvaouroux, Pflieger S., Rouget B.* Factors affecting price on the contemporary art market // Cultural Economics / Ed. by R. Towes, A. Khakee. Berlin: Springer, 1992.
- Simmel G.* The Philosophy of Money. L.: Routledge, 1990 (1999).
- Smelser N.J., Swedberg R.* The sociological perspective on the economy // Handbook of Economic Sociology / Ed. by N.J. Smelser, R. Swedberg. Princeton: Princeton University Press, 1994.
- Smith Ch.W.* Auctions: from Walras to the real world // Explorations in Economic Sociology / Ed. by R. Swedberg. N.Y.: Russell Sage Foundation, 1993.
- Smith Ch.W.* Auctions: The social construction of value. N.Y.: Free Press, 1989.
- Sour A.* Beleggen in kunst // Safe. Beleggingsblad van Robeco. 1999. P. 49–54.
- Spence M.* Signaling: Information Transfer in Hiring and Related Screening Processes. Cambridge: Harvard University Press, 1993.
- Steenbergen R.* Iets wat zo veel kost. Is alles waard: verzamelaars van moderne kunst in Nederland. Amsterdam: Vassallucci, 2002.
- Steiner C.B.* Can the canon burst? // Art Bulletin. 1996. Vol. 78. No. 2. P. 213–217.
- Stigler G.J.* The Theory of Price. N.Y.: MacMillan, 1987.
- Stiglitz J.E.* The causes and consequences of the dependence of quality on price // Journal of Economic Literature. 1987. No. 25. P. 1–48.

- Swedberg R.* New economic sociology: what has been accomplished, what is ahead // *Acta Sociologica*. 1997. No. 40. P. 161–182.
- Swedberg R., Granovetter M.* Introduction // *The Sociology of Economic Life* / Ed. by M. Granovetter, R. Swedberg. Boulder: Westview Press, 1992. P. 8–12.
- Thaler R.H.* Mental accounting matters // *Journal of Behavioral Decision Making*. 1999. No. 12. P. 183–206.
- Tilly Ch., Tilly Ch.* *Work under Capitalism*. Boulder: Westview, 1998.
- Towse R.* Partly for the money: rewards and incentives to artists // *Kyklos*. 2001. No. 54.
- Towse R., Khakee A.* (eds.). *Cultural Economics*. Berlin: Springer Verlag, 1992.
- Uzzi B.* Social structure and competition in interfirm networks: the paradox of embeddedness // *Administrative Science Quarterly*. 1997. No. 42.
- Veblen T.* *The Theory of Leisure Class*. L.: Dover books. 1899 (1994).
- Velthuis O.* Meanings of price for art. Determining the value of contemporary artworks in Amsterdam galleries // *Trends and Strategies in the Arts and Cultural Industries* / Ed. by K. Ernst et al. Rotterdam: Barjesteh&Co's, 2001.
- Velthuis O.* Talking prices. Contemporary art, commercial galleries and the construction of value // Erasmus University. Unpublished dissertation. Rotterdam, 2002.
- Vogel C.* Inside art. So, how much for the Degas? // *The New York Times*. 1999. September 7.
- Warchol K.* The market system of the art world and new art: prices, roles and careers in the 1980s // University of Pennsylvania. Unpublished dissertation. Philadelphia, 1992.
- Weber M.* *Economy and Society. An outline of interpretative sociology*. Berkeley: University of California Press, 1922 (1978).
- Wei L.* Making art, making money. Artists comments // *Art in America*. 1990. July.
- White H.* Where do markets come from? // *American Journal of Sociology*. 1981. No. 87. P. 517–547.
- White H., Eccles R.G.* Producers' markets // *The New Palgrave Dictionary of Economic Theory and Doctrine* / Ed. by J. Eatwell, M. Milgate, P. Newman. L.: Macmillan, 1987.
- Wolff J.* *Aesthetics and the Sociology of Art*. Boston: Allen & Unwin, 1983.
- Woo H.K.H.* *Cognition, Value and Price: a general theory of value*. Ann Arbor: University of Michigan Press, 1992.
- Woodward R.B.* Racing for dollars, photography pulls abreast of painting // *The New York Times*. 2001. March 25.
- Yakubovich V., Granovetter M., McGuire P.* Electric charges: the social construction of rate systems / Unpublished paper. 2001.
- Zelizer V.* Beyond the polemics on the market: establishing a theoretical and empirical agenda // *Sociological Forum*. 1988. No. 3. P. 614–634.
- Zelizer V.* Enter culture // *The New Economic Sociology: developments in an emerging field* / Ed. by M.F. Guillen, R. Collins. N.Y.: Russell Sage Foundation. 2002.
- Zelizer V.* *Morals and markets. The development of life insurance in the United States*. N.Y.: Columbia University Press, 1979.
- Zelizer V.* *Pricing the Priceless Child. The changing social value of children*. Princeton: Princeton University Press, 1985 (1994).
- Zelizer V.* The purchase of intimacy // *Law & Social Inquiry*. 2000. Vol. 25. No. 3. P. 817–848.
- Zeruvabel E.* *Social Mindscapes. An invitation to cognitive sociology*. Cambridge: Harvard University Press, 1997.
- Zolberg V.L.* *Constructing a Sociology of Arts*. Cambridge: Cambridge University Press, 1990.
- Zuckerman E.W.* The categorical imperative: securities analysts and the illegitimacy discount // *American Journal of Sociology*. 1999. No. 104. P. 1398–1438.

ВЗГЛЯД ИЗ РЕГИОНОВ

Н.В. Глебовская

СЕТЕВАЯ ПРИВАТИЗАЦИЯ РОССИЙСКОЙ НАУКИ: изменения в практике трансфера знания и технологий



ГЛЕБОВСКАЯ Наталья Владимировна – независимый исследователь (Санкт-Петербург), ассоциированный член Graduate School при Институте исследования науки и техники (Билефельд, Германия)
Email: nat_glebovskaya@mail.ru

В работе рассматриваются меняющиеся практики трансфера знания и технологий в российской экономике. Одной из ключевых целей экономических реформ было ускорение научно-технического прогресса за счет улучшения взаимодействия между наукой и производством, для чего государством были предложены новые формальные институты, более отвечающие требованиям рынка. Среди них – институт патентования и лицензирования. Однако использование патентной системы оказалось мало эффективным, и трансфер знания и технологий чаще опирается на неформальные отношения, возникающие в результате миграции ученых и организации дочерних (спин-офф) компаний. Структурные образования, обеспечивающие трансфер знания и технологий, имеют сетевой характер, что ведет к выстраиванию и несколько более формализованных межорганизационных связей. Доля государственных учреждений в сфере исследований и разработок все еще высока, но грань между частным и общественным в представлениях о собственности на результаты исследований стала размытой; данный процесс можно квалифицировать как сетевую приватизацию науки. Исследование выполнено на основе серии кейс-стади в отдельных исследовательских организациях.

Ключевые слова: коммерциализация знания, производство знания, инновативные предприятия, сетевой подход.

Введение

С введением рыночных механизмов в России коренным образом изменились экономические отношения в самых разных сферах, включая науку. В результате реформ 1990-х годов правительство существенно сократило государственное вмешательство в экономику. Не стали исключением и отношения между наукой и производством. Одновременно снижался уровень государственного финансирования науки. Сотрудники научных организаций были вынуждены начать искать пути коммерциализации знания. Легче всего понять реальные процессы в российской системе науки и инноваций,

если взглянуть на стратегии, возникающие в отдельных организациях в условиях коммерциализации. Предлагаемая работа основана на результатах анализа деятельности 11 исследовательских организаций¹. Ориентация на качественные методы объясняется тем, что анализ статистических данных не способствует пониманию внутренних особенностей организаций.

Экономические реформы начала 1990-х ассоциируются с либерализацией цен, приватизацией, принятием нового законодательства, опирающегося на право частной собственности. В сфере исследований и разработок необходимо особо подчеркнуть появление права интеллектуальной собственности. В советские времена исследователи получали авторские права на результаты своего труда, но не имели никакой возможности их коммерческого использования. Новые практики коммерциализации, появившиеся после реформ, можно рассматривать как процесс скрытой и явной приватизации науки. Существуют разные аспекты приватизации: 1) связанные с организационной формой (частная или государственная (общественная), коммерческая или некоммерческая); 2) источниками финансирования (преимущественно бюджетное или частное); 3) акторами коммерциализации (кто реально получает прибыль от исследовательской деятельности). Во всех этих областях произошли существенные изменения. Часть исследовательских организаций превратилась в акционерные общества. При этом во многих случаях государство сохранило контрольный пакет акций. Но даже если большинство старых научных организаций не было приватизировано², приватизация в этой сфере выражается в увеличении количества частных фирм и доли частного финансирования исследований и разработок. Не менее важным кажется то, что мы можем назвать сетевой приватизацией науки. Нередко *сетевая приватизация* имеет латентный характер и *может быть охарактеризована как использование неформальных механизмов в сфере коммерциализации знания*. В связи с этим основной акцент следует перенести на рассмотрение сетевых структур управления [governance structures]³ в сфере трансфера знания и технологий, создающих трудности определения границы между частными и государственными организациями.

Приватизация науки и коммерциализация знания нередко приводят к возникновению проблем в сфере обмена информацией. В академической науке принято свободное раскрытие информации, что объясняется мертоновской нормой коммуналлизма. Спецификой российской науки является тот факт, что учреждения с преимущественно прикладной ориентацией с советских времен считаются научными учреждениями. Многие из них по сей день сохранили свой научный статус. Поэтому специалисты, работавшие в прикладных областях, следовали нормам, принятым в научном мире. Основным мотивом, заставлявшим исследователей придерживаться данные, был приоритет исследования. Политика секретности проводилась главным образом в сфере НИОКР на нужды военно-промышленного комплекса (ВПК). Коммерциализация подразумевает появление коммерческих секретов, связанных с экономической конкуренцией. При этом существенно ограничивается обмен информацией

¹ Большая часть материалов собрана в ходе проектов, проведенных на базе Центра независимых социологических исследований (Санкт-Петербург).

² Приватизация затронула прежде всего отраслевые институты, в которых проводилась основная доля прикладных исследований. Подавляющее большинство вузов не были приватизированы. Приватизация в академическом секторе является скорее исключением.

³ Я заимствую определение структур управления из новой институциональной экономики, определяющей структуры управления как «институциональную матрицу, в которой решается вопрос о трансакционной интеграции» [Williamson 1996: 378]. Тогда классические рынки и иерархии рассматриваются как оппозиционные варианты с допущением промежуточного типа в виде гибридной контракции. Последний тип подразумевает межорганизационные сети. У. Пауэлл отмечает, что сетевые образования скорее являются не промежуточным, а третьим типом [Powell 1990].

как между предприятиями, так и между исследователями, призванными конкурировать на рынке. Происходит переход от норм академической науки к нормам предпринимательской науки [Etzkowitz 1998]. Деятельность исследователей в меньшей степени контролируется профессиональным сообществом, происходит переориентация на нужды клиентов, ожидающих быстрых, осязаемых результатов. Одновременно с отходом от норм академической науки экономическая конкуренция стимулирует инновационную деятельность, способствуя экономическому росту, что позволяет говорить о позитивных экономических последствиях перемен. Напряженность между экономическими интересами, социальными и научными нормами оказывает существенное влияние на формирование структур трансфера знания и технологий. Старые неэффективные структуры управления трансфером постепенно замещаются новыми, в результате чего возникает новый социальный порядок, связанный с изменением уровня организационной интеграции.

Исторический контекст

В советский период существовало разделение труда между разными типами исследовательских учреждений. Структура науки, ориентированной преимущественно на гражданские нужды, включала академические и отраслевые институты, а также вузы. Различия между этими секторами были связаны с основным фокусом их деятельности. Так, основным фокусом академических институтов было проведение фундаментальных исследований. Отраслевые институты ориентировались на проведение прикладных исследований на нужды своей отрасли. Несмотря на то, что образовательные учреждения проводили и фундаментальные, и прикладные исследования, основной их функцией было обучение студентов. Старая система трансфера знания и технологии соответствовала линейной модели инноваций. С точки зрения государственного управления такая система значительно упрощала планирование.

В условиях плановой экономики трансфер знания и технологий регулировался главным образом государственными ведомствами. Многие исследовательские проекты, включая прикладную науку, не имели никакого приложения, так как необходимость составления пятилетних планов не позволяла большого количества инноваций. Враждебность директивной плановой экономики инновационной деятельности была связана с тем, что изменение всего одной статьи плана могло привести к необходимости пересмотра планов для других организаций. Дополнительным препятствием была посредническая деятельность государственных чиновников, которые не обладали достаточной квалификацией, чтобы связать потенциальные возможности науки с насущными потребностями промышленных предприятий. И хотя даже противники централизованного планирования меняют свое мнение, когда речь заходит об управлении в сфере науки [Dasgupta, David 1994: 487–488], планирование в науке очень трудно осуществить. Когда в поисках потенциальных клиентов исследователи использовали неформальные каналы, проекты оказывались нередко результатом «сговора», позволявшего предприятиям и исследовательским организациям улучшать свои статистические показатели по статьям «инновативность» и «практическое применение». Такие неформальные договоренности оправдывались тем, что материальные преимущества в условиях плановой экономики зависели от выполнения и перевыполнения плана.

Советский период характеризовался высоким уровнем финансирования исследовательских организаций. С переходом к рынку ситуация существенно изменилась. В связи с конверсией и снижением уровня бюджетного финансирования исследовательские организации были вынуждены начать искать поддержку на рынке, где цена определяется спросом и предложением. Однако из-за общего падения производства большинство промышленных

предприятий сами оказались на грани выживания⁴. И если некоторые из них все еще продолжали поставлять заказы исследовательским учреждениям, заработанные средства поступали на счет организации с большими задержками, что при высоком уровне инфляции сильно их обесценивало. Высокий уровень неопределенности способствовал возникновению атмосферы недоверия между промышленными предприятиями и исследовательскими организациями⁵. Поскольку инвестиции в сферу НИОКР крайне рискованны, банковская система предпочитала более выгодное вложение средств⁶. В результате многие научные учреждения имели большие долги и были «поставлены на картотеку»⁷. Для уменьшения числа звеньев в цепочке неопределенности исследовательские организации были вынуждены провести реорганизацию, превращаясь в научно-производственные ассоциации. Это преобразование способствовало тому, что часть трансакций между исследователями и производителями были перенесены под крышу исследовательской организации, в результате чего прежнее разделение труда внутри организаций и между организациями существенно изменилось⁸.

Условия деятельности представителей разных отраслей науки на рынке существенно различались. Особенно важной является доля фундаментального и прикладного исследования, а также ситуация в конкретных отраслях народного хозяйства. Варьируются и цены проведения исследований в разных сферах, достаточно сравнить такие отрасли, как астрономия и экономические науки. Не все виды знания могут быть востребованы на рынке. Не все научные достижения трансформируются в прибыльный бизнес. Существенные различия возникают в связи со способами коммерциализации, зависящими от природы знания и способов его производства. В условиях экономического кризиса учреждения высшего образования получали более стабильное финансирование. Кроме того, коммерциализация знания в этой области может означать переход к платному образованию⁹. Ситуация в отраслевых институтах существенно зависит от ситуации в отдельно взятой отрасли. В худших условиях были организации, занимающиеся фундаментальными исследованиями. Поэтому утечка мозгов оказалась особенно заметна в академическом секторе. Во многих областях ученые были вынуждены сменить исследовательскую

⁴ В 1996 г. спад производства составил 55% по сравнению с 1989 г. [Сергеев 1996: 4]. Даже если ситуация несколько улучшилась к концу 1990-х, только 6% российских предприятий можно было рассматривать как инновативные [Дежина 2001: 6].

⁵ По мнению Д. Норта, для снижения уровня неопределенности и повышения доверия необходимы формальные регуляторы, выражаемые в наличии судебной системы [North 1991]. В российских условиях формальные механизмы находились в процессе становления, отмечается противоречивость законов в условиях трансформации. Процессы, связанные с патентным законодательством, во всем мире являются довольно длительными. В российских условиях это усугублялось очередями в арбитражном суде, которые могли длиться несколько лет.

⁶ Несмотря на эти трудности, отмечается существенная диверсификация источников финансирования. По некоторым данным, до 1994 г. доля бюджетного финансирования превышала 90%, а к 1999 г. эта цифра составляла около 44% (6,2% из внебюджетных источников, 15,3% из частных источников и доля иностранных инвесторов составляла 5,6%) [Воронцова 1999: 3].

⁷ Банковский счет организации блокируется, а все деньги переводятся в счет погашения задолженности.

⁸ Новая институциональная экономика исходит из того, что выбор между рыночными трансакциями и трансакциями в рамках фирмы, или иерархии, связан с уровнем доверия между сторонами, заключающими контракт, и различием величины трансакционных издержек [Coase 1937 (1991); Williamson 1975]. Следует отметить, что информанты сами акцентировали внимание на экономизации трансакционных издержек и роли социальных связей.

⁹ В общей выборке было два университета, в которых треть студентов обучается на платной основе. Что касается трансфера исследовательских результатов, сотрудники университетов использовали те же практики, что и сотрудники других учреждений, отдавая предпочтение «индивидуальной миграции» (см. ниже).

ориентацию из-за низкого спроса на их разработки. Произошло существенное увеличение доли прикладных исследований и производства в научных организациях. В результате наблюдался переход от науки, ориентированной на производство, к производству, основанному на научных результатах.

В развитых капиталистических экономиках условия для более или менее эффективного взаимодействия науки и производства менялись в ходе длительной эволюции, в России же кардинальный пересмотр прежних отношений произошел стремительно. Причем сам рынок был новым явлением. Высокий уровень неопределенности в области трансфера знания и технологий был связан не только с неопределенностью экономических результатов НИОКР, но и с историческими условиями. Экономические результаты НИОКР всегда трудно предсказуемы, а в данном историческом контексте неопределенность существенно повышается. Если трансакции осуществляются на рынке, важнейшую роль начинает играть ценовой механизм. Возникает вопрос о формировании спроса и предложения в сфере исследований и разработок, создающий трудности ценообразования.

Формальные институты и неформальные механизмы

Формальные институты патентования и лицензирования были созданы с целью снижения уровня неопределенности на рынке НИОКР. Основной функцией патентной системы является защита прав авторства и создание условий для трансфера знания и технологий на основе прав интеллектуальной собственности. Это способствовало формализации отношений между наукой и производством. Однако отношение к патентованию в разных культурах существенно варьируется [Laet 1998: 217]. Введение патентования не дало ожидаемого эффекта, поскольку большинство предприятий в переходный период не были в состоянии покупать патенты и лицензии на российские изобретения. Одновременно с этим шло повышение размера патентных пошлин и годовых взносов, которые только за пять лет выросли в 100 раз [Дежина 2001: 20]. В связи с тем, что сама патентная процедура занимает как минимум 1,5–2 года, эффективность патентования снижается, поскольку у исследователей нет уверенности в том, что их разработки будут пользоваться спросом через два года. По этой причине большинство исследователей постепенно потеряли интерес к патентованию, что подтверждается данными статистики Роспатента.

Поскольку использование формальных механизмов было сопряжено с трудностями, трансфер знания и технологий базировался главным образом на неформальных практиках, выраженных в недоговорных отношениях, отделении дочерних организаций (спин-офф¹⁰) и миграции ученых. Трансфер происходит главным образом за счет использования личных контактов без заключения формальных контрактов между организациями. Особенно важную роль играют люди, работающие в нескольких организациях. Таким образом, трансфер знания и технологий происходит преимущественно в рамках полуформальной и неформальной экономики. В поисках стратегий выживания организации и их сотрудники выработали новые стратегии, которые не планировались государственными властями и часто оказывались неожиданными для них самих. Для снижения неопределенности в ходе коммерциализации знания экономические акторы опираются на социальные связи, основанные на механизмах доверия и реципрокности. Это соответствует тезису о социальной укорененности экономического действия [Granovetter 1985]. Использование неформальных практик объясняется отсутствием устоявшихся рыночных отношений и опыта работы в рыночных условиях. Как отмечалось, в советский период единственным

¹⁰ Под так называемыми spin-off компаниями понимают выделение дочерних компаний из материнских, обычно с образованием нового юридического лица; часто в роли таких компаний выступают небольшие инновационные фирмы, выделяющиеся из крупных исследовательских организаций.

механизмом защиты научной информации от несанкционированного использования была секретность, преимущественно в исследованиях на нужды ВПК. В других областях мертоновская норма коммунизма поддерживалась коммунистической идеологией, согласно которой свободный обмен информацией для общественной пользы был одной из важнейших ценностей. И хотя возникали сложности обмена информацией, связанные с государственной бюрократией, это было скорее результатом внешнего влияния, чуждого открытости исследователей, не имеющих коммерческих интересов.

В дополнение к укорененности экономического действия в структурах текущих социальных отношений можно было бы говорить о культурной укорененности [DiMaggio 1990], если бы не трудности с определением культуры. Применение культурного подхода для объяснения процессов на макроуровне вызывает разную реакцию. Сам термин «культура» предполагает существование однородных норм и ценностей, разделяемых большими группами людей. В связи с этим для описания особенностей советской социализации используется обобщающее понятие *Homo sovieticus* [Lewada 1993], позволяющее сделать допущение, что концепция максимизатора прибыли неприменима в постсоветском пространстве. С другой стороны, утверждается, что высокий уровень неопределенности, связанный с экономическими реформами в России, породил здесь *Homo economicus* с краткосрочной рациональностью [Blankenagel 2000]. Особенностью научной деятельности является тот факт, что исследователи в большей степени склонны к экспериментам и саморефлексии. Поэтому многие из них были готовы к очень быстрому переходу от моделей поведения неэффективной экономики к механизмам, которые, казалось бы, доказали свою эффективность в других странах. Косвенно это подтверждается активным патентованием разработок сразу после ввода патентной системы, несмотря на отсутствие опыта ее использования. Ученые надеялись, что патентование будет способствовать повышению их конкурентоспособности на рынке, однако оказались разочарованы его низкой эффективностью. Одновременно сохранились неформальные каналы коммуникации, призванные компенсировать очевидные недостатки планирования.

При взгляде на новые структурные образования, связанные с трансфером знания и технологий, мы видим существенные различия, обусловленные организационными особенностями. Поэтому, говоря о культурной укорененности, следует понимать, какой именно тип культуры мы имеем в виду [DiMaggio 1990: 114]. По этой причине применение понятия культурной укорененности к исследовательским организациям подразумевает различие в организационной и эпистемологической культуре, ассоциируемой с особенностями производства знания в различных исследовательских областях [Knorr Cetina 1999; Evers 2000]. В связи с этим ставится вопрос о том, какое знание можно «купить» или «продать» и, что не менее важно, какие структурные образования возникают в результате коммерциализации знания.

I. От общественного к частному: рекомбинантная собственность

Коммерциализация знания является экономическим действием, основанным на частной инициативе и индивидуальном интересе. Первый шаг в этом направлении был сделан в самом начале перестройки. Это была попытка стимулировать частную инициативу при сохранении государственной собственности, выраженная в появлении кооперативов, использовавших имущество организаций и предприятий, на базе которых они возникали. Данная рекомбинантная практика была толчком образования гетерархий (см. рис. 1), появившихся в постсоциалистических экономиках в самых разных типах организаций.

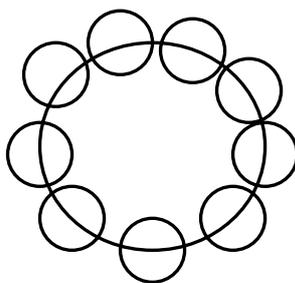


Рисунок 1. Кооперативная гетерархия.

В отличие от рынков и иерархий, ассоциируемых с независимостью и зависимостью, гетерархия означает взаимозависимость, организационную разнородность и минимум иерархии [Stark 2002: 55]. Появление таких структур было связано с новой экономической политикой, направленной на стимулирование частной инициативы. Данная политика дала возможность использования инфраструктуры и других преимуществ государственных организаций при одновременном функционировании наподобие частного предприятия. В результате этого нововведения произошла диверсификация и реструктурирование крупных организаций, столкнувшихся с проблемой внутренних трансакций, в многочисленных интервью формулируемой в терминах «общего котла».

Возникновение гетерархической структуры рассматривается как реакция на неопределенность окружающей среды. В нашем случае это скорее реакция на изменение законодательства, позволившего появление кооперативов. Государственная власть хотела стимулировать частную инициативу при одновременном сохранении традиционного социалистического института общественной собственности на средства производства. Неопределенность окружающей среды стала причиной того, что данная практика сохранилась в неформальном виде, даже когда законодательство разрешило организацию частных предприятий. После проведения рыночных реформ большинство кооперативов превратилось в частные фирмы. Тем не менее принципы их функционирования и взаимодействия с «материнской» организацией мало чем отличались от кооперативного периода¹¹. Гетерархии были обнаружены и в крупных исследовательских организациях [Olimpieva 2003]. Реструктурирование в исследовательской сфере имеет свои специфические черты. Появление гетерархий в исследовательской сфере рассматривается как изменение традиционного способа производства знания и переход к модели, известной как «Mode-2» [Gibbons et al. 1994: 3]. Появление малых инновативных предприятий на базе крупных институтов было широко распространенным явлением и может быть также описано в терминах спин-офф [Kaukonen, Löfgren, Schienstock 1999; Sedaitis 2000], хотя причины и принципы их функционирования нередко отличаются от спин-офф, возникающих в других странах.

Иерархическая структура советской науки была полностью разрушена. Исследовательские группы получили значительную творческую автономию с существенной долей финансовой независимости. Подразделения крупных институтов продолжали сотрудничать между собой, но в большинстве случаев наблюдается рост экономической конкуренции и секретности в отношениях между исследователями. Социальный порядок в рамках организаций существенно изменился, позволив новую комбинацию интеллектуальной кооперации и

¹¹ На уровне законодательства материнские и дочерние предприятия формально зависимы друг от друга, когда материнская организация владеет существенной долей акций дочернего предприятия. В данной работе это понятие используется для демонстрации ресурсной зависимости малого предприятия от организации, из которой оно выделилось.

экономической конкуренции. Особенно интересен тот факт, что исследовательским институтам, занимавшим ранее монопольные позиции, пришлось конкурировать не только с другими институтами, но и с собственными сотрудниками и с фирмами, существующими на их базе. Новые структурные образования, возникающие в связи с трансфером знания и технологий, позволяют говорить о сетевой приватизации. В данной работе я хочу проследить изменение стратегии образования спин-офф в разных типах организаций. Для этой цели будут проиллюстрированы три структурных образования, основанных на рекомбинации собственности старых организаций, и один случай высокотехнологической ассоциации. Модели, представленные традиционными советскими организациями, возникли в результате трансформации кооперативной гетерархии, представленной на рис. 1. Традиционные организации, рассматриваемые в данной работе, различаются по доле выполняемых ими фундаментальных и прикладных исследований: 1) фундаментальная наука; 2) смешанное исследование; 3) прикладное исследование.

Модель 1. Астрономия: «конечная игра»

Капитализация знания в академических институтах сопряжена с существенными сложностями в связи с преимущественно коллективным способом производства знания. Астрономия отличается высоким уровнем сотрудничества не только внутри организаций, но и между организациями, включая астрономические учреждения разных стран. По этой причине сетевая структура, возникшая в период кооперативного движения, просуществовала недолго. Основная сложность состояла в том, чтобы найти сферу коммерческого применения астрономического знания. Из-за скудного финансирования даже астрономам пришлось заниматься поиском клиентов на рынке и задаваться вопросом: «Кому можно продать расположение Венеры или Солнца?»¹²

Астрономы иронизируют по поводу возможности коммерциализации астрономического знания, отмечая, что единственным динамически развивающимся рынком в этой сфере является рынок астрологических услуг. Предпринимались попытки рассмотреть экономические выгоды, получаемые от радиоастрономии [Martin, Irvine 1981]. Хотя фундаментальные исследования в этой сфере крайне необходимы в долгосрочной перспективе, основными осязаемыми экономическими результатами является подготовка кадров для бизнеса и технологические спин-офф-компании, использующие случайные побочные продукты научной деятельности. Экономическая эффективность исследований, изначально ориентированных на производство, в этом смысле существенно выше.

Несмотря на существующие трудности, даже здесь в начале перестройки были организованы кооперативы, позже превратившиеся в независимые фирмы. Многие из них занимались сугубо коммерческой деятельностью, не привязанной к астрономии. Их трудно отнести к структурным образованиям, ориентированным на трансфер знания и технологий. Очень скоро большинство из них были закрыты или потеряли всякую связь с материнским институтом. Некоторые малые предприятия заимствовали технологические идеи, разработанные под крышей института, с тем, чтобы продать их на рынке. Обычно их организовывали молодые специалисты, легче приспособившиеся к новым рыночным условиям. Эти сотрудники имели достаточно высокий уровень навыков в технических областях, связанных с обслуживанием и разработкой астрономического оборудования, компьютерной техники и компьютерного обеспечения. С самого начала институт активно поддерживал образование спин-офф, надеясь на последующую отдачу. Руководство института полагало, что, встав на ноги, эти малые предприятия смогут помочь институту.

¹² Из интервью с представителем академического института.

Однако постепенно малые предприятия все более отдалялись, стремясь к полной независимости, и поддержка оказывалась односторонней.

Используя терминологию теории игр, этот вид взаимодействия можно назвать конечной игрой. Хотя астрономия является одной из самых коллективных наук, молодые специалисты еще недостаточно проработали в ней, чтобы подвергнуться глубокой социализации. Обычно они заимствовали лишь одну технологическую идею и не были заинтересованы в долгосрочном сотрудничестве. Основная же проблема состоит в том, что исследовательские результаты в астрономии редко находят коммерческое применение, а исследовательская деятельность является крайне дорогостоящей (достаточно вспомнить об оборудовании астрономических обсерваторий). Поскольку активная деятельность в спин-офф-компаниях требовала полной отдачи, сотрудники переходили работать в малое предприятие на полную ставку. Интерес в дальнейшем обмене информацией между институтом и малым предприятием отсутствовал (рис. 2).

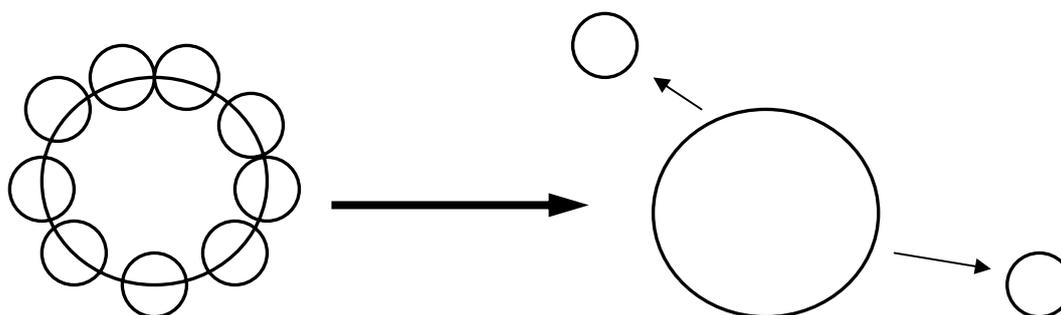


Рисунок 2. «Конечная игра»

Модель 2. Сельскохозяйственные науки: «моральная экономика» трансфера знания и технологии

Исследованный нами сельскохозяйственный институт переживал особенно тяжелые трудности в связи с кризисом сельского хозяйства, в результате чего в этой сфере крайне сложно было коммерциализировать знания. Как и в предыдущем случае, на базе института были организованы спин-офф-компании, большая часть которых вскоре была закрыта. Уровень смертности малых предприятий в этой сфере оказался особенно высок. Мы решили назвать данную модель «моральной экономикой»: именно здесь особенно часто использовались моральные аргументы, объясняющие использование коллективной стратегии. Этот случай особенно интересен тем, что этика, которой руководствуются сотрудники института, имеет сходство с крестьянской этикой, названной Джеймсом Скоттом «моральной экономикой» [Scott 1976]. Отчасти это можно объяснить близостью института к сельскому хозяйству. Кроме того, в ходе трансфера возникли трудности, связанные с культурой производства знания. По оценкам информантов, доли прикладных и фундаментальных исследований примерно равны. Производство знания возможно только при постоянной обратной связи в результате активного сотрудничества. Информанты отмечали, что прикладное исследование невозможно без постоянной опоры на фундаментальное.

Серьезные трудности в этой сфере возникали в связи с ценообразованием. Производство знания здесь недешево и требует существенных временных затрат. Основная проблема состояла в том, что малые предприятия использовали инфраструктуру института и знание, произведенное в его стенах коллективно, чтобы получить прибыль для отдельной группы. Поскольку большая часть знания принадлежала всему институту, конкуренция возникала не столько по поводу качества исследования, сколько по поводу цены – кто дешевле продаст,

следствием чего стал демпинг. В совокупности эти проблемы существенно снижали интенсивность обмена информацией в рамках института, что в долгосрочной перспективе могло значимо сказаться на качестве исследования. Образование независимых малых предприятий показало свою неэффективность в социальном и экономическом смысле.

В процессе конструирования нового социального порядка институт выработал общее понимание «справедливого трансфера». После первых экспериментов с малыми предприятиями руководство института пришло к необходимости создания инновационного центра, который мог бы координировать весь процесс коммерциализации знания. Созданный инновационный центр не был привязан к какому-либо отделу или лаборатории, а работал на нужды целого института. В ходе своей деятельности инновационный центр помог институту расплатиться с долгами, решить проблемы с оплатой коммунальных услуг, командировками для сотрудников. Благодаря его деятельности удалось создать ряд новых лабораторий, что позволило частично компенсировать серьезное сокращение сотрудников, предпринятое в середине 1990-х. Инновационный центр, будучи коллективной стратегией в области трансфера коллективно произведенного знания, позволил консолидировать предпринимательские усилия целого института. Несмотря на отказ от гетерархической структуры, ключевой принцип остался в силе: те же самые сотрудники совмещают исследовательскую и предпринимательскую деятельность, удовлетворяя общественные и частные интересы (рис. 3).

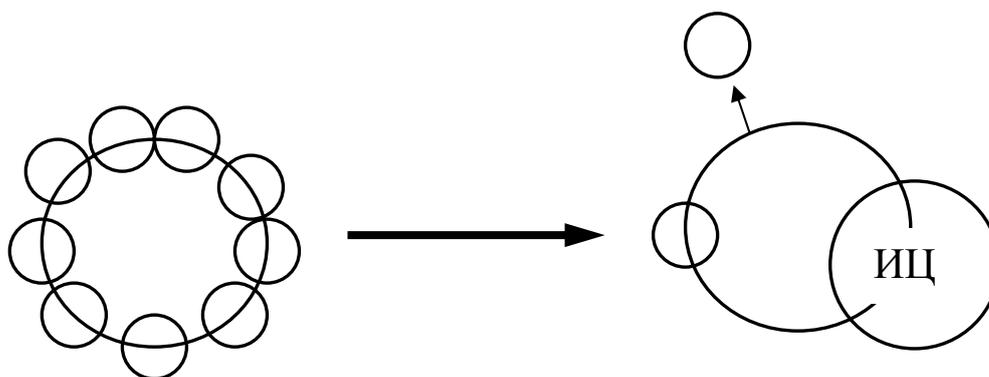


Рисунок 3. «Моральная экономика» трансфера знания и технологии.

Модель 3. Технические науки: «еще не рынок, уже не иерархия»¹³

Особенно много малых предприятий было создано на базе отраслевых институтов. Рекомбинантные практики в отраслевых институтах можно представить как полный отход от иерархии, присущей плановой экономике. С началом рыночных реформ крупные отраслевые институты оказались окружены сетью формально независимых малых предприятий, привязанных к конкретному отделу или лаборатории. Это явилось своего рода групповой стратегией небольших исследовательских коллективов. Схемы взаимодействия изменились в связи с проблемами в области трансакций. Основные трудности были связаны с проблемой «общего котла». Крупные отраслевые институты располагали значительными физическими активами, что повышало для них налоги и стоимость коммунальных услуг. Их неэффективность проистекала вследствие того, что их структура не позволяла эффективное регулирование внутренних отношений. Оплата коммунальных услуг и расходы на поддержку инфраструктуры требовали коллективных усилий всех сотрудников организации,

¹³ Эта модель объединяет анализ кейсов в трех отраслевых институтах. Структурные образования в данных учреждениях оказались во многом схожи между собой в связи с их прикладной ориентацией на промышленные отрасли.

в то время как диверсификация и рекомбинантные практики существенно увеличили автономию подразделений.

При переходе к рыночным отношениям выяснилось, что не все подразделения могут в равной степени конкурировать на рынке. Прежде финансовые средства, получаемые по заказам, переводились на общий счет организации и распределялись более или менее равномерно согласно потребностям подразделений и внутренней иерархии. Эта же система продолжала функционировать и некоторое время после начала реформ. Получалось, что подразделения получали деньги независимо от объема выполненных ими работ. Поэтому наиболее эффективно работавшие отделы получали меньше того, что они реально зарабатывали. Даже после диверсификации организаций успешные отделы были вынуждены покрывать убытки менее успешных. Поэтому исследователям стало более выгодно проводить договоры через независимые фирмы. Новое законодательство еще более стимулировало появление малых предприятий благодаря налоговым льготам малому бизнесу¹⁴. Следствием этого стало возникновение множества спин-офф-компаний, функционировавших на базе институтов как некая гибридная форма. Большинство групп использовали инфраструктуру институтов так, что разделить деятельность, осуществляемую в рамках исследовательских институтов и малых инновационных предприятий, оказывалось непросто. В большинстве случаев данные структуры служили более эффективным методом контроля средств, поступающих от заказчиков. В противном случае отдельные подразделения института могли бы использовать стратегию безбилетника по отношению к коллегам из других отделов.

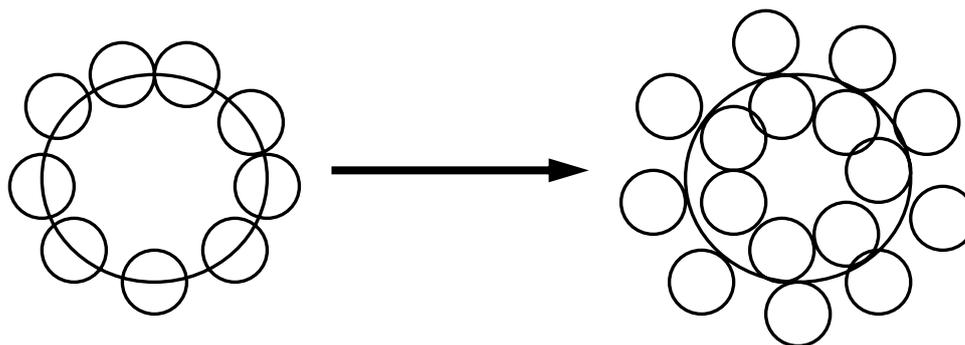


Рисунок 4. «Еще не рынок, уже не иерархия»

Малые предприятия на базе отраслевых институтов различались по степени своей близости к ним. Некоторые превратились в абсолютно независимые фирмы и размещались под крышей институтов только как арендаторы. В одном из кейсов сотрудники отдела, занимавшегося ранее преимущественно теоретическими разработками, организовали производственное предприятие и полностью переориентировали свою деятельность на выполнение заказов других подразделений института¹⁵. Некоторые отделы произвели организационное разделение исследовательской и производственной деятельности, проводя исследование в рамках своей деятельности в институте и производя конкретную продукцию как сотрудники фирм. В ряде случаев были организованы виртуальные спин-офф-компании с двумя сотрудниками: директором и бухгалтером. Виртуальная фирма в таком случае выполняет сугубо посредническую функцию, позволяя заключать трехсторонние договоры между спин-

¹⁴ Налоговое законодательство дает льготы малым предприятиям, работающим в области науки и инноваций. Число сотрудников таких предприятий не должно было превышать 60 человек, а доля государства – 25%.

¹⁵ Джудит Седайтис описывает спин-офф как чисто коммерческие предприятия без ориентации на технологические разработки [Sedaitis 2000: 138]. В нашей работе речь идет в основном об отношениях с инновационными фирмами.

офф и клиентом, институтом и спин-офф. Данная практика использовалась исключительно для снижения транзакционных издержек. И хотя двойная бухгалтерия и заключение нескольких контрактов на проведение одной работы повышают общие транзакционные издержки, в данном случае агентом экономизации является не экономика, не институт, а исследовательское подразделение, которому приходится бороться за выживание. Подобная стратегия позволяет исследовательской группе снизить риск того, что заработанные ею средства будут потрачены на погашение долгов целого института. Таким образом, исследователи совмещали позицию в институте с работой в частной фирме, чтобы улучшить свою экономическую ситуацию. Существование малого предприятия существенно усиливает переговорные позиции [bargaining power] исследователей, поскольку трудовой договор, заключаемый в рамках института, не гарантирует защиты от произвола руководства и оппортунизма других групп. В противном случае уровень заработной платы оставался бы крайне низким.

Из-за высокого уровня конкуренции и страха утраты ноу-хау многие подразделения обособились, используя стратегию секретности по отношению к другим отделам. Если раньше обмен информацией о ходе текущих исследований и разработок происходил в рамках научных докладов и на заседаниях научно-технических советов, то с переходом к рынку от открытой дискуссии отказались. Обмен информацией относительно научных открытий в конкретной области не был прекращен полностью, но сместился скорее в плоскость неформальных социальных отношений, а не институциональных связей, как прежде, что существенно сузило круг посвященных. Эти изменения привели к значительной дезинтеграции отраслевых институтов. Одновременно руководители формально независимых фирм могли заседать в научно-технических советах института. Во всех этих случаях специфическую окружающую среду организации можно рассматривать в качестве организационного участника¹⁶.

II. Трансфер знания посредством «миграции ученых»

Модель 4. Высокотехнологическая ассоциация: «уже не рынок, еще не иерархия»

Рассматриваемая высокотехнологическая ассоциация возникла на базе небольшого независимого творческого коллектива, который для заключения крупного контракта был вынужден юридически закрепить свой статус, организовав малое предприятие. Постепенно была наработана хорошая репутация, притянувшая к фирме исследователей и исследовательские группы из других организаций, в том числе из государственного сектора. В результате около 90% сотрудников используют стратегию «двойного гражданства», т.е. работают в ассоциации, оставаясь одновременно сотрудниками научных институтов и университетов. Такую практику можно считать личным трансфером посредством миграции ученых [Zellner 2003]. Как и в других наших кейсах, стратегия «двойного гражданства» позволяет исследователям претендовать на бюджетное финансирование как представителям научных организаций и на налоговые льготы и прибыли в качестве сотрудников частных инновативных предприятий. В данном случае между научными организациями, из которых вышли сотрудники ассоциации, и самой ассоциацией нет никаких формальных соглашений.

Со временем произошло существенное увеличение численности сотрудников организации. По ряду причин, в том числе для сохранения налоговых льгот для малого бизнеса, было

¹⁶ Под организационными участниками понимаются члены организации и существенная часть специфической среды [March, Simon 1959].

решено разделить фирму на три предприятия (рис. 5)¹⁷. При этом деятельность малых предприятий разделить не так просто. Особенно близки между собой две фирмы, их сотрудники даже не могут наверняка сказать, в которой из фирм числятся коллеги, работающие с ними в одном помещении. Исследовательские группы работают в рамках ассоциации как квазифирмы диверсифицированных организаций, используя знание, приобретенное в научных институтах, под маркой «научной квалификации». При этом трансфер знания и технологий происходит в обоих направлениях. Работая в высокотехнологической ассоциации, исследователи имеют возможность использовать ее инфраструктуру и идеи в сугубо научных целях. А руководство, в свою очередь, демонстрирует лояльное отношение к некоммерческому использованию знания, приобретенного здесь.

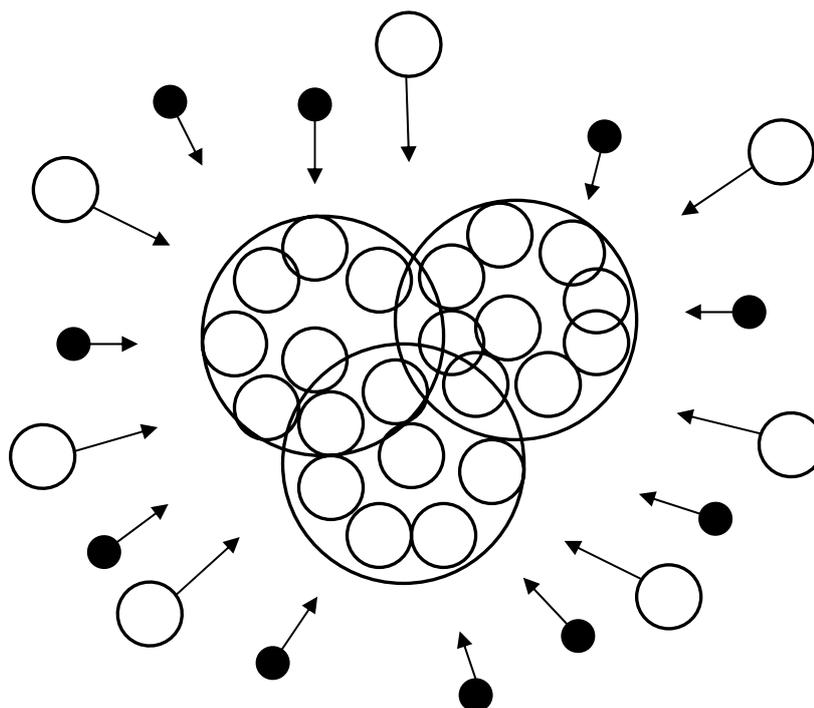


Схема 5. «Уже не рынок, еще не иерархия»

Уровень квалификации сотрудников высокотехнологической ассоциации очень высок¹⁸. Не желая снижать средний уровень квалификации персонала, руководство ассоциации передало до 90% производства промышленным предприятиям. Спад производства позволил выстраивать взаимодействие с промышленными предприятиями на рациональной основе: независимо от продолжительности сотрудничества высокотехнологичные фирмы готовы сменить партнеров при появлении лучшей комбинации качества, цены и надежности поставок. В отличие от традиционного взаимодействия между научными учреждениями и промышленными предприятиями, заказы в данном случае размещает не промышленность, а высокотехнологическая организация, тем самым существенно увеличивая договорную власть исследователей.

¹⁷ После 10 лет успешной деятельности на рынке число сотрудников достигло 500 человек, что сравнимо с численностью сотрудников некоторых отраслевых институтов после сокращения, произошедшего в 1990-х годах. Впоследствии количество фирм, включенных в работу ассоциации, еще более увеличилось.

¹⁸ Даже вспомогательный персонал имеет высшее образование. Многие сотрудники имеют научные степени или пишут диссертации.

Малые предприятия имели преимущества в области льготного кредитования из средств государственных фондов и банковского сектора. Выросли и шансы ассоциации на получение кредитов, поскольку она приобрела репутацию стабильной организации и значительные физические активы. В связи с увеличением доходов повысились реальные возможности финансирования исследовательской деятельности за свой счет. С использованием наработок внешних организаций исследования и разработки в рамках ассоциации могут длиться около года. Чтобы снизить возможные риски, исследователей для сотрудничества обычно приглашают через свои социальные сети. Исследования и разработки финансируются главным образом из доходов других исследовательских групп. Таким образом формируется система «общего котла». То, что в предыдущих случаях было проблемой, стало преимуществом новой организации. После создания конечного продукта исследовательская группа превращается в производственную единицу, отвечающую за качество сборки и модификацию продукта. Часть прибыли группы используется для выплаты долгов перед организацией (тех, что возникли на этапе авансирования разработки) и на финансирование (авансирование) других групп. В отличие от традиционных организаций, подобный формат сотрудничества является добровольным, основанным на реципрокности и взаимной выгоде. Поэтому обмен информацией между группами разработчиков может быть даже более интенсивным, чем в общественном (бюджетном) секторе.

Заключение

Трансформация российской науки привела к возникновению новых институциональных образований, регулирующих трансфер знания и технологии. Данный процесс можно рассматривать как сетевую приватизацию науки. В большинстве случаев использовались стратегии реструктурирования, нацеленные на улучшение работы организации в условиях рыночной трансформации. Структура организации должна была соответствовать новым требованиям экономической и социальной эффективности. Чтобы улучшить ситуацию, исследователям пришлось пересмотреть правила взаимодействия не только между наукой и производством, но и внутри исследовательских организаций и между ними. Это было сделано при использовании практики «двойного гражданства» и организации малых предприятий, что потребовало и перехода от индивидуальной к групповой креативности. Исследовательская автономия при принятии решений о темах исследования существенно возросла. Хотя следует отметить относительность этой автономии, поскольку принимаемые решения зависят от рыночного спроса.

Приватизация исследования и коммерциализация знания ассоциируются с секретностью. При низком уровне финансирования обмен информацией в пределах организации может быть даже более затруднен в государственном секторе, чем в частном. Ситуация существенно меняется, если речь идет о сетевой приватизации. В этом случае трудно провести однозначную границу между частным и общественным. Взаимодействие между частными предприятиями и институтами, получающими бюджетное финансирование, может происходить благодаря сотрудникам, работающим в обеих структурах. Несмотря на неконтролируемость такого трансфера, обмен информацией между частными и государственными организациями может быть взаимовыгодным. Изменения в этой сфере связаны с переходом от линейной модели инновации к спиральной. Темпы изменений в российских организациях позволяют проследить эти процессы в концентрированном виде. Необходимость образования спин-офф-компаний связана преимущественно с транзакционными проблемами, но имеет последствия и для способа производства знания, что выражается в переходе к междисциплинарности исследования. Возможно, акцент на «сетевой приватизации» мог бы дать более адекватное объяснение процессам, чаще обозначаемым как «Mode-2» [Gibbons et al. 1994; Nowotny et al. 2001], поскольку в этом случае знание производится в контексте применения, происходит переход к

предпринимательской науке, повышается рефлексивность исследования, что также характерно для вышеупомянутой модели.

Эмпирические данные указывают на разные аспекты социального конструирования новой системы науки и инноваций. В данной работе была предпринята попытка проиллюстрировать, как институты трансфера изменялись в ходе экономической трансформации. Этот процесс связан с превращением исследовательских учреждений в предпринимательские организации. Способы коммерциализации знания и, в частности, институциональные образования, возникающие в этой сфере, зависят от многих факторов. Принципы взаимодействия малых предприятий с материнскими организациями сильно различаются в связи со специфическими средами и культурой производства знания. Процесс экономической трансформации выражался в формальной и скрытой приватизации науки, что связано с переходом к коммерциализации результатов исследования. Этот процесс способствовал росту влияния науки на систему инноваций, переходу от пассивной роли науки, имевшей место в советские времена, к более активной. Изменение ментальности российских ученых выразилось в активизации предпринимательской деятельности в сфере высоких технологий, что позволяет некоторым экспертам говорить о «ренессансе российской науки» [Bush 2004].

ЛИТЕРАТУРА

- Воронцова М.* Высокие технологии – шаг в будущее // Петербург индустриальный. 1999. № 16. С. 3.
- Дежина И.* Обеспечение эффективных механизмов осуществления инновационной деятельности в российской экономике // Институт экономики переходного периода. Рабочие материалы. 2001.
- Ежова Л.Б., Олимпиева И.Б.* Трансформация практики взаимодействия науки и производства в условиях рынка // Научно-техническая информация. Серия 1: Организация и методика информационной работы. ВИНТИ. Вып. 8. 2000. С. 10–12.
- Олимпиева И.Б.* Постсоветские гетерархии: трансформация крупных научных организаций в период экономических реформ // Журнал социологии и социальной антропологии. 2003. Т. VI. № 3. С. 105–121. <http://ecsocman.edu.ru/jssa>
- Сергеев Д.* Реорганизация наукоемких промышленных производств: федеральные и региональные аспекты // Наука и технологии: Россия и мир. Вып. 10. М., 1996.
- Старк Д.* Гетерархия: неоднозначность активов и организация разнообразия в постсоциалистических странах // Экономическая социология: Новые подходы к институциональному и сетевому анализу / Сост. и науч. ред. В.В. Радаев. М.: РОССПЭН, 2002. С. 47–95.
- Юревич А.В.* Наука и рынок // Общественные науки и современность. 1999. № 1. <http://ecsocman.edu.ru/ons>
- Blankenagel A.* Legal Reforms in Russia: Visible Steps, Obvious Gaps, and an Invisible Hand? // Journal of Institutional and Theoretical Economics. 2000. Vol. 156. P. 99–119.
- Bush J.* A Renaissance for Russian Science // Business Week. 2004. August 9.
- Coase R.* The Nature of the Firm // The Nature of the Firm: Origins, Evolution and Development / Ed. by O.E. Williamson. N.Y.: Oxford University Press, 1991 (1937). P. 18–33.
- Dasgupta P., David P.A.* Toward a New Economics of Science // Research Policy. 1994. Vol. 23. P. 487–521.
- DiMaggio P.* Cultural Aspects of Economic Action and Organization // Beyond the Marketplace: Rethinking Economy and Society / Ed. by R. Friedland. N.Y.: Aldine de Gruyter, 1990. P. 113–136.
- Edquist C., Johnson B.* Institutions and Organizations in Systems of Innovation // Systems of Innovation: Technologies, Institutions and Organizations / Ed. by C. Edquist. L.: Pinter Publishers, 1997. P. 41–63.
- Etzkowitz H.* The Norms of Entrepreneurial Science: Cognitive Effects of the New University-Industry Linkages // Research Policy. 1998. Vol. 27. P. 823–833.
- Etzkowitz H., Webster A.* Science as Intellectual Property // Handbook of Science and Technology Studies / Ed. by S. Jasanoff. Thousand Oaks: Sage Publications, 1995. P. 480–505.
- Evers H.-D.* Epistemic Cultures: Towards a New Sociology of Knowledge. Bielefeld: Univ. Bielefeld, Fak. für Soziologie, 2000.

- Füllsack M.* Gesundung oder Zerfall? Zum Schicksal der rußländischen Wissenschaft // Osteuropa. 2001. No. 1. P. 3–15.
- Gibbons M., et al.* The New Production of Knowledge: The Dynamics of Science and Research in Contemporary Societies. L.: Sage Publications, 1994.
- Granovetter M.* Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness // American Journal of Sociology. 1985. Vol. 91. No. 3. P. 481–510.
- Granovetter M.* Economic Institutions as Social Constructions: A Framework for Analysis // Acta Sociologica. 1992. No. 35. P. 3–11.
- Hamilton G.G., Biggart N.W.* Market, Culture, and Authority: A Comparative Analysis of Management and Organization in the Far East // The Sociology of Economic Life / Ed. by M. Granovetter, R. Swedberg. Boulder: Westview Press, 1992. P. 181–221.
- Kaukonen E., Löfgren J., Schienstock G.* Problems of Economic and Industrial Transformation in Russia: An Innovation System Perspective // Russia: More Different than Most. Helsinki, 1999. P. 169–198.
- Knorr Cetina K.* Epistemic Cultures: How the Sciences Make Knowledge. Cambridge: Harvard University Press, 1999.
- Laet M. de.* Intricacies of Technology Transfer: Travel as Mode and Method // Knowledge and Society. 1998. Vol. 11. P. 213–233.
- Lewada J.* Die Sowjetmenschen 1989–1991: Soziogramm eines Zerfalls. München: Dt. Taschenbuch-Verlag, 1993.
- March J.G., Simon H.A.* Organizations. N.Y.: Wiley, 1959.
- Martin B.R., Irvine J.* Spin-off from Basic Science: The Case of Radioastronomy // Physics in Technology. 1981. Vol. 12. P. 204–212.
- North D.C.* Institutions, Institutional Change and Economic Performance. Cambridge: Cambridge University Press, 1991.
- Nowotny H., et al.* Re-thinking Science: Knowledge and the Public in an Age of Uncertainty. Cambridge: Polity Press, 2001.
- Powell W.W.* Neither Market nor Hierarchy: Network Forms of Organization // Research in Organizational Behavior. 1990. Vol. 12. P. 295–336.
- Scott J.C.* The Moral Economy of the Peasant: Rebellion and Subsistence in South Asia. L.: Yale University Press, 1976.
- Sedaitis J.* Technology Transfer in Transitional Economies: A Test of Market, State and Organizational Models // Research Policy. 2000. Vol. 29. P. 135–147.
- Wagener H.-J.* Has Russia Missed the Boat? // Journal of Institutional and Theoretical Economics. 2000. Vol. 156. No. 1. P. 125–130.
- Williamson O.* Markets and Hierarchies: Analysis and Antitrust Implications; a Study in the Economics of Internal Organization. N.Y.: Free Press, 1975.
- Williamson O.* The Mechanisms of Governance. N.Y.: Oxford University Press, 1996.
- Zellner C.* The Economic Effects of Basic Research: Evidence for Embodied Knowledge Transfer via Scientists' Migration // Research Policy. 2003. Vol. 32. P. 1881–1895.

ДЕБЮТНЫЕ РАБОТЫ

И.С. Чириков

РОЛЬ ВНУТРИОРГАНИЗАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ И СТРУКТУР В ФОРМИРОВАНИИ НЕРАВЕНСТВА ЛЮДЕЙ ПО ДОХОДАМ



ЧИРИКОВ Игорь Сергеевич – студент 1-го курса магистратуры факультета социологии ГУ–ВШЭ/МВШСЭН.

Email: is@gorod.org.ru

В работе рассмотрены различные характеристики организации и внутриорганизационные процессы, которые влияют на формирование неравенства людей по доходам. На основании анализа предыдущих исследований мы выяснили, что ряд характеристик организации (ее размер, рост, демографические характеристики, используемые технологии, наличие профсоюзов и внешняя среда) непосредственно влияют на то, как в ней реализуется механизм карьерного продвижения и устанавливается уровень заработной платы. Применение тезиса М. Грановеттера о социальной укорененности экономического действия к оценкам и действиям по продвижению внутри организации дает возможность лучше понять ту логику, согласно которой формируются иерархии, определяются механизмы отбора, продвижения и установления размера заработной платы.

Ключевые слова: внутренний рынок труда, карьерное продвижение, неравенство по доходам, внутриорганизационные процессы

Введение. Постановка проблемы

Один из основных вопросов социальной стратификации – вопрос об источниках социального неравенства и тех механизмах, которые влияют на распределение различных видов благ, воспринимаемых людьми как ценные и желаемые. Если рассматривать экономические блага, то такой вопрос может быть сформулирован следующим образом: почему разные люди имеют разные доходы? Этот, казалось бы, тривиальный вопрос всегда интересовал представителей разных дисциплин, а следствия из ответа на него заставляли пересматривать природу социальной стратификации.

Когда мы говорим о доходах, чаще всего имеются в виду доходы от заработной платы. В 1960-е годы в социологии и экономической теории зародились две основные традиции объяснения различий в уровне доходов – теория достижения статуса [status attainment] и теория человеческого капитала. Обе

они фокусировались, прежде всего, на индивидуальных характеристиках и различиях между людьми.

Так, исследования достижения статуса основываются на предпосылке, что уровень дохода объясняется, прежде всего, происхождением, личными характеристиками и психологическими склонностями к достижению. «Статус... формируется на основе аскриптивных характеристик и принципа достижения. В либеральном демократическом обществе основным принципом является достижение. Любые аскриптивные черты должны рассматриваться в качестве рудимента более ранней эпохи» [Blau, Duncan 2001: 390]. Представители данного направления полагают, что социальное происхождение человека влияет на его умственные способности, а те, в свою очередь, – на образовательные и на профессиональные достижения. В совокупности все указанные характеристики влияют на уровень дохода [Sewell, Haller, Portes 1969: 89–91]. Исследования достижения статуса основываются на функционалистских предпосылках рассмотрения общества: 1) индустриальное общество характеризуется фундаментальной тенденцией движения к универсализму, который становится основой для интеграции; 2) существует «общепризнанная система оценивания», которая проникает во все сферы общественной жизни и заменяет собой партикуляристские стандарты и интуитивные суждения; 3) упор на рационализацию и эффективность, присущий универсализму, делает возможным технологический прогресс, разделение труда и дифференциацию; 4) эта дифференциация возникает в силу того, что одни люди эффективнее справляются с поставленными задачами, чем другие [Hogan 1978: 536; Baron, Bielby 1980: 745].

Теория человеческого капитала возникла на фоне неспособности неоклассической экономической теории объяснить различия в уровне доходов разных работников. Для неоклассиков труд представляется однородным, бесконечно делимым товаром. Фирма платит за такое количество единиц труда, которое будет максимизировать ее прибыль. Таким образом, различия в оплате между работниками сводятся к вопросу о том, сколько «единиц труда» присутствует в каждом из них. Сталкиваясь, по словам М. Грановеттера, с такой «неудобной глыбой», как работник, неоклассическая теория оказывается неспособной объяснить различия в доходах [Granovetter 1994: 374]. Теория же человеческого капитала объясняет эти различия не со стороны спроса, т.е. фирмы, а со стороны предложения труда. Работник здесь рассматривается как рациональный индивид, который максимизирует свой доход за весь жизненный цикл, посредством инвестирования времени и средств в повышение собственных производительных возможностей. Образование является лишь базовой формой инвестиций, теорией допускаются также инвестиции в здоровье, тренинги – во все, что может повысить доход. Различия в доходах, таким образом, предстают как различная отдача от первоначальных и продолжающихся инвестиций [Granovetter 1994: 374].

Обозначенные выше подходы послужили основой для проведения достаточно большого количества эмпирических исследований неравенства, в которых рассматривалась взаимосвязь различных «инвестиционных стратегий», индивидуальных характеристик работника и его дохода. Тем не менее, несмотря на достаточно большую популярность (в том числе и сейчас – спустя 40 лет после появления), эти подходы почти сразу подверглись критике. В рамках одного из направлений критики, которое можно условно обозначить как «новый структурализм»¹, указывалось, что и теория человеческого капитала, и исследования

¹ Имеется в виду «новый структурализм» в стратификационных исследованиях. Указанное направление внутренне неоднородно, его представители не предлагают единой эксплицитной концептуализации структуры, которая лежит в основе процесса достижения и организует его. Вместо этого «предлагаются различные описательные интерпретации, которые основываются... на различных версиях понятий двойственной экономики [dual economy], внутренних рынков труда, сегментированных рынков труда, марксистской классовой теории, которые включают в себя элементы историографии, институциональной

достижения статуса игнорируют зависимость процесса достижения от структуры позиционного неравенства – «пустых мест» [«empty places»] в экономике и отношений между ними [Burawoy 1977: 1031]. Исследователи отмечали, что процесс индивидуального достижения является функцией от структурных факторов, таких как класс, властные структуры, размер организации, сектор рынка труда и пр. «...Три главных фактора влияют на величину дохода: (a) характеристики работы и работодателя, (b) характеристики индивида, который нанимается на работу и (c) то, как a и b соединяются вместе – то, что я называю процессом установления соответствия [matching process]» [Granovetter, 1994: 370]. Исходя из этого, анализироваться должны не только индивидуальные характеристики работников, но, кроме того, социальные структуры, а также разворачивающиеся в этих структурах процессы, которые и обуславливают различия в доходах. Наиболее же тесно взаимодействие между структурным и индивидуальным уровнями проявляется в хозяйственных организациях.

Действительно, организация² – это то место, где разворачивается сложное взаимодействие между различными административными правилами, техническими предписаниями и отношениями между людьми и позициями. Решения внутри организаций влияют на то, какие должности и рабочие места существуют в данном обществе, каков характер разделения труда. Внутри фирм также устанавливаются процедуры соответствия между должностью и работником, определяется способ распределения вознаграждений. В процессе исследования неравенства людей по доходам сложно игнорировать тот факт, что уровень дохода не устанавливается в вакууме, он является результатом сложной конвенции, расстановки социальных и экономических сил внутри организации. Таким образом, исследование внутриорганизационных процессов – важный шаг к пониманию природы стратификации.

Основная цель данной работы – понять, какие социальные и структурные характеристики организации могут обуславливать воспроизводство неравенства работников по доходам. Если принимать предложенное Грановеттером аналитическое разделение факторов, которые влияют на уровень заработной платы, то мы сосредоточимся на исследовании характеристик работодателя (a), процесса установления соответствия (c), а также механизмов продвижения в организации. При этом мы ничуть не умаляем значения индивидуальных характеристик. Однако наша задача не состоит в построении непротиворечивой теории стратификации по доходам, она более скромна – проследить, как структурные характеристики и социальные механизмы функционирования хозяйственных организаций могут влиять на формирование внутриорганизационных иерархий, основанных на уровне дохода. Рефлексия указанных механизмов и их экспликация может быть полезной при формулировании гипотез конкретных эмпирических исследований неравенства и хозяйственных организаций.

Влияние организации на распределение вознаграждений будет рассмотрено на двух взаимосвязанных уровнях. В первой части данной работы мы проанализируем связь уровня дохода и различных параметров организации (размера, роста, технологии и др.). Во второй части мы сосредоточимся на анализе процессов установления соответствия и продвижения на внутренних рынках труда организации.

экономики, организационной теории и традиционных подходов к изучению неравенства» [Baron, Bielby, 1980: 738].

² В данной работе мы используем понятия «организация», «хозяйственная организация», «компания», «фирма» и «корпорация» как синонимичные. Рассмотрение содержательных различий (безусловно, важных) между указанными понятиями лишь затруднит ход изложения и существенно усложнит решение поставленной задачи. Мы будем использовать максимально общее представление об организации как о системе социальных отношений, выстроенных для достижения общих хозяйственных целей, предполагающих наличие собственных внутренних норм и механизмов контроля, а также структуры устойчиво воспроизводимых статусов и специфического разделения труда.

1. Характеристики организации и неравенство

Почему в некоторых компаниях на аналогичных должностях и платят больше, и повышают быстрее? Может быть, существует какая-то зависимость этого феномена от структурных характеристик организации? Попытаемся выделить ряд параметров организации и проанализировать, как они влияют на распределение вознаграждений работников.

Начнем с наиболее очевидного показателя – *размера хозяйственной организации*, выражающегося в численности ее работников. Относительная легкость в измерении и фиксации размера фирмы привела к тому, что большинство исследователей используют этот показатель при изучении уровня вознаграждений, но зачастую им и ограничиваются. В частности, в ряде исследований было установлено, что уровень заработной платы выше в тех отраслях промышленности, которые состоят из крупных компаний. Внутри одной отрасли вознаграждение также больше в крупных компаниях, нежели в малых, а отдача от образования в виде дохода и положения в организационной иерархии монотонно возрастает с ростом численности организации³ [Stolzenberg 1978: 825–826]. Предложим несколько содержательных интерпретаций выявленных закономерностей. Возможно, в рамках больших компаний существуют более эффективные системы контроля и обучения, которые повышают производительность работников, и вслед за этим следует повышение заработной платы. Кроме того, большие компании могут платить больше, потому как, благодаря масштабам производства, имеют возможность заложить более высокий уровень оплаты в цену продукта. Еще один вариант объяснения – размер оплаты зачастую отражает положение в организационной иерархии, а в структуре крупных компаний гораздо больше уровней. Следовательно, на каждом из них заработная плата должна увеличиваться, а потому средний размер заработной платы выше в больших организациях [Hedström 1988: 12–13]. С неомарксистской же точки зрения, высокий уровень оплаты в больших компаниях обусловлен стремлением менеджмента избежать трудовых конфликтов и забастовок, особенно губительных для крупных компаний.

Подобная разница в интерпретациях сигнализирует о том, что численность организации не может быть единственным фактором, детерминирующим уровень заработной платы. Более того, эта связь явно прослеживается лишь в отдельных отраслях промышленности, тогда как для других типов компаний, особенно некрупных, она будет уже не столь очевидной. Небольшие компании были незаслуженно вытеснены на периферию исследовательского интереса, в то время как подавляющее большинство работников трудятся именно в малых организациях⁴ [Granovetter 1984: 324–326]. В большинстве исследований уровня оплаты численность компании используется как независимая переменная, о детерминантах же самого размера организации исследователи стратификации говорят крайне мало, в отличие от исследователей, работающих в русле социологии организаций, например, популяционной экологии. Вероятнее всего, размер компании сам является результирующей многих факторов и внутриорганизационных процессов.

Одним из таких процессов может быть *рост хозяйственной организации*. В исследовании карьерных траекторий, проведенном Дж. Розенбаумом, было установлено, что в периоды роста компании увеличиваются темпы продвижения работников по службе. В частности, повышения получали даже представители традиционно менее «мобильных» групп – пожилых и менее образованных [Rosenbaum 1979: 43–45]. Однако остается не до конца

³ Зависимость была установлена для белых мужчин, работающих в несельскохозяйственных отраслях.

⁴ Согласно мнению М. Грановеттера, при исследовании процессов трудоустройства и продвижения подразделения больших корпораций также могут рассматриваться в качестве самостоятельных единиц анализа. Если придерживаться такой точки зрения, то по-настоящему крупных компаний очень немного, а небольшие повсеместно распространены – «small is bountiful» [Granovetter 1984: 327–329].

понятным, какие группы больше всего выигрывают от роста компании. Так, развитие организации не обязательно предполагает равенство шансов в продвижении для всех групп – скорее оно является катализатором для уже устоявшихся в данной организации способов продвижения.

Продвижение конкретного работника практически всегда затрагивает позиции других членов организации, т.е. оно не осуществляется изолированно, как это предполагается в теории человеческого капитала. Не всегда инвестиции в образование дают мгновенную отдачу – должна существовать возможность для продвижения, которая зависит от положения коллег, руководителей и подчиненных. Х. Уайт утверждает, что возможность продвижения распространяется по цепочке: чей-то выход на пенсию или создание нового рабочего места открывает вакансию, и кто-то ее занимает. В результате, на предыдущем рабочем месте тоже открывается вакансия, и на нее приходит еще один человек, и т.д. Цепочка вакансий [chain of vacancies] заканчивается, когда какая-либо из позиций занимает индивидом, который прежде не работал, или когда освободившуюся позицию решено оставить незаполненной [White 1970; цит. по: Грановеттер 2004а: 387]. Таким образом, очевидно, что *демографические характеристики хозяйственной организации* также влияют на карьерное продвижение ее сотрудников. Так, размер когорты в организации в соотношении с размером других когорт значимо влияет на вероятность в продвижении – представители менее многочисленных когорт имеют лучшие шансы на продвижение [Stewman, Konda 1983: 637]. Стаж работников также влияет на распределение вознаграждений внутри компании: в организациях с высокой текучестью кадров при продвижении менеджмент больше ориентируется на срок пребывания в компании, нежели на производительность.

Существует также ряд исследований детерминации уровня дохода со стороны *технологического процесса в хозяйственной организации*. Иными словами, рассматривается связь с содержанием той деятельности, которую выполняют работники. Так, в работе Й. Варди и Т. Хаммера выделяется три различных типа технологий – длиннозвенные [long-linked], опосредованные [mediating] и интенсивные [intensive]. В компаниях, использующих первый тип технологии (например, конвейерные производства), более распространены горизонтальные перемещения, так как работники по большей части взаимозаменяемы. Два других типа технологии предполагают восходящее продвижение, однако разного рода. Опосредованные технологии использующиеся, например, в государственных учреждениях или организациях сферы услуг, «размывают» личный вклад каждого работника в общий продукт и производительность компании, вследствие чего все большую роль в оценке и продвижении работника начинают играть соответствие формальным требованиям, рекомендации и «блат». Интенсивные технологии, использующиеся, к примеру, в исследовательских лабораториях, являются сложными и нешаблонными. Работники взаимозависимы, необходимо обладание специализированным профессиональным знанием, соответственно, на продвижение больше влияют личные качества и способности [Vardi, Hammer 1977: 622–628]. По сути, в зависимости от используемой технологии, в организации выстраивается своя система контроля и продвижения. В частности, в компаниях, использующих опосредованный тип технологии, оценка больше привязана не к производительности работника (ее вообще сложно измерить), а к коллективным представлениям об эффективности. Более подробно мы рассмотрим этот вопрос во второй части работы.

Существование *профсоюзов* и других организованных групп интересов в рамках *хозяйственной организации* также является важным фактором в определении уровня вознаграждений. Ввиду того, что существует достаточно тесная связь размера организации, используемой технологии и наличия профсоюзов, то сложно выделить их прямое влияние. При этом сами профсоюзы, как и компании, различаются по размеру, демографическим параметрам, структуре и пр. Существует два основных представления о роли профсоюзов и их влиянии на воспроизводство неравенства. С точки зрения концепции «монопольной

власти» [«monopoly power»] профсоюзы стремятся установить уровень заработной платы гораздо выше выдаваемой продуктивности, тем самым усиливая неравенство между привилегированными и непривилегированными группами работников. В концепции же «коллективных переговоров» [«collective voice»] профсоюзы рассматриваются как агенты, которые сглаживают традиционные формы неравенства в оплате на предприятиях. Более высокий уровень заработной платы рассматривается как компенсация за то, что профсоюзы смягчают трудовой конфликт на предприятии и обеспечивают стабильность управления [Freeman, Medoff 1979: 70–74].

Большое значение для уровня оплаты и скорости продвижения имеет *среда*, в которой оперирует *хозяйственная организация*. Многие исследователи понимали под окружающей средой, прежде всего, отрасль промышленности. Однако отраслевой анализ не «схватывает» тонких отличий в практиках вознаграждения и продвижения, которые существуют в организациях. Гораздо плодотворнее рассматривать те аспекты окружения организации, которые напрямую влияют на интересующие нас параметры. Наиболее очевидный из них – географическое местоположение организации, которое ограничивает рынки труда и навязывает те практики трудоустройства, которые традиционно приняты в данной местности. Фирмы-конкуренты из одного и того же региона очень часто имеют схожие принципы кадровой политики и продвижения. Кроме того, в одной и той же местности очень часто циркулирует одна и та же информация о вакансиях, оплате, специфике работы на предприятиях, которая может влиять на кадровые процессы внутри компаний [Baron 1984: 48–49]. Отношение «организация-окружение» наиболее плодотворно анализируется в рамках двух подходов – популяционной экологии и теории ресурсной зависимости. Первый рассматривает процесс приспособления различных типов (популяций) организаций к окружающей среде. При этом используется прямая параллель с естественным отбором в биологии – цели, структура, технология и ресурсы организации должны соответствовать требованиям окружающей среды (общая рыночная ситуация, правила государственного регулирования и пр.), иначе она рискует «вымереть», подобно динозаврам.

Среда имеет прямое влияние и на кадровую политику, и на внутриорганизационные процессы, которые трансформируются для того, чтобы к ней приспособиться [Aldrich, Pfeffer, 1975: 79–81]. В рамках теории ресурсной зависимости организации предоставлена бóльшая свобода – она может трансформировать и активно преобразовывать ту среду, в которой она существует. Основное внимание уделяется различным группам влияния и интересов, которые окружают данную конкретную организацию, исследуются процессы взаимодействия с различными агентами (например, это могут быть государственные органы, конкуренты, деловые ассоциации) и их влияние на кадровую политику.

Кроме того, ряд исследований посвящен изучению того, как кадровая политика организации реагирует на технологическую и рыночную неопределенность. Так, высшие руководители в организации должны обладать образованием и навыками, которые не только являются ключевыми для управления технологическими процессами, но также наилучшим образом осуществляют связь организации с окружающей ее средой [Baron 1984: 52]. Например, для успешности высокотехнологичных компаний очень важным является включенность в сети НИОКР. Эффективная коммуникация внутри таких сетей становится возможной за счет профессионального понимания сути деятельности других агентов, а также адекватных интерпретаций тех или иных технологических проблем. Иными словами, работники этих компаний должны обладать общими для этой среды когнитивными схемами, которые формируются на основе полученного образования и практического опыта исследований [Чириков 2007: 70–73].

Таким образом, анализ исследований влияния различных параметров хозяйственной организации на уровень оплаты, характер продвижения работников и кадровую политику в целом, показал, что организации едва ли являются полностью рационализированными

структурами, в которых отбираются и вознаграждаются самые лучшие и продуктивные, как это предполагается в теории человеческого капитала. Удивление и недоумение, которое мы порой испытываем, столкнувшись с некомпетентностью людей, занимающих достаточно высокие посты, – лишнее тому подтверждение.

Тем не менее сравнительный анализ характеристик различных организаций не дает нам полного понимания логики, согласно которой формируются иерархии и определяются механизмы отбора, продвижения и установления размера заработной платы в организации. Мы можем лишь зафиксировать, что эти механизмы чувствительны к изменениям различных параметров организации – размера, темпов роста, демографии, технологии и пр., но ничего не можем сказать об их (механизмов) внутренней структуре и о том, каким образом они осуществляются. Эти феномены могут быть продуктивно проанализированы в рамках концепции внутренних рынков труда и теории установления соответствия между работником и рабочим местом.

2. Внутренний рынок труда в действии

Внимание к роли организационных структур и их влиянию на уровень вознаграждения в какой-то степени стало следствием признания неоднородности структуры заработной платы. Согласно Дж. Данлопу, уровень вознаграждения для конкретной должности существует только в соотношении с уровнем заработной платы для аналогичных должностей, как на внутри-, так и на межфирменном уровне. Ряд рабочих мест объединяются в кластеры [job-clusters] на основании схожести их характеристик на рынке, использования одних и тех же свойств рабочей силы, а также традиций в организации рынка труда. При этом для должностей внутри кластера устанавливается одинаковый уровень оплаты труда [Dunlop 1957: 131; цит. по: Granovetter 1994: 375]. Таким образом, стало очевидным существование неэкономических механизмов оплаты и распределения рабочей силы, что привело к «открытию» в начале 1970-х годов *внутренних рынков труда*. В отличие от внешних, конкурентных рынков, внутренние регулируются административными нормами и правилами, на них существуют свои стандарты найма, продвижения и уровня заработной платы, которые вовсе необязательно связаны с производительностью работника [Doeringer, Piore 1971: 1–2; цит. по Granovetter: 1994: 375].

Однако, несмотря на то что само это понятие уже прочно вошло в социологический и экономический лексикон, до сих пор нет согласия не только относительно роли и функций внутренних рынков труда, но и их концептуализации. Существует несколько различных подходов к определению и измерению внутренних рынков труда. Первый (его можно условно назвать классическим) предполагает рассматривать все должностные позиции внутри организации как целое – эти позиции и составляют внутренний рынок труда. За единицу анализа берется фирма, внутренний рынок труда конституируется единой бюрократической системой контроля, административными правилами, регулирующими порядок найма, продвижения, увольнения, оплаты труда. Предполагается также, что внутри одного предприятия существуют единые нормы и правила, которые определяют происходящие процессы [Althauser 1989: 144–145]. Отдельное направление исследований посвящено изучению того, в какой степени предприятия используют для найма и продвижения внутренний рынок труда. Так, в исследовании предприятий в районе залива в Сан-Франциско, проведенном Дж. Пфедфером и У. Коэном, степень задействованности внутреннего рынка труда измерялась по семи индикаторам. Основную часть из них составляли показатели заполнения рабочих мест (например, большинство мест должно заполняться изнутри, а начальные позиции – не требовать опыта работы) и продвижения внутри фирмы (например, большинство работников хотя бы раз должны были повысить по службе в течение 5 лет, неквалифицированные работники должны часто повышаться до полуквалифицированных и пр.) [Pfeffer, Cohen 1984: 551–552]. В рамках еще одного подхода

внутренний рынок труда связывается с определенными группами или кластерами рабочих мест, которые выделяются на предприятии. Соответственно, на одном предприятии может существовать не один, а несколько внутренних рынков труда; например, рынок труда управленцев, клерков или рабочих различаются как по внутренним нормам, так и по условиям и механизмам продвижения. Исследователи же концентрируют внимание на различиях в этих механизмах между кластерами рабочих мест – «профессиональными карьерными лестницами» [«occupational career ladders»] на внутренних рынках труда [Althausen 1989: 147].

Существуют также разные точки зрения относительно роли и функций внутренних рынков труда. Экономисты отмечали эффективность внутренних рынков труда по сравнению с конкурентными рынками. С усилением технологического прогресса и разделения труда работник становится монопольным обладателем уникальных знаний и навыков, необходимых в процессе производства конкретного продукта. Внутренние рынки труда позволяют экономить на издержках обучения непосредственно на рабочем месте, соблюдать «гармонию» между рабочими, необходимую ввиду технологической взаимозависимости. Помимо этого внутренний рынок труда устанавливает необходимое соответствие между появляющимся в краткосрочном периоде различием в производительных возможностях работника и их оплате [Williamson et al. 1975: 269–276]. Для неомарксистов внутренние рынки труда рассматриваются как способ контроля рабочей силы со стороны капиталистов, которые возводят между работниками искусственные барьеры (как административные, так и этнические, гендерные, расовые), мешающие объединению рабочего класса. Рабочий принимает бюрократические правила игры и начинает ориентироваться на достижение «статуса» и места в иерархии, конкурировать с другими рабочими вместо того, чтобы реализовывать свои коллективные интересы [Marglin 1974: 108–110].

Однако остается непонятным, как на внутреннем рынке труда и при принятии на работу устанавливается соответствие между конкретным человеком, должностью и уровнем заработной платы? Изначально были предложены два основных механизма – wage competition (конкуренция за заработную плату) и vacancy competition (конкуренция за свободные рабочие места).

Первый подход основан на концепции человеческого капитала и предполагает, что человек получает рабочее место и вознаграждение в соответствии с теми личными характеристиками и профессиональными навыками, которыми он обладает. При этом его продвижение в рамках организации осуществляется на тех же основаниях – добавляется лишь специфика производства конкретного продукта, освоение которой – еще один вид инвестиций в человеческий капитал. Это объясняет тот факт, почему длительность пребывания в организации является одним из факторов продвижения: работник с большим стажем овладел всеми тонкостями производства и должен быть переведен на более высокую ступень, где он может передавать свое мастерство более молодым коллегам, приобщая их к специфике конкретной организации. Тем самым повышается общая эффективность работы организации, так как в процессе конкуренции за более высокий уровень заработной платы (wage competition) наверху оказываются самые производительные и достойные. При этом на внутреннем рынке оценка производительности более точна, так как результаты можно измерить непосредственно в процессе работы.

Второй подход проистекает из признания взаимозависимости между должностными позициями, которая обусловлена техническим разделением труда и административными нормами. Позиции формируются, в том числе, и в сравнении друг с другом: определяется сфера ответственности каждой, как должно происходить взаимодействие и какой должен быть уровень зарплаты. Эти характеристики привязаны к «ключевым должностям» [«key jobs»] – своеобразным эталонам, изменения в характеристиках которых (например, в уровне оплаты труда) приводит к изменениям характеристик остальных должностей [Dunlop 1957,

цит. по Granovetter 1994: 376]. Ключевыми становятся должности, которые являются более или менее устойчивыми, специфичными не только для данной организации, желанными для многих работников. В соотношении с такими должностями выстраиваются остальные, периферийные виды должностей. Размер заработной платы, таким образом, определяется не производительностью индивида, а тем, какую позицию он занимает, конкуренция же происходит за право занять лучшее место из свободных (*vacancy competition*). Процесс установления соответствия осуществляется посредством *трудоустройной очереди* [*labor queue*] – индивиды выстраиваются в том порядке, по которому работодатель посчитает нужным их выстроить, исходя из наибольшего соответствия целям организации. При этом очередь устроена по принципу лотереи – в силу того, что изменяется и состав очереди, и состав имеющихся позиций, люди со сходными характеристиками могут занимать совершенно различные должности, а люди с различными характеристиками – одинаковые должности. «Не люди ищут подходящую должность, скорее должность ищет... подходящих людей» [Sørensen, 1994: 443–445]. Хорошей иллюстрацией этой теории конкуренции за свободные места может послужить советская система распределения кадров.

Таким образом, продвижение работника на внутреннем рынке труда происходит либо на основании увеличения личной производительности, которую можно измерить непосредственно, либо на основании удачного местоположения в трудовой очереди, соответствия критериям имеющейся свободной позиции. Однако позиции не возникают «объективно», люди часто монополизуют позиции и их наименование, создавая их «под себя». Есть масса должностей, существующих в единственном числе и стирающих, таким образом, отличие между характеристиками позиции и человека, ее занимающего. Позиции в организации, таким образом, не существуют вне отношений людей. Концепция продвижения на основе только личных характеристик несовместима с результатами исследований зависимости характеристик организации и уровня оплаты – в разных организациях одной сферы один и тот же человек может занимать разное положение, хотя и обладает, казалось бы, одинаковой производительностью. Обе указанные интерпретации игнорируют тот факт, что связанные с продвижением оценки и действия *укоренены в социальной структуре*, сформированной в рамках данной хозяйственной организации [Грановеттер 2004 б: 131]. Принятие тезиса об укорененности фокусирует наш исследовательский интерес на том, как социальные отношения и структуры обуславливают внутренние решения организации по поводу ее сотрудников.

Так, рассмотрим оценку производительности. Очевидно, что люди, отвечающие в организации за продвижение, не могут постоянно оценивать производительность работников (либо потому, что не находятся в постоянном контакте с этими работниками, либо потому, что такая оценка возможна только в особых ситуациях) и вследствие этого полагаются на выборочные оценки. На ранних этапах общее число замеров будет невелико, а потому общее впечатление о качестве труда работника будет отклоняться в хорошую или плохую сторону, за чем следует либо повышение, либо увольнение. С увеличением времени пребывания в организации, замеров становится больше, причем и «плохих», и «хороших», представление о возможностях работника сглаживается, вследствие чего у него становится меньше шансов как на быстрое продвижение, так и на увольнение [March, March 1978: 449–451]. Несмотря на то что в качестве базовой предпосылки данного подхода лежит не совсем реалистичное представление о том, что все способности работников «плавают» в среднем диапазоне, он позволяет продемонстрировать сложность непосредственного измерения производительности работника.

При этом зачастую дело не в технической сложности этого измерения – производительность труда отдельных работников тесно вплетена в сеть их отношений с другими работниками, в которой происходят неформальные обмены, существуют властные отношения, феномены привязанности. Здесь показательна история с чернокожим рабочим на химическом заводе, описанная М. Долтоном:

«...по принципу выслуги лет он должен был быть повышен по службе и допущен к управлению сложным оборудованием, при этом у него был опыт работы с аналогичными, хотя и менее сложными машинами. Однако все белые рабочие в группе, в которую он попал бы в результате такого продвижения, выступили против, не желая создавать подобный “прецедент”. Рабочий подал жалобу в профсоюз, она была удовлетворена, и ему предложили повышение, однако сообщили при этом, что он будет предоставлен “исключительно” самому себе и будет “сам целиком нести всю ответственность за работу”. Это означало, что он не получит обычной поддержки, оказываемой на начальном этапе тем, кто приходит на эти позиции. Производство в этом подразделении было опасным, ядовитыми были и выпускаемая продукция, и используемые в процессе производства вещества: они могли воспламениться или взорваться, а вдыхание паров могло привести к летальному исходу. В результате рабочий отказался от продвижения» [Dalton, 1959: 128–129; цит. по Грановеттер 2004а: 389–390].

В этом случае производительность являлась не индивидуальной характеристикой рабочего, а результатом структуры социальных отношений, в которой фигурировали как экономические, так и неэкономические факторы. Кроме того, в этой структуре могут существовать свои неформальные нормы производительности, которые формируются относительно независимо от устанавливаемых стандартов.

Зачастую, не имея возможности оценить производительность работника, работодатель вынужден полагаться на различные «сигналы», которые свидетельствует о возможностях данного индивида. Это могут быть какие-либо аскриптивные черты, образование, стаж работы и пр. Так, знания и представления (даже стереотипные) о тех или иных качествах различных этнических групп и том, насколько эти качества способны повредить рабочему процессу, могут послужить препятствием для продвижения представителя этой этнической группы, даже если он более производителен. Эффективность образовательных «сигналов», указывающих на определенный уровень производительности работников, но необязательно его повышающих, отмечалась экономистами [см. Granovetter 1994: 378]. Однако еще большее влияние здесь имеет тот факт, что образование, полученное в конкретном учебном заведении, «включает» индивида в специфическую сеть контактов, причем эта включенность при трудоустройстве и продвижении является более важной, чем просто наличие диплома. Иными словами, свои «протаскивают» своих. Практически тот же принцип работает при продвижении на основе выслуги лет: работники с большим стажем могли за годы своей службы занять ключевые позиции в сетях политического влияния и коалициях на рабочих местах, чтобы оказаться полезными тем, от кого зависит продвижение. «Менеджеры, принимающие решение о продвижении, не просто ищут таланты, но руководствуются и политическими соображениями, стремясь подобрать индивидов, которые будут поддерживать их интересы и следовать их указаниям» [Грановеттер 2004а: 386].

Подобные механизмы кадровой политики и продвижения были названы Р.М. Кантер «гомосоциальным воспроизводством», которое основано на представлении о том, что если у работника будут схожие характеристики (пол, раса, социальное происхождение, семейный статус и пр.), то ему можно доверять, общение и работа с ним будет легким [Epstein 1979: 570–572]. Гомосоциальное воспроизводство ведет к дискриминации различных групп на внутреннем и внешнем рынках труда. Как один из механизмов набора и продвижения, гомосоциальное воспроизводство зависит от демографических характеристик организации. Однако в отличие от рассмотренного в первой части механизма «цепочки вакансий», который предполагает, что продвижению препятствует лишь наличие людей на конкретных позициях и неважно, что это за люди и как они взаимодействуют друг с другом, указанный механизм объясняет, на каких основаниях осуществляется отбор. Эти основания зависят от социальных характеристик и соотношения различных когорт в организации.

Таким образом, если рассматривать процесс продвижения и установления размера заработной платы как укорененный в социальной структуре организации, можно проследить, как происходит процесс формирования неравенства людей по доходам, какие внутриорганизационные механизмы лежат в его основе. При этом воспроизводство

гомосоциальной среды – лишь один из возможных механизмов, конкретные практики внутри организации могут иметь более сложную структуру.

Заключение

В данной работе были рассмотрены различные характеристики организации и внутриорганизационные процессы, которые влияют на формирование неравенства людей по доходам. На основании анализа предыдущих исследований мы выяснили, что ряд характеристик организации (ее размер, рост, демографические характеристики, используемые технологии, наличие профсоюзов и внешняя среда) непосредственно влияют на то, как в организациях реализуется механизм продвижения и устанавливается уровень заработной платы. Применение концепции М. Грановеттера о социальной укорененности экономического действия к оценкам и действиям по продвижению внутри организации дает возможность лучше понять ту логику, согласно которой формируются иерархии, определяются механизмы отбора, продвижения и установления размера заработной платы. Подобная исследовательская «оптика» позволяет нам не сводить эту логику ни к представлениям об организации как о месте, где разворачивается свободная конкуренция между работниками на основе их производительности, ни к представлению об организации как о жесткой структуре позиций, которая управляет всеми внутренними процессами. Принятие тезиса об укорененности позволяет нам рассматривать организацию как динамически развивающуюся и воспроизводящую структуру, в рамках которой происходит противостояние различных экономических и социальных сил и вырабатываются определенные способы координации. В результате такой координации выстраиваются организационные иерархии, которые непосредственным образом влияют на распределение вознаграждений в обществе.

Конечно, неверно было бы утверждать, что это неравенство формируется и воспроизводится исключительно на уровне организации или является независимым как от индивидуальных характеристик людей, так и от более крупных институциональных образований. Однако большинство стратификационных исследований при изучении неравенства по доходам игнорируют те внутриорганизационные процессы, которые его обуславливают. Наша задача заключалась в том, чтобы продемонстрировать, что это могут быть за процессы, как они могут разворачиваться и какую связь они могут иметь с характеристиками организации. Создание исследовательской методологии и включение ее в корпус стратификационных исследований – следующий шаг в развитии данного направления. Нами был показан один из заходов на изучение внутриорганизационных структур, продуктивный, но, возможно, не самый совершенный, особенно применительно к исследованиям стратификации. В конкретных эмпирических исследованиях могут быть разработаны другие способы, для того чтобы проследить связь между организацией и неравенством. Отдельную проблему представляет концептуализация самого понятия «организация», определение ее границ и структуры. Для задач настоящей работы мы сознательно не затрагивали данный аспект, однако он, безусловно, является важным для разработки методологии исследования. С появлением новых форм организаций (например, виртуальных, сетевых) и занятости эта задача представляется особенно актуальной – границы организации размываются, и уже сложно однозначно установить ее влияние. Еще одна важная проблема – рассмотрение неформальных внутриорганизационных механизмов регулирования неравенств. Эти механизмы поддерживают складывающуюся систему власти в организации и определенным образом взаимодействуют с формальными структурами в рамках организации. Указанные механизмы играют особую роль в условиях трансформации, когда еще не успели сложиться внутренние рынки труда. Подробное рассмотрение указанных проблем может стать предметом дальнейших исследований.

Литература

- Грановеттер М.* Социологические и экономические подходы к анализу рынка труда: социоструктурный взгляд // Западная экономическая социология: Хрестоматия современной классики / Сост. и науч. ред. В.В. Радаев; пер. М.С. Добряковой и др. М.: РОССПЭН, 2004 [a]. С. 369–399.
- Грановеттер М.* Экономическое действие и социальная структура: проблема укорененности // Западная экономическая социология: Хрестоматия современной классики / Сост. и науч. ред. В.В. Радаев; пер. М.С. Добряковой и др. М.: РОССПЭН, 2004 [b]. С. 131–158.
- Чуриков И.С.* Роль технопарков и бизнес-инкубаторов в формировании социальных сетей в инновационном малом предпринимательстве / Выпускная квалификационная работа. ГУ–ВШЭ. М., 2007.
- Aldrich H., Pfeffer J.* Environments of organizations // *Annual Review of Sociology*. 1976. Vol. 2. P. 79–105.
- Althausen R.* Internal Labor Markets // *Annual Review of Sociology*. 1989. Vol. 15. P. 143–161.
- Baron J., Bielby W.* Bringing the Firms Back in: Stratification, Segmentation, and the Organization of Work // *American Sociological Review*. 1980. Vol. 45. No. 5. P. 737–765.
- Baron J.* Organizational Perspectives on Stratification // *Annual Review of Sociology*. 1984. Vol. 10. P. 37–69.
- Blau P., Duncan O.T.* The Process of Stratification // *Social Stratification: Class, Race, and Gender in Sociological Perspective*. 2nd ed. / Ed. by D. Grusky. Oxford: Westview Press, 2001. P. 390–403.
- Burawoy M.* Social Structure, Homogenization, and 'The Process of Status Attainment in the United States and Great Britain // *American Journal of Sociology*. 1977. Vol. 82. No. 5. P. 1031–1042.
- Dalton M.* Men Who Manage. N.Y.: Wiley, 1959.
- Doeringer P., Piore M.* Internal Labor Markets and Manpower Analysis. Lexington: Heath Lexington Books, 1971.
- Dunlop J.* The Task of Contemporary Wage Theory // *New Concepts in Wage Determination* / Ed. by G. Taylor, F. Pierson. N.Y.: McGraw-Hill, 1957. P. 128–131.
- Epstein C.* Review of: *Kanter R.M. Men and Women of the Corporation* (N.Y.: Basic Books, 1977) // *Signs*. 1979. Vol. 4. No. 3. P. 570–572.
- Freeman R., Medoff J.* The two faces of unionism // *Public Interest*. 1979. Vol. 57. P. 69–93.
- Granovetter M.* Small is Bountiful: Labor Markets and Establishment Size // *American Sociological Review*. 1984. Vol. 49. No. 3. P. 323–334.
- Granovetter M.* Toward a Sociological Theory of Income Differences // *Social Stratification: Class, Race, and Gender in Sociological Perspective* / Ed. by D. Grusky. Oxford: Westview Press, 1994. P. 390–403.
- Hedström P.* Structures of Inequality: A Study of Stratification within Work Organizations. Kristianstad: Kristianstadads Boktryckeri AB, 1988.
- Horan P.* Is Status Attainment Research Atheoretical? // *American Sociological Review*. August 1978. Vol. 43. No. 4. P. 534–541.
- March J., March J.* Performance sampling in Social Matches // *Administrative Science Quarterly*. 1978. Vol. 23. P. 434–453.
- Marglin S.* What do bosses do? The Origins and Functions of Hierarchy in Capitalist Production // *Review of Radical Political Economy*. 1974. Vol. 6. P. 60–112.
- Pfeffer J., Cohen, Y.* Determinants of Internal Labor Markets in Organizations // *Administrative Science Quarterly*. 1984. Vol. 29. No. 4. P. 550–572.
- Rosenbaum J.* Organizational Career Mobility: Promotion Chances in a Corporation during Periods of Growth and Contraction // *American Journal of Sociology*. 1979. Vol. 85. No. 1. P. 21–48.
- Sewell W., Haller A., Portes A.* The Educational and Early Occupational Attainment Process // *American Sociological Review*. 1969. Vol. 34. No. 1. P. 82–92.
- Sørensen A., Kalleberg A.* An Outline of a Theory of the Matching of Persons to Jobs // *Social Stratification: Class, Race, and Gender in Sociological Perspective* / Ed. by D. Grusky. Oxford: Westview Press, 1994. P. 438–446.
- Stewman S., Konda S.* Careers and organizational labor markets: Demographic models of organizational behavior // *American Journal of Sociology*. 1983. Vol. 88. No. 4. P. 637–685.
- Stolzenberg R.* Bringing the Boss Back In: Employer Size, Employee Schooling, and Socioeconomic Achievement // *American Sociological Review*. 1978. Vol. 43. No. 6. P. 813–828.
- Vardi Y., Hammer T.* Intraorganizational mobility and career perceptions among rank and file employees in different technologies // *Academy of Management Journal*. 1977. Vol. 20. P. 622–634.
- White H.* Chains of Opportunity: System Models of Mobility in Organizations. Cambridge: Harvard University Press, 1970.
- Williamson O., Wachter M., Harris J.* Understanding the Employment Relation: The Analysis of Idiosyncratic Exchange // *Bell Journal of Economics*. 1975. Vol. 6. No. 1. P. 250–278.

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ОБЗОРЫ

А.А. Куракин

СЕРИЯ «РУССКОЕ ЗАРУБЕЖЬЕ: СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ МЫСЛЬ»



КУРАКИН

Александр Александрович – научный сотрудник Лаборатории экономико-социологических исследований ГУ– ВШЭ.

Email: chto-delat@yandex.ru

Мы начинаем знакомить читателей журнала с серией книг «Русское зарубежье: социально-экономическая мысль»¹. Первая книга этой серии вышла уже довольно давно – в 2005 г. Однако мы решили подождать, когда будет издано хотя бы несколько работ, чтобы отзывы выходили без больших разрывов во времени. Книги издавались медленно, хотя это всего лишь переиздания, в крайнем случае – переводы (если на русском языке оригинала не существует). На данный момент издано только три книги², однако дальше ждать уже решительно невозможно. В этот раз мы расскажем об этой серии в целом, а в дальнейшем будем давать отзывы на отдельные книги, вышедшие в рамках серии.

Итак, в серии «Русское зарубежье» издаются работы российских обществоведов, живших в эмиграции. Это переиздания их основных трудов, вышедших за рубежом (зачастую опубликованных в издательствах русской эмиграции). Как уже говорилось, это могут быть не просто переиздания, но переводы: некоторые работы печатались на иностранных языках, ведь многие ученые-эмигранты работали в зарубежных университетах и вполне успешно встроились в научные сообщества принимающих стран. Основная цель серии «Русское зарубежье» – сделать эти работы более доступными для российского читателя. Хотя справедливости ради надо сказать, что будучи изданными, книги данной серии с неизбежностью сразу же становятся редкостью из-за крайне незначительного тиража. Как водится, большая часть тиража распространяется среди своих.

У переизданий серии «Русское зарубежье» есть еще одна черта – оригинальные тексты снабжаются «научным сопровождением». Каждое издание содержит вступительную статью авторитетного ученого в соответствующей области (причем, действительно хорошую, не для галочки), приводятся биографические сведения о публикуемом авторе (составление

¹ Проект реализуется Центром современной политической экономики Института экономики РАН, грант РГНФ № 06-02-00200а.

² Билимович А.Д. Кооперация в России до, во время и после большевиков. М.: Наука, 2005; Билимович А.Д. Экономический строй освобожденной России. М.: Наука, 2006; Маслов С.С. Колхозная Россия. История и жизнь колхозов. М.: Наука, 2007.

биографии – отдельная нелегкая работа, так как в структурированном виде материал найти не всегда удается), наконец, сам текст снабжен комментариями для облегчения их восприятия современными читателями.

Под фразой «социально-экономическая мысль», указанной в названии серии, скрывается очень пестрая компания обществоведов³. Тут вам и экономисты, и социологи, и историки, и философы, и политики. Они интересовались разными темами, писали по-разному, имели разные убеждения. Как справедливо замечено в предисловии к серии, «эти ученые отнюдь не стали дружным станом единомышленников». Конечно, многие друг с другом общались, сотрудничали, издавались в одних сборниках, но никакого сообщества не было и в помине. К тому же стоит учитывать, что среди эмигрантов кого только не было: монархисты, эсеры, меньшевики, анархисты, большевики и т.п. Многие друг с другом прямо-таки на ножах. Поэтому дежурная фраза о том, что их все же нечто объединяет (помимо общей родины и эмигрантской доли), здесь вряд ли уместна.

Вообще, чуть-чуть погрузившись в эмигрантскую литературу (я составлял комментарии к двум вышедшим книгам), вскоре начинаешь испытывать смешанное чувство недоумения и жалости. Читая официальные документы одной эмигрантской организации (не буду говорить какой), вскоре понимаешь, что всё, чем она занималась – это меняла названия. Эти организации не имели ни малейшего шанса достичь хоть какой-нибудь второстепенной цели. В политическом плане они были обречены. Да и политические воззрения многих эмигрантских организаций мне далеко не близки. Не секрет, что во время войны некоторые поддержали Германию – лишь бы сбросить ненавистных большевиков. Да и портреты Власова на некоторых уже послевоенных официальных документах эмигрантских объединений вызывают неоднозначные чувства. С другой стороны, нельзя не посочувствовать этим людям. Их коленом под зад выкинули из страны, лишили родного угла, т.е. того, чего не заменишь никаким бытовым комфортом (который, кстати, был далеко не у всех). Попробуй тут не обозлишься на властителей твоего отечества. Однако за что действительно надо сказать «спасибо» эмигрантским объединениям, так это за издательскую деятельность. Достаточно лишь упомянуть издательства «Посев» и УМСА-Press.

Среди авторов, работы которых планируется издать, есть известные имена – П.А. Сорокин, П.Н. Милуков, П.Б. Струве, С.Н. Булгаков, Н.А. Бердяев. В содержательном смысле уже полный винегрет, не правда ли? Мне точно не известно, что именно планируется издавать у этих «зубров», но работы многих из них и так периодически переиздаются. Возможно, это будут «раритетные» произведения. А они, по всей видимости, есть. Сидя в библиотеке-фонде «Русское зарубежье» (что на Таганке), я лично наткнулся на такие статьи в совершенно неизвестных эмигрантских сборниках, отпечатанных где-то в Восточной Европе (точно уже не помню, где именно они напечатаны и чьи именно это статьи). Напечатать их стоит, пока не поздно: качество бумаги порой бывает таким плохим, что она крошится в руках (листья их просто страшно).

И все же куда интереснее менее известные имена, которых в этой серии предостаточно. Посмотрев в предисловии на полный список авторов, я обнаружил, что не только не читал работ большинства из них, но даже фамилий многих из них отродясь не слыхивал. Естественно, что их работы эмигрантского периода никогда не издавались в России и в

³ Редколлегией серии заявлен следующий состав авторов: Алексеев Н.Н., Анцыферов А.Н., Билимович А.Д., Бернадский М.В., Бородаевский С.В., Бруцкус Б.Д., Булгаков С.Н., Бердяев Н.А., Бунаков И.И., Бунатян М.А., Вернадский Г.В., Вишняк М.В., Войтинский В.С., Вышеславцев Б.П., Гинс Г.К., Емельянов И.В., Загорский С.О., Зайцев К.И., Зворыкин Н.Н., Иванцов Д.Н., Ижболдин Б.С., Кон С.С., Косинский В.А., Маршак Я., Марков А.П., Маслов С.Л., Маслов С.С., Милуков П.Н., Пешехонов А.В., Прокопович С.Н., Радченко Г., Сорокин П.А., Струве П.Б., Степун Ф.А., Тимашев Н.С., Тотомиянц В.Ф., Федотов Г.П., Чернов В.М., Чупров А.А., Щербина Ф.А., Югов А.М.

лучшем случае долгое время лежали в «спецхранах» центральных библиотек. К тому же, некоторых работ на русском языке нет вообще. Уже хотя бы поэтому издание их трудов – дело важное и нужное.

Но ограничивается ли значение издаваемых работ только малоизвестностью их авторов? По принципу – чтоб было. Издали и забыли. Ведь большинство этих авторов неизвестны не только у нас – их не особо знают и на Западе. Почти никто из них не оставил существенного следа в мировой науке, включая упомянутых выше «зубров». Сорокина оставим в покое – классик он и есть классик. И хотя многие из наших эмигрантов успешно работали в западной академической среде, в большинстве случаев о реальном теоретическом вкладе в мировую обществоведческую мысль говорить не приходится.

На мой взгляд, остается один момент, который не может не вызвать интереса – большинство авторов пишут о России (Советском Союзе). Это взгляд извне в то время, когда изнутри что-либо живое прорастало с огромным трудом. Хотя и здесь нельзя такую разношерстную компанию мерить одним аршином. Ведь некоторые работы носили сугубо теоретический характер и были абсолютно в стороне от течения истории.

Также стоит помнить, что во многих случаях это были видные представители дореволюционной науки, одни из лучших наших соотечественников на тот момент. Да, переворотов в науке они не делали, но это лучшее, что у нас тогда было. Не делая из этих людей идиологов и не заводя, по-моему, пустые разговоры о западных теориях, якобы непригодных для наших палестин (с неизбежным выводом о том, что национальные общественные науки надо строить на базе собственных классиков), необходимо трезво оценить труды этих ученых. Лично меня в восторг пока не привела ни одна из вышедших книг. Кое-что понравилось больше, кое-что меньше.

Есть и еще один, пожалуй второстепенный, момент. Это язык, которым написаны работы. Не у всех, но у многих в стиле изложения остается самобытность. Сразу видно – писал «наш чувак». С другой стороны – это «иной наш», из другого мира, по ту сторону зеркального стекла. Я помню, что когда читал А.В. Чаянова и знакомился с некоторыми работами Б.Д. Бруцкуса, я удивился тому, как непривычно хорошо читаются их тексты. Не в том смысле, что они просты до наивности (чего-чего, а этого-то как раз там быть не могло), а в том, что текст гладкий, без традиционных сучков и колдобин, присущих текстам в общественных науках сегодня. Это какой-то другой язык, сквозь который еще проглядывает классический русский роман. При этом не страдают строгость изложения и специальная терминология. Нам, праправнукам крепостных крестьян, испорченных оруэлловским новоязом советского периода, читая строки дореволюционных авторов, остается только шмыгать носом и тереть чумазые физиономии (говоря это, я прежде всего смотрю в зеркало). Тот «имперский» язык и стиль уже не вернуться. Опять же, такое эстетическое удовольствие остается отнюдь не от всех эмигрантских текстов, тем более, что в случае перевода почти все стилевые особенности теряются (главным образом потому, что автор писал не на родном языке).

Ну хорошо – переиздали что-то малоизвестное из Сорокина или Бердяева. К качеству авторов в этом случае претензий будет немного (заслуженные люди все-таки). Но при чем здесь экономическая социология? Правильный ответ – ни при чем. Ни один из авторов, издаваемых в рамках серии «Русское зарубежье», экономсоциологом не является. Но мне кажется, что эта серия в целом может быть довольно полезна и экономсоциологам. И прежде всего тем, что освещает некоторые стороны российской истории. А эта история, как мне представляется, очень мало осмысленна отечественными экономсоциологами. Ведь историей не должны заниматься только историки: у них свои задачи, у нас – свои.

Осмысление истории является ключевым моментом как минимум по трем причинам. Во-первых, экономическая социология начала складываться во многом благодаря попыткам

классиков осмыслить капитализм. Ну чем не исторический экскурс? У нас своя богатая и драматичная история, при исследовании которой могут возникнуть оригинальные социологические концепции. Почему нет?

Во-вторых, заикленность на злободневности представляется не слишком продуктивной. Зачастую это попытка осмыслить современность, исходя из нее самой. Между тем ведущие современные экономсоциологи часто обращаются к недавней или более отдаленной истории. И это понятно – для каких-либо теоретических обобщений нужен довольно длительный промежуток времени. Например, В. Зелизер в «Социальном значении денег» построила исследование на основе анализа документов – вполне себе работа историка⁴. То же можно сказать и о ее анализе американского рынка страхования жизни⁵. Н. Флигстин в «Трансформации корпоративного контроля» исследует историю (вернее отдельные ее моменты) американской промышленности за последние сто лет⁶. Они используют разные методы, разные подходы к историческому материалу, вообще это представители двух разных, очень непохожих направлений. Но история может осмысляться по-разному. И оба автора приходят в итоге к некоторым теоретическим выводам, уже не привязанным к определенному пространству и времени.

В-третьих, осмысление собственной истории по-видимому является едва ли не единственным способом наконец создать что-то похожее на национальный стиль в социологии. Речь не идет о какой-то особой российской теории в социологии и не о пресловутой адаптации западных теорий к нашим реалиям. Социология, как и любая наука, универсальна. Речь идет именно о стиле, тоне, вкусе, способе постановки вопросов, называйте как хотите. У французов он один, у немцев – другой, у американцев – третий. При этом и первые, и вторые, и третьи являются представителями универсальной по своей природе социологии и прекрасно друг друга понимают. Осмысление собственной истории может дать некоторые понятия, «словечки», которые будут схватывать нашу действительность и которые при этом не будут оторваны от мировой (а по сути – западной) социологической традиции. Ведь на Западе для очень многих явлений есть слова, которые их описывают и за которыми стоят теоретические построения, а не простой здравый смысл. Для этого было потрачено много сил лучших умов. Причем эта логика работает и за пределами обществ Запада. Взять хотя бы понятие неформальной экономики, которое появилось при изучении западными исследователями хозяйств стран третьего мира. Возникнув, оно быстро показало свою универсальность и вскоре стало применяться при исследовании экономики самых что ни есть развитых капиталистических стран. Или, например, Дж. Скотт, изучая крестьянство Юго-Восточной Азии, ввел в оборот понятия «оружие слабых» и «моральная экономика», которые стали универсальными. Если представить, что на месте Скотта оказался бы наш соотечественник, то возможно теперь говорили бы о какой-либо российской социологической школе.

За примерами удачного сотрудничества социолога и историка далеко ходить не надо – есть пример совместной работы Т. Шанина и В.П. Данилова, посвященной крестьянской войне в России 1902–1922 гг.⁷. На мой взгляд, это отличный сплав классного теоретика и классного

⁴ *Зелизер В.* Социальное значение денег: деньги на булавки, чеки, пособия по бедности и другие денежные единицы. М.: ГУ–ВШЭ, 2004.

⁵ *Zelizer V.* *Morals and Markets: The Development of Life Insurance in the United States.* New Brunswick, N.J.: Transaction Books, 1983.

⁶ *Fligstein N.* *The Transformation of Corporate Control.* Cambridge: Harvard University Press, 1993.

⁷ *Шанин Т.* Крестьянские войны в России. 1902–1922 гг. Выступление на аграрном семинаре памяти Виктора Петровича Данилова 4-5 марта 2005 г. // *Крестьяноведение: Теория. История. Современность. Ученые записки.* 2005 г. Вып. 5. М., 2006.

историка-архивиста. С одной стороны, «Неудобный класс», с другой – сборник документов «Советская деревня глазами ВЧК-ОГПУ-НКВД». До теоретических обобщений они так и не дошли, так как в 2004 г. В.П. Данилов умер, но его работа продолжается другими.

Книги, выходящие в рамках серии «Русское зарубежье», как раз интересны своим взглядом на историю нашей страны. Но это не чудодейственное средство – прочитал, и тут же российская социология так и поперла как на дрожжах. Это всего лишь один из источников, с которым нужно работать. Готовых ответов эти работы не дают, но вот помочь поставить вопросы, по-моему, могут.

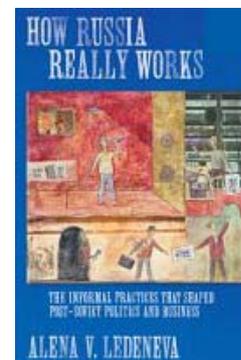
Таким нам представляется значение серии «Русское зарубежье: социально-экономическая мысль». Работы там очень разные, поэтому о каждой из них надо говорить отдельно, чем мы и займемся в следующих номерах журнала.

НОВЫЕ КНИГИ

С.Ю. Барсукова

РОССИЙСКИЕ НЕФОРМАЛЬНЫЕ ПРАКТИКИ: ЭКСПОРТНЫЙ ВАРИАНТ

Рецензия на книгу: *Ledeneva A. V. How Russia Really Works: The Informal Practices That Shaped Post-Soviet Politics and Business. Ithaca: Cornell University Press, 2006.*



БАРСУКОВА

Светлана Юрьевна – д. соц. н.,
профессор кафедры
экономической социологии
ГУ–ВШЭ.

Email: svbars@mail.ru

Что может быть важнее, чем узнать, как реально работает Россия? А именно это, судя по названию, обещала книга Алены Леденевой. Странно было бы пройти мимо.

Не скрою, был и другой источник интереса. *А. Леденева пишет исключительно о России и исключительно для западной аудитории.* Это ее стратегия покорения научного олимпа. Фрагментарные попадания в российские издания – скорее, отклонения от нее. Ее лидерство в этой теме – безусловно. Она – признанный «неформаловед», экскурсовод по неформальным практикам России для западного читателя. Ее слушают по обе стороны океана, на ее книгах учатся студенты ведущих университетов мира. Наверняка, по популярности А. Леденева входит в десятку ведущих социологов мира. Или скоро неизбежно войдет. Отсюда простое человеческое любопытство: что же это за глыба такая? Ведь ровно на той же поляне пасутся толпы российских коллег. Однако же их не расхватывают на цитаты. Знакомство с новой книгой А. Леденевой расставило все по местам. Это аккуратное, щедро приправленное этнографическими подробностями описание отдельных неформальных практик России в строгом соответствии со стилистическими и методологическими канонами западной аудитории. Своего рода экспортный вариант того, что стало общим местом для российских обществоведов. Не завидовать, а учиться надо.

Об антропологии и не только

Эта книга – образец добротной социальной антропологии. От социологии ее отличает принципиальный отказ вскрывать механизмы, порождающие наблюдаемые явления. Ценно само наблюдение, поскольку оно касается закрытых для обывателя сообществ. Таковыми могут быть племена туземцев,

сообщества геев, диаспоры мигрантов, мафиозные кланы, группы арестантов, религиозные секты и т.д. Описание, сопровождаемое массой этнографических подробностей, – конечный результат в этой традиции. Автор должен убедить читателя, что ел из одного котелка с этими «экзотическими персонажами» и потому он вправе не только описывать внешнюю сторону их жизни, но и вскрывать (раскодировать) потаенные смыслы их действий. Кстати, из антропологической любви к туземцам выросли Э. Дюркгейм, К. Поланьи, П. Бурдьё. Правда, большинство знает их в другом качестве. Потому что, оттолкнувшись от натуральных описаний, они шагнули в мир логических абстракций. Но не каждый может и должен этот путь повторить.

Антропологические бестселлеры не пишутся в тиши кабинетов. Нужно «тактильное ощущение» объекта, что достигается в ходе долгого и плотного контакта. Идеальный вариант – совместное проживание. Что имело место в случае с Аленой Леденовой. Ее история как ученого началась на Западе, там она сделала первые интеллектуальные шаги. Вместе с тем, она уехала из России будучи взрослым человеком, и утратить «тактильные ощущения» этой страны было уже невозможно. Она знает Россию как русская, а пишет и думает, как западный специалист. В этом ее уникальность на конкурентном рынке исследований, посвященных России. В отличие от многих западных авторов, ее читать можно. По крайней мере, она обходится без крайностей, будь то любование самобытностью русских или протоколирование их варварства. Часто эти крайности смыкаются в одной точке – самобытного варварства. Леденева обходит эти рифы. Правда, цепляя боками. Все-таки ее интеллектуальный корабль скроен по западным лекалам, хоть и оснащен российскими приборами видения.

Применение традиции социальной антропологии к неформальным практикам россиян изначально основано на предположении об их диковинности для западного читателя. Судя по всему, расчет оказался верным. Можно сколько угодно обижаться на попадание в разряд «туземцев», хотя пестование «загадочности русских» – не что иное, как признание ровно того же, но с другим эмоциональным знаком. Быть «загадочным русским» – приятно, а быть геем и ловить на себе любопытные взгляды – удовольствие спорное. Хотя разница не столь существенная, в обоих случаях общество реагирует на инакость, на выпадение из нормы. В данном случае западное законопослушие противопоставляется приверженности россиян неформальным правилам, что оправдывает замысел книги и ее антропологический задор.

Помню, как одну из лекций А. Леденева начала с показа объявлений, которыми густо обклеены вагоны московского метро: о помощи в получении дипломов и аттестатов, медицинских книжек, регистрации мигрантов и пр. «Что это значит?» – был вопрос, провоцирующий начало разговора о неформальных практиках. Но студенты были наши, российские. Поэтому они впали в ступор. Ответ казался им столь очевидным, что объяснять такие банальные вещи заграничному лектору им было не то чтобы лень, но как-то неловко, как будто они сомневаются в ее умственных способностях. А Леденовой не лень и вполне себе удобно: подробно, доходчиво, с иллюстрациями из журнала «Крокодил» и выдержками из В. Шендеровича. С привлечением толкового словаря русского языка. Потому что она работает на другую аудиторию, где это вызывает интерес в силу иной экономической и политической обыденности.

И интерес тем больший, чем уникальнее опыт автора, проникшего в самые «недра» неформального мира. Для доказательства этого Леденовой выбрана беспроектная стратегия – VIP-респонденты. Безусловно, они – носители инсайдерской информации высочайшего уровня, да и с рефлексией у них проблем нет. Но вот беда: анонимность им категорически не нужна. Анонимностью их только обидеть можно. Лучше – имя, должность, место работы. Понятно, что ничего нового они социологу не скажут, никакой инсайдерской информацией не поделятся. Все будет в рамках того, что готовы рассказать – и регулярно это делают – журналистам для широкого вещания. Или студентам на лекциях. И ничего

лишнего. Контакт с социологом (да еще из Лондона!) как разновидность работы над имиджем. Тогда зачем эти интервью нужны, если содержательно они вполне заменяются публичными выступлениями этих людей? Не скажите, еще как нужны. Их статус подчеркивает статус исследователя. Негласно предполагается, что VIP-респондент допустит «к телу» только исследователя экстра-класса.

Читать такие интервью довольно забавно. Просто дистиллированная нравственность. Так страстно обличать черный PR могут только те, кто стоял у его руля. Помнится, день рождения одного из них решили отметить с размахом – назвали Днем политического консультанта. Праздник стране подарили. Там же сертификат на звезду вручили, прямо вместе с телескопом. Кстати, про праздник в книге упоминается. Как пример «профессионализации» этой сферы деятельности.

Все-таки социальная антропология – великая наука. Надо действительно из одного котелка есть, чтобы понимать «иное». В противном случае возникают курьезы. Показательно «декодирование» карикатуры из «Крокодила», на которой два колоритных персонажа обсуждают, почему нынче голоса (р. 47). Леденева приводит эту карикатуру в контексте покупки голосов избирателей. Это довольно массовая и открытая для обсуждения практика (люди-то нищие, за бутылку священное право волеизъявления продадут). Но у меня глубокое убеждение, что изображено совсем другое! Всё на картинке (выступающий на трибуне, президиум за его спиной, солидные дядечки в креслах) говорит о том, что обсуждается покупка депутатов. То есть покупаются голоса не избирателей, а избранников. Почувствуйте разницу. И тогда это иллюстрация к другой теме, обсуждать которую не многие согласятся.

Или, автор замечает, что реальные средства избирательной кампании в разы превосходят суммы, обозначенные в избирательном фонде кандидата или партии. Это знает любой, кто сталкивался с избирательным процессом. Но объяснять это скудностью разрешенных законом лимитов – новое слово в «декодировании» этой практики (р. 38). Дело в том, что почти никогда этот лимит не исчерпывается, он не играет никакой роли в теневизации избирательных финансов. Даже депутаты де-факто это признали, прекратив попытки повысить избирательный лимит. Простоватая схема с упованием на лимитные ограничения позволяет не вторгаться в механизм концентрации и использования в политическом процессе «черных финансов». То есть в механизм сращивания теневой экономики и теневой политики. Конечно, высокостатусные респонденты знают об этом не понаслышке. Но такая откровенность в их планы не входит, если нет доверительных отношений и гарантий анонимности.

В результате текст концентрируется не на анализе внутренних процессов, а на описании их внешних проявлений. Зато читается как триллер: расценки, забавные истории, хроники политических интриг и экономических скандалов с участием известных людей. Возьмите главу про компромат. Муссирование связи Явлинского с Гусинским, перипетии с Березовским, баня с участием Скуратова, бодание Лужкова с Доренко, разговоры вокруг пластической операции Явлинского и плохого здоровья Примакова – опорные пункты этой главы. Какая прелесть! Как тянулись люди к политическим каналам! Да, обеднела наша политическая жизнь. Нахлынула ностальгия. А вместе с ней и вопросы. Что стояло за этими броскими событиями? Какие задачи они решали? Например, почему решили убрать Скуратова? Кому он помешал и в связи с чем? То есть хотелось бы не просто оживить в памяти события, но и узнать их истинные причины. Ведь понятно, что баня с проститутками – невинное, в сущности, развлечение. И новый назначенец отличался не тем, что мылся исключительно под домашним душем и в одиночестве. Видимо, у него были и другие достоинства.

Острая нехватка объяснений на фоне детальных описаний – основное чувство от прочтения книги. Но у каждого жанра свои возможности и ограничения. Леденева проделала

колоссальную работу описательного характера. Нельзя корить за то, чего человек не сделал. Надо оценивать сделанное. И эта оценка однозначно высокая.

Галерея неформальных практик

Отправная точка автора: в СССР было столько же от канонической плановой экономики, сколько в современной России – от рыночной. То есть немного. И план, и рынок в российском варианте оказались погружены в неформальные практики. Алена Леденева создает галерею таких практик. Эта коллекция может пополняться в меру трудолюбия автора. Судя по книге, трудолюбия не занимать. Логического конца этой работе нет, поскольку в конструировании неформальных практик россияне неистощимы. При нынешней ситуации это самый доступный из массовых видов творчества. Скорее иссякнет интерес западных читателей, чем оскудеют неформальные практики наших сограждан.

Если переключать книгу на музыку, то в голову упорно лезут «Картинки с выставки» Мусоргского. Между прочим, считается великим произведением. Говорят, на Западе любят исполнять в «дни русской музыки».

Если музыка начинается с увертюры, театр – с вешалки, то книга – со слов благодарности и хроники прежних публикаций. И тут есть чему поучиться. Не бегло, как в большинстве наших изданий, а с чувством, с толком, с расстановкой. С одной стороны, умение быть благодарной как стиль истинной британской леди. С другой стороны, формирование ожиданий читателя. Когда столько достойных людей, известных фондов, солидных изданий участливо и благосклонно отнеслись к автору, как бы сертифицируя успех на каждой стадии создания книги, собственные критические оценки ставятся под сомнение.

Собирать коллекцию А. Леденева начала давно. Началось все с книги о благе как антропологической пикантности советского периода. Описание постсоветских неформальных практик представлено в этой книге. Тут и «черный пиар», и «компромат», и «круговая порука», и «теневого бартер», и «двойная бухгалтерия», и «постсоветские толкачи». Это я перечислила названия глав. Если блат был практикой большинства, то новая книга Леденевой про практики, с которыми знаком узкий круг посвященных. Отсюда простое описание претендует на открытие в глазах западного читателя.

Неформальные практики, о которых пишет А. Леденева, относятся к 1990-м. Автор это неоднократно подчеркивает. И это не просто указание на их бытность. Отсылка к 1990-м значительно облегчает автору задачу объяснить природу описываемых феноменов. Как не трудно догадаться, объяснение кружит вокруг советского наследия, нестабильности переходного периода, слабости государства, зарождения многопартийной демократии, чехарды законов, т.е. классического набора в описании знаменитого десятилетия. Понятно, что в 2000-е такое объяснение уже не проходит. Негласное противопоставление 1990-х и 2000-х как вакханалии и стабильности, развала и подъема, прочно вошедшее в отечественный политический дискурс, придает всему, что отсылает к «эпохе Ельцина» некий антропологический флер. Да, мы живем в другой стране. По многим измерениям ситуация изменилась. Но практики, о которых идет речь, не исчезли, они причудливо переформатировались и пополнились новыми. Объяснить их становится сложнее, оставаясь в рамках клише «переходного десятилетия». А зачем искать трудности, когда жить стало некоторым лучше, и почти всем веселее.

Довольно показательно, что в своих исследованиях А. Леденева дрейфует от чисто экономических к политическим процессам. Верно понятая каузальная связь. В интуиции автору не откажешь.

Так же как не откажешь в аккуратности, корректности текста. Леденева не впадает в любование экзотикой России, прочно отказывая описываемым практикам в статусе

«русского чуда». Ирония по поводу «собственного пути» прочитывается даже в ее крайне сдержанном стиле. Также автор категорически воздерживается от критики изучаемых феноменов, оставаясь в рамках этики антрополога: все сущее разумно. (Хотя, это, кажется, еще Гегель говорил, но он сейчас не в моде.) Функционал всей этой неформальной кавалькады исключительно амбивалентен. Эти практики продвигали бизнес и политику, но в то же время были антирыночными и антидемократичными, являясь одновременно и причиной, и следствием неэффективности экономических и политических институтов в России. Так, «двойная бухгалтерия» – это, безусловно, недостача госбюджета, но вместе с тем источник развития бизнеса. Или Кипр – оффшор как способ ухода от налогов, и тот же Кипр – крупнейший инвестор спасенных от налогов средств. Выросшие из советских времен и традиций неформальные нормы тормозили преобразования и вместе с тем делали их возможными, поскольку адаптировали замысел реформаторов к возможностям населения. Урон оборачивался приобретением. Двойственность характера описываемых практик – свидетельство добросовестности автора, игнорирующего соблазн обличать и искоренять как закамуфлированный под принципиальность снобизм представителей «матерых демократий».

Природа неформальных практик

Мы, кажется, увлеклись собственными оценками книги. Пора дать слово автору. Например, его определению природы неформальных практик (глава 1).

Если предельно кратко, то неформальные практики – это компромисс формальных правил и социальных норм. То есть неформальные практики укоренены в зазоре законов и неписанных норм поведения. И чем глубже этот зазор, а также слабее механизм принуждения к исполнению закона, тем обильнее неформальные практики. Свидетельства такого разрыва отражены в нашем языке: законность не тождественна справедливости, свобода воле, правда истине (р. 26).

Люди могут воспроизводить неформальные практики, не будучи способны артикулировать их. Но и способные к рефлексии и вербализации вряд ли могут составить их словесный портрет в силу их исключительной контекстуальности и пластичности. Образно говоря, неформальные практики – это мосты, опорами которых являются, с одной стороны, законодательные правила, с другой – социальные нормы (р. 22).

Позволим себе развить эту авторскую метафору. Знаете, что происходит с мостом, когда по нему идут солдаты? Если солдат много и они идут в ногу, то возникший резонанс разрушает мостовые опоры. Поэтому на мосту солдаты по команде переходят на разную шаг. Так же и тут. Неформальные практики не просто укоренены в дистанции законов и социальных норм, но, будучи массовыми, неизбежно ведут к сознательной коррекции законов и непреднамеренной модификации социальных норм общества.

Для того, чтобы более отчетливо обозначить свою позицию, А. Леденева сравнивает подходы Д. Норта и П. Бурдье. Революционность идей Норта связана с уравниваем в правах формальных и неформальных ограничений поведения. Его интересовали институты как правила, задающие *структуру игры*. Бурдье занимали сами *игроки*, их *«чувство игры»*, их *стратегии*. Леденева претендует на совмещение этих логик, видя в участниках неформальных практик игроков, которые манипулируют формальными и неформальными правилами игры, т.е. строят собственную стратегию, позволяющую преодолеть формальные и неформальные структурные ограничения.

Подналадка формальных правил не отменяет неформальные практики, но ведет к их реконфигурации. Сами же формальные правила действуют исключительно в оболочке неформальных практик. Они неотделимы друг от друга. В России это заметнее, чем где-либо. Россыпь обозначений российской реальности в западных исследованиях – гибридная

экономика, организованная дезорганизация, конкурентный авторитаризм – отражают сложность объекта. Эта сложность бросает вызов дихотомии «формального-неформального», заменяя противопоставление континуумом в качестве аналитического конструкта.

Соотношение формального и неформального имеет, как минимум, три градации. Неформальные практики могут:

- вытеснять формальные правила, подменяя их;
- занимать пространство, свободное от формального регулирования;
- нарушать «не букву, но дух закона» (р. 18), используя правовой документ как инструмент достижения неформальных договоренностей.

Правда, эта типология у автора прямо не представлена. Возможно, я дописала за автора этот фрагмент. Но он органично ложится на текст книги, что позволило мне, возможно обманывая себя, почувствовать в авторе единомышленника.

В общем виде непрозрачность правил игры в российской экономике воспроизводится по хорошо известному сценарию:

- в ответ на неработающие законы создаются работающие незаконные способы разрешения хозяйственных коллизий;
- в нарушителях оказываются все. Но наказать всех и сразу нельзя. Поэтому санкции применяются выборочно, а критерии их применения находятся вне легальной системы, зачастую уходя в сферу политики;
- власть извлекает выгоду из монопольного права призывать нарушителя к ответу, тем самым повышая управляемость внешне неуправляемых объектов.

Скандалы и разоблачения (например, случай с «Юкосом») – результат потери экономическим агентом чувства меры как практического чувства пропорции между формальными и неформальными правилами игры.

Общая схема порождения неформальных практик конкретизируется применительно к 1990-м годам. Тут и противоречивость «ориентированного на будущее» законодательства (р. 23), и война федеральных и региональных уровней власти, и превалирование политической целесообразности над экономическим смыслом законотворчества, и т.д. Можно оспаривать полноту и оригинальность суждения, но важно отметить характерный для автора отказ от универсальных объяснений типа традиций, культуры, исторического опыта. Поиск ответов ведется на более конкретном материале, что можно только приветствовать.

Про экспортный вариант научного исследования

Каждый читает книгу через призму собственных размышлений. На этот раз к контексту неформальных практик добавились размышления о специфике экспортного варианта исследований, посвященных России.

Призывы изучать английский, чтобы прорваться на западный научный рынок (он же мировой, поскольку наука – продукт развития западной цивилизации), давно вызывают у меня скепсис. Языки учить, конечно, надо. Но при этом понимать, что языковые барьеры – далеко не решающий фактор снятия блокады с российского обществоведения. Истерия по поводу «проклятия языка» (привет Гумилеву) активно используется в коммерческих и спекулятивных целях. Модные ректоры коллекционируют обладателей Ph.D. Наши доктора и кандидаты наук – как штабеля сусального золота. А настоящее золото удостоверяют лишь пробы на иностранных языках. Отнесемся к этой ситуации с пониманием. Нормальная

оборотная сторона комплекса варвара, готового все отдать за стеклянные бусики. Наиграется и опять займется кокосами.

Пора внести ясность: лингвистический перевод российских статей решительно ничего не способен изменить. Перевод действительно необходим, но языковой – в последнюю очередь. Актуальнее перевод содержательный. Проще говоря, переработка текста. Изготовление его экспортного варианта. И книга А. Леденева это блестяще доказывает.

Что из того, о чем она пишет, не знают наши «неформаловеды»? Ничего. Способны они создать конкурентный продукт? Вряд ли. И это еще обнадеживающий ответ. Скорее, категорическое нет. Леденева переводит российскую эмпирику в плоскость рефлексий западного читателя. То есть придает тексту соответствие не просто понятиям Д. Норта, П. Бурдье, Э. Гидденса (что мы тоже наловчились делать), а мировоззрению, обыденному опыту, ценностным основам западного сообщества. Очевидным образом отличая то, что надо пояснить и до какой степени, а что лучше совсем опустить ввиду неготовности понять. Интуитивно ощущая, в какой мере скандальная хроника очередной неформальной практики претендует на интерес, а где начинается перебор. Какое углубление в прошлое, в историю вопроса необходимо, чтобы не потерять внимание читателя. Какая стилистика текста уходит в прошлое, а какая идет ей на смену. Наконец, какие маячки лояльности зажигаются системой ссылок. И это нельзя алгоритмизировать и перенять. Тут тоже из одного котелка есть надо.

Именно сравнение с собственным опытом помогает западному читателю уловить разницу институциональных ограничений, в которых работают обсуждаемые в книге неформальные практики. Скажем, чтобы объяснить, что такое компромат и как он работает в политическом и экономическом пространстве России, Леденева сравнивает его с практикой скандальных разоблачений, которые регулярно случаются на Западе (р. 83). Или сопоставляются манипулятивные избирательные технологии в странах электоральной демократии и России (р. 45). Такие сравнения помогают западной аудитории понять российские неформальные практики.

Позволим себе такой пример. В Китае существует практика «гуанкси» (*guanxi*), очень похожая на блат советских времен. Похожая, но не тождественная. Согласитесь, что объяснить китайцу российский блат проще всего через сравнение с привычной ему неформальной формой обмена. И Алена Леденева отлично поняла возможности сравнительного анализа и как пути к читателю, и как аналитического инструмента, позволяющего выявлять роль институциональных ограничений в конфигурировании неформальных практик¹.

Мне могут возразить, что наука – особый мир («незримый колледж» по Мертону). И именно ему, а не рядовому читателю адресует научные книги автор. Опустим мои сомнения в том, что молодую, красивую женщину может удовлетворить место исключительно в этом тесном мире. Но я сильно сомневаюсь, что ученые – отдельный этнос, выведенный за пределы национальных границ. Лесть хороша до тех пор, пока не становится глупостью. Ученый, даже крупный, связан со средой обитания и своей эпохой интеллектуально и духовно.

Про теоретическую социологию мы даже говорить не будем. Наивность тех, кто надеется завоевать лидерство, создав теорию потрясающей объяснительной силы, достойна сострадания. Они так и не поймут, почему их отвергли. Борьба теорий в значительной степени предопределена расстановкой сил между научными школами и, что еще труднее принять, между странами. Мой замечательный венгерский друг-интеллектуал выразил это

¹ *Ledeneva A. Blat and Guanxi: Informal Practices in Russia and China // Comparative Studies in Society and History. 2008. Vol. 50. No. 1. P. 118–144.*

так: представительство российских ученых в мировой общественной науке определяется долей России в мировом ВВП. Конечно, с массой оговорок.

Книга А. Леденевой показывает, что и в описательной, отнюдь не теоретической социологии наши шансы на вхождение в западную науку на равных не велики. Я говорю о лидерстве, а не об эпизодических попаданиях в западные журналы. Дорогу осият лишь те, кто согласен работать в две смены – создавая аналитический продукт «для внутреннего пользования» и на экспорт. Жить тоже, желательно, в две смены. Конечно, можно сэкономить силы и игнорировать внутренний рынок. Быть безвестным героем. То есть безвестным здесь и героем там. Но это на любителя.

* * *

Продвинутый российский читатель удивленно поднимет бровь, реагируя на дефицит новых мыслей в книге Алены Леденевой. Автор явно ломится в открытую дверь. Не спорю. Но давайте уточним, для кого эта дверь открыта. Для тех, кто «в теме». Узок круг этих людей. Так и хочется продолжить: страшно далеки они от народа. Но это для Герцена было страшно, а нам даже приятно, – вроде интеллектуальной селекции. Леденева, по сути, берет знание узкого круга и делает его достоянием многих. Она раздвигает дверной проем, чтобы могли пройти не одинокие интеллектуалы и отдельные продвинутые практики, а все, кому не лень. В хорошем смысле. Кто хоть сколько-нибудь интересуется тем, что скрывается за вывеской «неформальные практики России». И делает это аккуратно (одни приложения чего стоят), без морализаторства и обличений.

Если коротко: *эта книга – больше, чем я могу как автор, но меньше, чем я хочу как читатель.* Но ведь книга написана для западной аудитории. То, что нам кажется очевидным и банальным, вполне может быть интересным и оригинальным для людей из другой социально-экономической реальности.

Этим объясняются, как думается, бесконечные повторы в тексте. Не дословные, разумеется, а смысловые. Автор явно отказывает читателю в способности «схватывать на лету». Видимо, читатель представляется автору человеком весьма средних способностей. Но равнение на рафинированных интеллектуалов не приносит популярности. У каждого автора своя аудитория и своя задача. Но что безусловно, Алена Леденева – признанный мастер экспортного варианта исследований по России.

ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЕ ПРОЕКТЫ

ИЗМЕНЕНИЕ МАСШТАБОВ И ФОРМ БОРЬБЫ С КОНТРАФАКТНОЙ ПРОДУКЦИЕЙ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ

Проект реализован по заказу Содружества производителей фирменных торговых марок (Русбренд).

Сроки реализации: ноябрь 2007 – февраль 2008 гг.

Исполнители проекта: В.В. Радаев (руководитель проекта), С.Ю. Барсукова, З.В. Котельникова, Е.А. Артюхова и Е.И. Маслова (организационно-техническая поддержка).

Постановка проблемы

Ассоциацией «Русбренд» уже проводились исследования ситуации в сфере контрафактной продукции в 1999 и 2002 гг. Были обнаружены некоторые позитивные тенденции, выявлены сохраняющиеся проблемы. За прошедшие пять лет с момента нашего последнего исследования произошли важные изменения. Наблюдается активизация таможенных и правоохранительных органов в сфере защиты прав интеллектуальной собственности. Произведено ужесточение законодательства по отношению к нарушителям. С 1 января 2008 г. введены новые элементы законодательного регулирования (ч. 4 ГК РФ). Однако множество проблем сохраняется, в том числе во взаимодействии между органами государственной власти и их взаимоотношениями с производителями фирменных торговых марок. Не вполне ясны новые тенденции и степень эффективности борьбы с контрафактом. Все это определило необходимость повторного исследования.

Специфика проекта по сравнению с исследованием 2002 г.

Основная задача проекта 2002 г., также проведенного исследовательским коллективом ГУ–ВШЭ, заключалась в привлечении внимания органов государственной власти к проблеме контрафакта и публичном обозначении позиции ведущих производителей фирменных торговых марок, входящих в Содружество «Русбренд». Исследование концентрировалось на количественной оценке потерь от контрафактной продукции и параллельного ввоза, которые несут компании-правообладатели и государственный бюджет.

За последние пять лет произошли серьезные изменения. Проблема была осознана на государственном уровне (в том числе, в связи с планируемым вступлением России в ВТО), успешно велась борьба с указанными негативными явлениями как со стороны государственных контролирующих органов, так и со стороны ведущих производителей фирменных торговых марок. И результаты данного исследования, помимо органов государственной власти, в большей степени, чем раньше, обращены к компаниям-правообладателям, включая региональные представительства и руководство головных

офисов. Оно призвано дать взвешенную оценку ситуации и проследить основные тенденции, которые проявились в течение первого десятилетия 2000-х годов.

Основные задачи исследования

- Оценка основных тенденций контрафакта в сфере подделок и параллельного импорта на российских потребительских рынках в 2003–2007 гг.
- Предоставление материалов для выработки согласованной и скоординированной позиции между производителями фирменных торговых марок в отношении борьбы с контрафактом на потребительских рынках.
- Выработка предложений по повышению эффективности взаимодействия с представителями органов законодательной и исполнительной государственной власти в части защиты прав интеллектуальной собственности.

Методы сбора данных и источники информации

Основным методом сбора данных, как и в исследовании 2002 г., стала серия углубленных экспертных интервью. Но круг экспертов по сравнению с предыдущим исследованием был принципиально расширен. Вновь опрашивались представители компаний-членов Содружества «Русбренд», занимающиеся вопросами защиты прав интеллектуальной собственности. Они составили примерно половину опрошенных. Вторую же половину составили эксперты органов государственных власти и частных фирм, занимающиеся проблемами контрафакта в области противодействия подделкам и параллельному импорту. Расширение круга опрашиваемых экспертов имело своей целью достижение более полного и разностороннего представления сложившейся ситуации, с учетом разных точек зрения и интересов.

Дополнительным источником данных послужили материалы российской официальной и бизнес-статистики, законодательных и нормативных актов, аналитических материалов СМИ.

Всего в ходе исследования записано 20 интервью. Опрошены представители компаний, которые занимаются следующими товарными категориями:

- алкогольная продукция;
- бритвенные лезвия;
- гигиенические прокладки;
- лекарственные средства;
- парфюмерия и косметика;
- спортивная одежда и обувь;
- табачные изделия;
- чай, кофе;
- чистящие и моющие средства;
- элементы питания.

Таким образом, представлены почти все товарные категории, которые наиболее подвержены явлениям контрафакта, имитации и параллельного импорта, из числа тех, которыми занимаются компании, входящие в Содружество «Русбренд». Каждая товарная категория в исследовании, как правило, была представлена представителями двух разных компаний.

В число других категорий опрошенных экспертов вошли:

- представители органов государственной власти и правоохранительных органов Российской Федерации;

- представители ведущих юридических фирм, обеспечивающие юридическое сопровождение дел по защите интеллектуальной собственности;
- представители консалтинговых агентств, занимающихся мониторингом потребительских рынков и обеспечением экономической безопасности деятельности компаний;
- представители деловых ассоциаций, занимающихся защитой интеллектуальных прав собственности.

Форма представления результатов

Аналитический отчет был представлен на заседании комитета по интеллектуальной собственности Содружества «Русбренд» и готовится к публикации течение лета 2008 г.

УЧЕБНЫЕ ПРОГРАММЫ

С.Б. Авдашева, Е.Н. Калмычкова, Р.А. Мартусевич

ПОЛИТИКА ПОДДЕРЖКИ КОНКУРЕНЦИИ

2008/2009

Для направления 040200.68 «Социология», в рамках магистерской программы «Прикладные методы социального анализа рынков» на факультете социологии ГУ–ВШЭ



АВДАШЕВА Светлана Борисовна – д.э.н., профессор кафедры экономического анализа организаций и рынков ГУ–ВШЭ

КАЛМЫЧКОВА Елена Николаевна – к.э.н., доцент кафедры экономического анализа организаций и рынков ГУ–ВШЭ

МАРТУСЕВИЧ Роман Александрович – аспирант ГУ–ВШЭ

Введение

Курс «Политика поддержки конкуренции» принадлежит к числу учебных курсов, позволяющих студентам применять экономические знания в конкретной области экономической политики. Конкурентная политика приобретает все большее значение в России, во-первых, благодаря изменению структуры рынка в ходе экономического роста, во-вторых, благодаря проводимой (хотя не всегда последовательно и успешно) политике реформ в отраслях естественных монополий. О высоком значении конкурентной политики и неудовлетворенности институтами антимонопольного регулирования свидетельствует разработка и принятие в июне 2006 года нового закона «О защите конкуренции». Не менее активно развиваются нормативные основы реформы регулирования и дерегулирования в российских отраслях естественных монополий. В течение последних пяти лет приняты новые законы, регламентирующие отношения между участниками дерегулируемых рынков телекоммуникаций, электроэнергетики и частично – железнодорожного транспорта. Объектом острых дискуссий служат концепции развития конкуренции в газовой отрасли.

Опираясь преимущественно на методы микроэкономического анализа и экономического анализа права, курс использует элементы смежных дисциплин: теорию контрактов, методы эконометрического и статистического анализа.

Предварительные требования к студентам

Целевой аудиторией являются студенты магистратуры экономических специальностей. Для успешного освоения материала курса студенты должны предварительно прослушать следующие курсы:

- Микроэкономика (промежуточный уровень);
- Институциональная экономика (начальный уровень);
- Теория отраслевых рынков (начальный уровень);

- Статистика (начальный уровень);
- Эконометрика (начальный уровень);
- Теория игр (начальный уровень – возможно, в рамках курса микроэкономики);
- Основы права (начальный уровень).

Предполагается также, что студенты владеют английским языком на уровне, позволяющем им свободно читать академические работы, публикуемые в периодических изданиях.

Цель курса

Цель курса – дать студентам развернутое представление о целях, формах и методах политики поддержки конкуренции (включая антимонопольное регулирование и политику в дерегулируемых отраслях естественных монополий), а также развить навыки работы с данными для целей антимонопольного регулирования и конкурентной политики.

Задачи курса

В соответствии с поставленной целью, курс решает следующие задачи:

- знакомство студентов с основными формами и методами политики поддержки конкуренции, включая антимонопольное регулирование и дерегулирование в отраслях естественных монополий;
- анализ специфики антимонопольного регулирования и дерегулирования в отраслях естественных монополий в России, основных направлений и результатов развития;
- создание у студентов целостного представления о структуре конкурентной политики, о ключевых доктринах конкурентной политики, о сравнительных преимуществах и издержках методов поддержки конкуренции в различных правовых системах и разных отраслях;
- выработка у студентов навыков практического решения задач экономического анализа для целей конкурентной политики, а также институционального анализа конкурентного законодательства (включая антимонопольное законодательство и отраслевое законодательство в дерегулируемых отраслях естественных монополий);
- обеспечение инструментария анализа для целей антимонопольного регулирования и конкурентной политики.

Методы обучения

Методы обучения включают:

- посещение лекционных и семинарских занятий;
- решение и разбор заданий, иллюстрирующих проблемы курса;
- самостоятельное чтение и разбор статей, посвященных основным проблемам лекционного курса;
- разбор отдельных проблем (кейсов) российской антимонопольной политики;
- анализ данных о деятельности российского антимонопольного органа (Федеральной антимонопольной службы) и регулирующих органов в отраслях естественных монополий.

Формы контроля

Итоговый контроль осуществляется в форме письменного экзамена. Промежуточный контроль осуществляется в виде проведения контрольной работы.

Финальная оценка по курсу определяется следующим образом:

Итоговая оценка = $0,4 \cdot (\text{оценка за контрольную работу}) + 0,6 \cdot (\text{оценка за письменный экзамен})$

СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

Курс состоит из трех взаимосвязанных разделов. В первом разделе рассматриваются концептуальные основы конкурентной политики и ее составных частей, а также методов осуществления. Значительное внимание уделяется институциональному анализу подходов и методов конкурентной политики (например, применению законов как таковых (*per se*) и принципа взвешенного подхода (*rule of reason*) в антимонопольном законодательстве, соотношению отраслевых и антимонопольных норм на дерегулируемых рынках естественных монополий и т.д.).

Второй раздел курса посвящен антимонопольной политике. Анализируются нормы антимонопольной политики и проблемы их применения в практике США, Европейского Союза и России. Большое внимание уделяется сравнительному анализу доктрин (подходов) антимонопольного регулирования и практики их применения в различных правовых системах. В курсе рассматриваются не только традиционные для всех стран направления антимонопольного регулирования (предотвращение картелей, злоупотребления доминирующим положением (монополизацией), предварительного анализа слияний). Внимание уделяется и тем направлениям антимонопольной политики в России, которые в других странах возложены, как правило, на другие регулирующие органы и регламентируются другими типами правовых норм. Это предотвращение недобросовестной конкуренции, конкурентная политика в государственных закупках, обеспечение конкуренции при предоставлении государственной помощи,

В третьем разделе мы обращаемся к конкурентной политике на дерегулируемых рынках естественной монополии. Во-первых, рассматриваются проблемы развития конкуренции, общие для всех отраслей. Во-вторых, анализируются основные компоненты конкурентной политики в отдельных отраслях. Российские реформы изучаются в контексте мирового опыта преобразований на конкретном рынке.

Большую роль в изучении курса играет экономический анализ правовых актов, регламентирующих конкурентную политику. Предполагается, что студенты не только знакомятся с содержаниями антимонопольных норм в России и за рубежом, но и проводят сравнительный экономический анализ закона «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности» № 948-1 от 22 марта 1991 г. и закона «О защите конкуренции» № 135-ФЗ от 26 июля 2006 г. Объектами экономического анализа выступают и другие правовые нормы – в том числе регламентирующие регулирование и развитие конкуренции в отдельных отраслях естественных монополий.

Тема 1. Конкурентная политика: основные компоненты и концептуальные основы

Потери общества от монополии: аллокативный и распределительный эффект. X-неэффективность монополий. Монополия, эффект создания и перераспределения ренты. Статическая и динамическая эффективность. Эмпирический анализ неэффективности монополии: методы и результаты. Рыночная власть в микроэкономике и антимонопольном анализе.

Естественные монополии. Проблема соотношения аллокативной и распределительной эффективности. Регулирование тарифов естественных монополий. Регулирование доходности и инвестиций. Неэффективность регулирования. «Неблагоприятный отбор» [adverse selection] и «моральный риск» [moral hazard]. Стимулирующие контракты в отраслях естественных монополий: ограничения использования. Реформа регулирования и развития конкуренции на рынках естественных монополий.

Развитие теоретической основы антимонопольного регулирования и дерегулирования в отраслях естественных монополий. Гарвардская школа в теории отраслевых рынков. Чикагская школа в теории отраслевых рынков. Концепция соревновательных рынков [contestable markets] и ее влияние на конкурентную политику. Теория игр и ее применение в экономическом анализе антимонопольной политики. Новая теория отраслевых рынков: эндогенная структура рынков. Вклад институциональной экономики и экономического анализа права.

Проблемы оценки эффективности антимонопольной политики. Подходы к оценке эффективности антимонопольной политики. Проблемы организации бюджетирования, ориентированного на результат, в деятельности российского антимонопольного органа.

Вопросы для повторения

1. Покажите общность и различия концептуальных основ антимонопольного регулирования и дерегулирования в отраслях естественных монополий.
2. Какой вклад в развитие теоретической основы антимонопольного регулирования внесло развитие теории отраслевых рынков [industrial organization]?
3. С точки зрения современной теории отраслевых рынков, какие особенности переходной экономики могут влиять на эффективность антимонопольного регулирования в России?
4. Покажите влияние особенностей российской переходной экономики на цели и методы дерегулирования в отраслях естественных монополий.
5. Охарактеризуйте проблемы оценки результативности и эффективности для конкурентной политики. Различаются ли подходы к оценке результативности для антимонопольного регулирования (как направления пассивной экономической политики) и дерегулирования в отраслях естественных монополий?

Литература

Авдашева С.Б., Шаститко А.Е., Калмычкова Е.Н. Экономические основы антимонопольной политики: российская практика в контексте мирового опыта // Экономический журнал ВШЭ. 2007. Т. 11. № 1.

Влияние конкуренции и антимонопольного регулирования на процессы экономической модернизации в России / Под ред. С.Б. Авдашевой, В.Л. Тамбовцева, А.Е. Шаститко. М.: ТЕИС, 2005.

Розанова Н.М. Эволюция взглядов на конкуренцию и практика антимонопольного регулирования: опыт стран с развитой рыночной экономикой // Экономический журнал РГГУ. 2001. № 2.

Motta M. Competition Policy. Theory and Evidence. Cambridge: Cambridge University Press, 2004. Ch. 1-2. P. 1–100.

Тема 2. Институты конкурентной политики

Антимонопольное законодательство и регулирование: сравнительный анализ принципов законодательства в США, Европейском Союзе и России.

Определение легальной и нелегальной практики. Принципы *per se* и *rule of reason*. Проблема ошибок первого и второго рода. Влияние законодательства на поведение участников рынка. Санкции за осуществление нелегальной практики. Величина санкций. Система применения санкций.

Определение границ рынка для целей антимонопольного регулирования. Продуктовые и географические рынки. Тест «гипотетического монополиста» (тест SSNIP) и проблемы его применения. Применение теста SSNIP к рынку монополии: «целлофановая проблема» [cellophane fallacy]. Вторичные рынки [aftermarkets]. Показатели прямой и перекрестной ценовой эластичности: использование для идентификации границ рынков.

Использование эконометрических методов для идентификации границы рынков. Показатели корреляции цен. Коинтеграция. Тест Грэнжера. Критика использования ценовых тестов для идентификации границ рынков (по статье: Werden, Froeb 1993). Влияние эластичности спроса и предложения на показатели корреляции.

Определение границ участника рынка для целей антимонопольного регулирования. Конструкция «группы лиц». Определение «группы лиц» в российском законодательстве (закон «О защите конкуренции»).

Оценка монопольной власти. Традиционный подход: роль рыночной доли. Барьеры входа. Измерение барьеров входа на рынок. Показатели входа и барьеры входа: опасность неверной интерпретации. Эконометрическая оценка рыночной власти: оценка эластичности остаточного спроса. Использование логит-моделей для оценки эластичности остаточного спроса.

Развитие антимонопольного законодательства в России. «Закон о конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» (1991). «Закон о защите конкуренции на рынках финансовых услуг» (1999). Закон «О защите конкуренции» (2006). Российское и европейское антимонопольное законодательство: сравнительный анализ.

Вопросы для повторения

1. Назовите основные компоненты институциональной основы антимонопольной политики (включая законодательство и систему правоприменения).
2. Покажите сходство и различия между антимонопольным законодательством США и Европейского Союза. К какому из них тяготеет российское?
3. Охарактеризуйте различия между принципами применения законодательства «по букве закона» (*per se*) и на основании «правила разумности» (*rule of reason*). Покажите, каким образом регламентировано применение этих принципов в законодательстве США, ЕС и России.
4. Какие сложности связаны с определением границ рынка для целей антимонопольного анализа? Какие критерии приняты для оценки границ рынка? Различаются ли принципы выделения продуктовых и географических границ рынка?
5. Охарактеризуйте возможности и ограничения использования эконометрических методов анализа для выделения границ рынков и анализа рыночной власти.
6. Что такое «группа лиц» в антимонопольном регулировании? Как изменились критерии определения в законе «О защите конкуренции» (статья 9) по сравнению с законом «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности» (статья 4). Оцените внесенные изменения.

Литература

- Авдашева С.Б., Шаститко А.Е., Калмычкова Е.Н.* Экономические основы антимонопольной политики: российская практика в контексте мирового опыта // Экономический журнал ВШЭ. 2007. Т. 11. № 1.
- Авдашева С.Б., Розанова Н.М., Калмычкова Е.Н.* Политика поддержки конкуренции: антимонопольное регулирование и реструктуризация в отраслях естественных монополий / Под ред. С.Б. Авдашевой. М.: Новый учебник, 2004. С. 41–58.
- Авдашева С.Б., Шаститко А.Е.* Экономический анализ конструкции «группа лиц» в контексте антимонопольного регулирования // Доклад РЕЦЭП. 2005. № 4 (8). <http://www.recep.ru/files/publ/reports8.pdf>
- Joskow P.L.* Transaction cost economics, antitrust rules and remedies // Journal of Law, Economics and Organization. 2002. Vol. 18. No. 1. P. 95–116.
- Werden G., Froeb L.* Correlation, causality, and all that jazz: the inherent shortcomings of price tests for antitrust market delineation // Review of Industrial Organization. 1993. Vol. 8. P. 329–353.

Тема 3. Антимонопольная политика в отношении картелей

Экономическая теория поддержания и нарушения картельных соглашений. Явный и скрытый [tacit] сговор. Факторы, воздействующие на стимулы к сговору. Барьеры входа. Роль инноваций. Частота взаимодействия между компаниями (периодичность пересмотра цен). Число участников рынка. Равномерность распределения рыночных долей. Симметричность участников рынка. Структурные связи между участниками рынка. Эластичность спроса. Рыночная власть покупателей. Взаимодействие на многих рынках. Наблюдаемость ценовой политики.

Эмпирический анализ стимулов к картельным соглашениям в США (по материалам статьи: Fraas, Greer 1977).

Нормы в отношении картелей в законодательстве США, Европейского Союза и России, примеры и проблемы их применения. Система санкций за участие в картельных соглашениях. Система освобождения свидетелей от ответственности.

Соглашения и согласованные действия в антимонопольном законодательстве России. Доктрина «коллективного доминирования» в международной практике и законе «О защите конкуренции» (2006).

Вопросы для повторения

1. Покажите различия между явным и скрытым сговором. Различаются ли стимулы и факторы, облегчающие явный и скрытый сговор? При прочих равных условиях, для достижения какого типа сговора требуются более благоприятные обстоятельства? Является ли скрытый сговор объектом применения антимонопольного законодательства?
2. Перечислите основные характеристики рыночной структуры, повышающие стимулы к сговору на рынке. Можно ли выделить среди них группу необходимых условий?
3. Что показал эмпирический анализ стимулов к заключению картельных соглашений (по статье: Fraas, Greer 1977)? В какой степени результаты эмпирического анализа соответствуют гипотезам, которые можно сформулировать на основе современной теории картелей?
4. Сравните санкции за участие в картельных соглашениях в антимонопольном законодательстве США, ЕС и России (по закону «О защите конкуренции»). Сделайте выводы о масштабах влияния санкций на стимулы компаний к сговору.

5. Охарактеризуйте действие программы освобождения свидетелей по делам о ценовом сговоре от ответственности и интерпретируйте их влияние на поведение участников картеля.
6. В чем состоит концепция «коллективного доминирования»? Как соотносится концепция «коллективного доминирования» в законе «О защите конкуренции» (ст. 5, п. 3) с теорией скрытого сговора?

Литература

- Авдашева С.Б., Шаститко А.Е., Калмычкова Е.Н.* Экономические основы антимонопольной политики: российская практика в контексте мирового опыта // Экономический журнал ВШЭ. 2007. Т. 11. № 2.
- Авдашева С.Б., Шаститко А.Е.* Модернизация антимонопольной политики в России (экономический анализ предлагаемых изменений конкурентного законодательства) // Вопросы экономики. 2005. № 5.
- Стиглер Дж.* Теория олигополии // Вехи экономической мысли. Т. 2. / Под ред. В.М. Гальперина. СПб.: Экономическая школа, 1999. С. 371–401.
- Ivaldi M., Jullien B. et al.* The Economics of Tacit Collusion / Final Report for DG Competition, European Commission. IDEI. Toulouse, 2003.
http://ec.europa.eu/comm/competition/mergers/studies_reports/the_economics_of_tacit_collusion_en.pdf
- Motta M.* Competition Policy. Theory and Evidence. Cambridge: Cambridge University Press, 2004. Ch. 4. P. 137–230.
- Fraas A.G., Greer D.F.* Market structure and price collusion: an empirical analysis // Journal of Industrial Economics. 1977. Vol. 6. P. 21–44.

Тема 4. Противодействие злоупотреблению доминирующим положением

Сходство и различие в определении доминирующего положения фирмы в законодательствах США, Европы и России. Подход к доминированию с точки зрения структуры рынка. Определение доли рынка, которая характеризует доминирующее положение фирмы. «Доминирующее положение фирмы на рынке» в законе «О конкуренции» (ст. 4) и законе «О защите конкуренции» (ст. 5). Одностороннее и коллективное доминирование.

Практика монополично высоких и монополично низких цен. Проблема хищничества в экономическом анализе и правовой практике. Критерии доказательства хищнического ценообразования. Правило разумности в отношении доминирующих фирм: анализ экономических основ и последствий доминирования.

Вертикальные ограничения и их влияние на конкуренцию: теория и практика. Противоречивое влияние вертикальных ограничивающих контрактов на благосостояние. «Чикагский» и «пост-чикагский» подход к оценке вертикальных ограничивающих контрактов. «Правило разумности» при анализе вертикальных ограничений: опыт США.

Экономический анализ дела против компании Microsoft (1998). Европейская интеграция и подход к оценке вертикальных ограничений.

Определение нелегальной практики доминирующей компании в российском законе «О конкуренции» (ст. 5) и «О защите конкуренции» (ст. 6-7, 10, 12): экономический анализ изменения антимонопольного законодательства.

Доминирование в отраслях естественных монополий: доктрина ключевых мощностей.

Вопросы для повторения

1. Какая фирма считается доминирующей на рынке, согласно законодательствам США, Европейского союза, России? В чем состоит трудность в выборе критерия доминирования?
2. Каковы основные формы злоупотребления доминирующим положением? По каким признакам они определены?
3. В чем конкретно состоит злоупотребление доминирующим положением фирмы, которая снижает цены на свою продукцию? Что такое «хищническое ценообразование», какие критерии доказательства «хищнического ценообразования» используются в антимонопольной практике США?
4. Что такое коллективное доминирование? В чем отличия коллективного доминирования от одностороннего? В какой степени можно ожидать одних и тех же форм злоупотребления односторонним и коллективным доминированием?
5. Что такое вертикальные ограничивающие контракты? В чем может проявляться злоупотребление доминирующим положением в случае вертикальных ограничений? Покажите различия в оценке влияния вертикальных ограничений на рыночную власть и эффективность разных школ в экономической теории.
6. Как проявились различия в оценке вертикальных ограничивающих контрактов при анализе дела против компании Microsoft (по публикациям в «Journal of Economic Perspectives» весной 2001 г.)?

Литература

- Авдашева С.Б., Шаститко А.Е., Калмычкова Е.Н.* Экономические основы антимонопольной политики: российская практика в контексте мирового опыта // Экономический журнал ВШЭ. 2007. Т. 11. № 4.
- Антимонопольное регулирование вертикальных ограничивающих контрактов: российская практика в контексте мирового опыта / Под ред. Т.А. Алимовой, С.Б. Авдашевой. М.: ТЕИС, 2004.
- Гречишкина И.В., Шаститко А.Е.* Экономический анализ применения антимонопольного законодательства. М.: ТЕИС, 2003.
- МакГи Дж.С.* Хищническое снижение цен: дело компании Standard Oil // Вехи экономической мысли. Теория отраслевых рынков / Под ред. А.Г. Слуцкого. СПб.: Экономическая школа, 2003. С. 567–621.
- Познер Р.* Экономический анализ права. СПб.: Экономическая школа, 2004. Гл. 10.
- Уильямсон О.* Экономия как защита в антимонопольном процессе: компромисс с позиции благосостояния // Вехи экономической мысли. Теория отраслевых рынков / Под ред. А.Г. Слуцкого. СПб.: Экономическая школа, 2003.
- Areeda P., Turner D.* Predatory pricing and related practices under Section 2 of the Sherman Act // Harvard Law Review. 1975. Vol. 88. P. 687–724.
- Gilbert R.G., Katz M.L.* An economist's guide to U.S. v. Microsoft // Journal of Economic Perspectives. 2001. Vol. 15. No. 2. P. 25–44.
- Klein B.* The Microsoft case: what can a dominant firm do to defend its market position // Journal of Economic Perspectives. 2001. Vol. 15. No. 2. P. 45–62.
- Motta M.* Competition Policy. Theory and Evidence. Cambridge: Cambridge University Press, 2004. Ch. 7. P. 411–532.

Whinston M.D. Exclusivity and tying in U.S. v. Microsoft: what we know and don't know // *Journal of Economic Perspectives*. 2001. Vol. 15. No. 2. P. 63–80.

Тема 5. Антимонопольный контроль слияний

Противоречивое влияние слияний на благосостояние. Анализ антиконкурентных эффектов горизонтальных, вертикальных и конгломератных слияний.

Влияние горизонтальных слияний на конкуренцию: односторонние эффекты и эффекты координации. Моделирование воздействия слияний на благосостояние (по статье: Salant et al. 1983). Методика анализа односторонних эффектов: рыночная доля и мощности, барьеры входа, спрос, рыночная власть покупателя, соображения «умирающей компании». Эффекты координации: факторы, повышающие стимулы к сговору. Защита слияния по соображениям эффективности: критерии и порядок признания.

Процедуры антимонопольного контроля слияний в США, Европейском Союзе и России.

Практика слияний в России и влияние слияний на конкуренцию.

Изменение подхода к антимонопольному анализу слияний в российском антимонопольном законодательстве: закон «О конкуренции» (ст. 17, 18) и закон «О защите конкуренции» (гл. 7). Объект предварительного контроля. Значение критериев предварительного контроля. Перераспределение акций и активов внутри холдингов. Дополнительные условия разрешения на сделки слияния: структурные и поведенческие. Траектория выигрышей от слияния.

Вопросы для повторения

1. Охарактеризуйте основные мотивы горизонтальных и вертикальных слияний. Покажите основные направления положительного и отрицательного влияния этих процессов на общественное благосостояние.
2. В течение нескольких последних лет в ЕС действует упрощенный порядок предварительного контроля экономической концентрации. В частности, если стороны смогут продемонстрировать, что продукты участвующих в слиянии компаний не связаны ни как заменители, ни в последовательных звеньях технологической цепочки, сделка разрешается без дальнейшего анализа. Можете ли вы объяснить, на чем основана такая процедура?
3. Как определяется объект антимонопольного контроля сделок экономической концентрации в законодательстве США и ЕС? В российском законе «О защите конкуренции» (гл. 7)?
4. Как определяется пороговое значение сделок, подлежащих предварительному антимонопольному контролю в российском законодательстве? В законодательстве США и ЕС? Стран Восточной Европы? Покажите влияние выбора показателя размера фирмы на адекватность норм антимонопольного контроля.
5. Почему для российского антимонопольного органа чрезвычайно актуальна проблема определения «группы лиц» при анализе конкуренции на товарных рынках и, в частности, при анализе сделок экономической концентрации? Покажите, каким образом недостаточно точное определение участника конкуренции может повлиять на выводы предварительного анализа сделок экономической концентрации.
6. Как менялся подход к предварительному антимонопольному анализу слияния и перераспределения акций в российском антимонопольном законодательстве?

Литература

- Авдашева С.Б., Шаститко А.Е., Калмычкова Е.Н.* Экономические основы антимонопольной политики: российская практика в контексте мирового опыта // Экономический журнал ВШЭ. 2007. Т. 11. № 3.
- Motta M.* Competition Policy. Theory and Evidence. Cambridge: Cambridge University Press, 2004. Ch. 5-6. P. 231–410.
- Salant S.W., Switzer S., Reynolds R.J.* Losses from horizontal merger: the effects of an exogenous change in industry structure on Cournot-Nash Equilibrium // Quarterly Journal of Economics. 1983. Vol. 98. P. 185–199.
- Willig R.* Merger analysis, industrial organization theory, and merger guidelines // Brookings Papers: Microeconomics. 1991. P. 281–333.
- Экономическая концентрация (1999–2001) и проблемы антимонопольного контроля // Обзор экономической политики за 2001 г. / Бюро экономического анализа. М.: ТЕИС, 2002.

Тема 6. Предотвращение недобросовестной конкуренции

Регламентация недобросовестной конкуренции в странах Западной Европы, в США и России. Практика конкуренции, ее нормы и традиции в понимании юристов и экономистов XIX в. Нанесение вреда потребителю, продавцу, любому хозяйствующему субъекту – основа трактовки недобросовестной конкуренции в XX в. Недобросовестная конкуренция как нарушение прав собственности.

Анализ понятий недобросовестной конкуренции и монополизации рынков: совпадения и различия. Пример законодательств Германии, Франции и США. Разделение и совмещение задач борьбы с монополизмом и недобросовестной конкуренцией в этих законодательствах. Трактовка недобросовестной конкуренции в законе «О конкуренции» (ст. 2, 4, 10) и «О защите конкуренции» (ст. 3, 4, 9).

Борьба с недобросовестной конкуренцией и защита прав потребителей. Трактовка права потребителя и источники возможного нарушения этих прав вследствие недобросовестной конкуренции. Безопасность, здоровье, охрана собственности, в том числе интеллектуальной, в трактовке законодательства по защите прав потребителей и антимонопольного законодательства.

Формы недобросовестной конкуренции и их экономический анализ. Определение ущерба (вреда) хозяйствующему субъекту. Нанесение ущерба потребителю. Приобретение преимуществ в результате недобросовестной конкуренции.

Защита деловой репутации юридических лиц и наличие конкурентных отношений. Распространение ложных сведений, определение ущерба, нанесенного дискредитацией.

Введение в заблуждение относительно характера, способа изготовления, потребительских свойств, качества и количества товара. Регулирование конкуренции с целью обеспечить безопасность, здоровье потребителя. Положение о сертификации продукции и закон «О рекламе»; их соотношение с трактовкой недобросовестной конкуренции. Определение выгод от введения в заблуждение относительно товара.

Некорректное сравнение товаров и присвоение чужой репутации. Дискредитация через некорректное сравнение. Определение вреда, нанесенного хозяйствующему субъекту, и незаконных преимуществ, приобретенных из-за некорректного сравнения.

Незаконное использование интеллектуальной собственности как форма недобросовестной конкуренции. Обычаи делового оборота, практика хозяйственной деятельности России – их отношение к незаконному использованию интеллектуальной собственности. Закон об

авторском праве и недобросовестная конкуренция. Получение выгод от незаконного использования интеллектуальной собственности. Закон «О рекламе» и трактовка незаконного использования интеллектуальной собственности. Кампания борьбы с «пиратством» в России. «Пиратство» на рынках стран Западной Европы и США.

Получение, использование и разглашение информации, составляющей коммерческую, служебную, охраняемую законом тайну. Понятие конфиденциальности информации. Закон «Об информации», трактовка видов информации. Определение ущерба от использования конфиденциальной информации. Обязательства владельца информации по охране ее от разглашения.

Недобросовестная конкуренция, связанная с приобретением и использованием исключительного права на средства индивидуализации юридического лица, индивидуализации товара, выполняемых работ или оказываемых услуг. Проблема охраны товарных знаков на современных рынках. Международное право и закон «О товарных знаках» об охране товарного знака и определении случаев его нарушения.

Вопросы для повторения

1. Как определяется «недобросовестная конкуренция» в законодательстве России, Франции, Германии? Покажите различия подходов в выборе правовых норм, нацеленных на защиту от недобросовестной конкуренции?
2. Почему, на ваш взгляд, в США отсутствует отдельный закон (акт) о пресечении недобросовестной конкуренции?
3. Какие методы недобросовестной конкуренции зафиксированы в законе «О защите конкуренции» (2006)? Какие из них вы считаете наиболее распространенными в современной России и почему?
4. Каковы методы и способы определения ущерба от недобросовестной конкуренции?
5. Каковы методы выявления полученных преимуществ за счет недобросовестной конкуренции?
6. Какие действия фирм на рынке, по вашему мнению, нарушают обычаи делового оборота, требования добропорядочности?
7. Как соотносятся требования к рекламе в законе «О рекламе» и трактовка недобросовестной конкуренции в законе «О защите конкуренции»?
8. Какие маркетинговые технологии могут противоречить духу закона «О защите конкуренции», содержать формы недобросовестной конкуренции?

Литература

Пресечение недобросовестной конкуренции / Под ред. О.В. Коломийченко. СПб.: Техническая книга, 2003.

Познер Р. Экономический анализ права. СПб.: Экономическая школа, 2004. Т. 1. С. 42–61; Т. 2. С. 848–852.

Шаститко А.Е. Трансакционные издержки, связанные с созданием и использованием прав на товарные знаки в России. М., ТЕИС, 2000.

Тема 7. Государственное регулирование и соблюдение принципов конкуренции

Влияние государства на конкуренцию. Административные решения и ограничение конкуренции. Система государственных закупок. Система государственной помощи.

Практика административных решений, ограничивающих конкуренцию, и их влияние на экономическое развитие. Нормы о запрете ограничений конкуренции со стороны органов власти в законе «О конкуренции» (ст. 7, 8) и «О защите конкуренции» (гл. 3) и проблемы их применения.

Требования ограничения конкуренции в системе государственных закупок. Основные препятствия конкуренции: сговор и коррупция. Международная практика применения норм, нацеленных на предотвращение сговора и коррупции в конкурсных торгах. Требования закона «О защите конкуренции» (ст. 15) и закона «О размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд» (ФЗ-94 от 21 июля 2005 г.).

Государственная помощь, ее влияние на конкуренцию. Регламентация предоставления государственной помощи в ЕС и в России (в соответствии с законом «О защите конкуренции» (гл. 5): сравнительный анализ.

Вопросы для повторения

1. Как связаны между собой ограничения конкуренции и рентоориентированное поведение чиновников? Оцените роль рентоориентированного поведения в формировании структуры рынков в российской переходной экономике.
2. Какое влияние, по мнению экспертов ЦЭФИР (Журавская, Яковлев 2005), оказывает выборочная поддержка предприятий в российских регионах на экономическое развитие?
3. На какие нормы, содержащиеся в законе «О защите конкуренции» (2006), опирается надзор российского антимонопольного органа за решениями представителей органов исполнительной власти?
4. Какое влияние на рыночную конкуренцию оказывают формы предоставления государственной поддержки и государственной помощи? С этой точки зрения проведите сравнительный анализ системы государственной помощи в Евросоюзе и в России (воспользуйтесь такими критериями сравнения, как принципы, направления, формы и процедуры предоставления).
5. Сравните эффективные границы конкуренции в закупках однородной и сложной продукции; в закупках услуг; в распределении контрактов на строительные работы.
6. Сравните влияние на конкуренцию коррупции и сговора на стороне потенциальных поставщиков. Предложите закупочные процедуры, которые позволили бы минимизировать риск коррупции и возникновения сговора.
7. «Конкуренцию подрывает не столько коррупция на стадии проведения торгов, сколько коррупция в процессе выполнения контракта». Обсудите это утверждение.
8. Как вы оцениваете мотивы и результаты использования в государственных закупках на региональном уровне принципа протекционизма по отношению к местным производителям? Какое влияние протекционизм оказывает на конкуренцию и эффективность системы государственных закупок?

Литература

Авдашева С., Ястребова О. Государственная поддержка в регионах: состояние и проблемы реорганизации // Вопросы экономики. 2001. № 5.

Административные ограничения конкуренции // Обзор экономической политики за 1998 год / Бюро экономического анализа. М.: ТЕИС, 1999.

Астапович А.З. Ограничение конкуренции на региональных рынках товаров и услуг местными органами власти и управления (Очерк российской практики 1990-х годов). М.: ТЕИС, 2000.

Журавская Е., Яковлев Е. Захват государства от Ельцина до Путина // Научные доклады ЦЭФИР. 2005. № 52.

OECD. Competition Policy and Procurement Markets, 1998.

Тема 8. Экономические проблемы дерегулирования и развития конкуренции на рынках естественных монополий

Неэффективность регулирования естественных монополий. Мировая практика и модели развития конкуренции и дерегулирования в отраслях естественных монополий.

Экономические проблемы дерегулирования. Масштабы и методы тарифного регулирования. Стимулирующее регулирование. Ограничение применения стимулирующего регулирования. Модель Армстронга силы стимулов в ценовом регулировании. Ценовая дискриминация при наличии и отсутствии конкурентов на рынках регулируемой компании (проблема перекрестного субсидирования). Практика ценового регулирования в российских отраслях естественных монополий.

Разделение потенциально конкурентных и естественно-монопольных сегментов. Выбор модели вертикального разделения. Горизонтальное разделение. Российская практика реформ в отраслях естественных монополий. Создание холдинга «Связьинвест» и концепция реформирования РАО «ЕЭС России» в контексте мировой практики.

Регулирование тарифных и нетарифных условий использования естественно-монопольного компонента. Цена доступа к ключевым мощностям. Правило «эффективного составного ценообразования» (Баумоля-Виллига) и его влияние на эффективность входа и конкуренцию. Определение цены доступа в законе «О связи» (2003): экономический анализ.

Размещение ограниченных ресурсов: аукционы против административных процедур. Принципы проведения аукционов на использование ограниченных ресурсов. Выбор модели аукциона: «английский» аукцион против «голландского». Стимулы «слабых» претендентов принимать участие в аукционе (по статье: Hendricks, Porter 1988). Возможности ограничения конкуренции: параллельное поведение, хищнические цены. Практика размещения радиочастотного спектра в России: проблема спецификации прав собственности.

Финансирование «универсальных услуг». Влияние выбора модели финансирования на конкуренцию. Конкурсы за право осуществлять универсальные услуги. Режим финансирования универсальной услуги в соответствии с законом «О связи» (2003).

Организация государственного регулирования в отраслях естественных монополий. Полномочия «традиционного» регулирующего органа, специализированного регулирующего органа, антимонопольного органа. Сравнение полномочий органов регулирования в российских отраслях естественных монополий.

Вопросы для повторения

1. Охарактеризуйте влияние асимметрии информации на эффективность ценового регулирования. Каким образом эти проблемы могут решаться с помощью введения «стимулирующего регулирования»? Почему масштабы применения «стимулирующего регулирования» фактически ограничены?
2. Как влияет ценовая дискриминация на благосостояние в отраслях естественных монополий? Зависит ли оценка ценовой дискриминации от того, распространяется ли она на рынки, где присутствуют конкуренты традиционной компании?
3. Почему развитие конкуренции может требовать вертикального разделения компаний в отраслях естественных монополий? Горизонтального разделения? Проведите сравнительный анализ альтернативных моделей вертикального разделения, которые могут использоваться регулятором.
4. В каком случае регулирование условий доступа к естественно-монопольному компоненту представляет большую проблему для регулятора – когда традиционная компания вертикально разделена или не разделена?
5. В чем состоит правило Баумоля-Уиллига назначения цены на использование инфраструктурных мощностей вертикально интегрированного монополиста? Обеспечивает ли выполнение этого правила «второе наилучшее» равновесие?
6. Осуществляющий конкурентную политику орган обычно предъявляет к оператору ключевых мощностей требование назначать для всех пользователей одинаковую («недискриминационную») цену. Способствует ли такая цена достижению максимума благосостояния?
7. Какое влияние на возможности и перспективы развития конкуренции в отраслях естественных монополий оказывает выбранная модель размещения ограниченных ресурсов (радиочастотного спектра, прав на добычу полезных ископаемых)?
8. Зачастую на традиционного оператора в отрасли естественной монополии возложена обязанность предоставлять универсальную услугу либо обслуживать определенные группы конечных потребителей по льготным тарифам. Какие проблемы эта практика создает для перспектив развития конкуренции?
9. Какую роль в развитии конкуренции на рынках естественной монополии играют отраслевые и антимонопольные органы? Нормы отраслевого и антимонопольного законодательства?

Литература

- Авдашева С.Б., Шаститко А.Е.* Развитие конкуренции в отраслях с естественно-монопольным компонентом: основания, варианты, ограничения // Доклады РЕЦЭП. 2005. № 4 (8).
- Королькова Е.И.* Естественная монополия: регулирование и конкуренция. Курс лекций // Экономический журнал ВШЭ. 1999–2001.
- Питтмэн Р.* Вертикальная реструктуризация инфраструктурных отраслей в странах с переходной экономикой // Экономическая школа: аналитическое приложение. СПб.: Экономическая школа, 2003.
- Хуберт Ф.* Перекрестное субсидирование тарифов в электроэнергетической промышленности России не так плохо, как его репутация // Экономический журнал ВШЭ. 2002. Т. 6. № 3.
- Armstrong M., Sappington D.* Recent developments in the theory of regulation // Handbook of Industrial Organization. Vol. 3. Amsterdam: North-Holland, 2004.

- Coase R.H.* The Federal Communications Commission // *Journal of Law and Economics*. 1959. Vol. 2. No. 1. P. 1–40.
- Hendricks K., Porter R.H.* An empirical study of an auction with asymmetric information // *American Economic Review*. 1988. Vol. 78. No. 5. P. 865–883.
- Klemperer P.* How (not) to run auctions: the European 3G telecom auctions // *European Economic Review*. 2002. Vol. 46. No. 4-5. P. 829–845.
- Valletti T., Estache A.* The theory of access pricing: an overview for infrastructure regulators / World Bank. Washington, 1998.
<http://www.worldbank.org/html/dec/Publications/Workpapers/wps2000series/wps2097/wps2097.pdf>

Тема 9. Теоретические основы и мировой опыт развития конкурентных отношений в коммунальном хозяйстве

Конкуренция на рынке и конкуренция за рынок. Теория торгов за франшизу (Демсец) и ее критика (Телсер, Познер, Голдберг, Уильямсон). Модели торгов за франшизу с одним и несколькими критериями отбора. Теоретические проблемы развития конкуренции: фундаментальная трансформация, пересмотр долгосрочных контрактов и двухсторонний шантаж.

Формы делегированного управления инфраструктурными мощностями в коммунальном хозяйстве (формы контрактов, заключаемых в коммунальном хозяйстве с частными предприятиями). Виды и этапы конкурсов. Примеры конкурсов и контрактов: Буэнос-Айрес, Армения. Практические проблемы развития конкуренции в отраслях естественных монополий: риски, коррупция, небольшое количество участников. Пример Каракаса.

Российский опыт развития конкуренции на рынке коммунального хозяйства и федеральная политика. Ключевые участники рынков (РКС, КЭС, ЕВП, Росводоканал, Новогор, РАО ЕЭС). Практика получения контрактов: с конкурсами (Москва, Березники) и без конкурсов. Понятие выращивания конкуренции.

Барьеры на пути развития конкуренции: особенности муниципальных унитарных предприятий, институциональные, политические и коммерческие риски.

Федеральная политика. Снижение регуляторных рисков. Особенности Закона «О концессионных соглашениях»: понятие концессионного соглашения, порядок проведения конкурсов. Необходимость ограничения оборота коммунальной инфраструктуры.

Вопросы для повторения

1. Почему предложенное Демсецем решение проблемы регулирования естественных монополий нельзя считать полностью удовлетворительным? Перечислите основные положения критиков теории торгов за франшизу.
2. Почему на последующих торгах нарушается принцип равенства соперников? Может ли проблема фундаментальной трансформации быть решена полностью и, если нет, какие способы снижения остроты данной проблемы вы видите?
3. Какие формы делегированного управления инфраструктурными мощностями в коммунальном хозяйстве вы знаете? В чем их отличительные особенности? Приведите примеры для каждой из перечисленных вами форм делегированного управления.
4. Какие виды конкурсов за право заключения договоров делегированного управления вы знаете? Какие этапы в проведении конкурсов за право заключения договоров делегированного управления можно условно выделить? В чем цель каждого из этапов?

5. Какие риски принимает частное предприятие, заключая договор делегированного управления? Какие из них могут быть запретительно высоки? Приведите примеры.
6. Каким образом повысить количество участников конкурса? И какие способы ex ante определения оптимального количества участников конкурса вы могли бы предложить?
7. Какие компании действуют сегодня на рынке управления инфраструктурными мощностями в России? В чем достоинства и недостатки выбранных ими стратегий? Перечислите основные риски, с которыми сталкиваются сегодня частные предприятия в коммунальном хозяйстве России? Приведите примеры. Какие риски позволило снять принятие Федерального закона № 210-ФЗ «Об основах тарифного регулирования организаций коммунального комплекса»?
8. Отсутствие конкурсов в большинстве случаев заключения договоров делегированного управления – хорошо или плохо с точки зрения эффективности результатов конкурса?
9. Какие барьеры на пути развития конкуренции в коммунальном секторе в России вы видите?

Литература

- Мартусевич Р.А., Сиваев С.Б., Хомченко Д.Ю.* Государственно-частное партнерство в коммунальном хозяйстве. М.: Фонд «Институт экономики города», 2006.
- ОЭСР. Обзор российских и иностранных частных компаний, работающих в коммунальном хозяйстве Российской Федерации. Париж: ОЭСР, 2004.
- Петрова Е.Ф., Шаниро М.Д.* Развитие конкуренции в сфере обслуживания жилищного фонда. М.: Фонд «Институт экономики города», 2002.
- Практика реформы жилищно-коммунального хозяйства: Аналитический доклад / Под ред. С.Б. Сиваева. М.: Фонд «Институт экономики города», 2004.
- Alcázar L., Abdala M.A., Shirley M.M.* The Buenos Aires water concession // World Bank Policy Research Working Paper No. 2311. 2000 (April).
- Branco F.* The design of multidimensional auctions // The RAND Journal of Economics. 1997. Vol. 28. No.1. P. 63–8.
- Demsetz H.* Why regulate utilities? // Journal of Law and Economics. 1968. Vol. 11. P. 55–65.
- Kerf M., Gray R.D. et al.* Concessions for infrastructure: a guide to their design and award // Technical Paper No. 389. Washington, D.C.: World Bank, 1998.
- Laffont J.-J., Tirole J.* Auctioning incentive contracts // Journal of Political Economy. 1987. Vol. 95. No. 5. P. 921–937
- OECD and World Bank. Private sector participation in municipal water services in Central and Eastern Europe and Central Asia // Conference Write-Up. 2002. April 10-11. Paris.
- OECD. Global Trends in Urban Water Supply and Waste Water Financing and Management: Changing Roles for the Public and Private Sectors. Paris: OECD, 2000.
- Posner R.A.* The appropriate scope of regulation in the cable television industry // The Bell Journal of Economics and Management Science. 1972. Vol. 3. No. 1. P. 98–129.
- Riordan M.H., Sappington D.* Awarding monopoly franchises // American Economic Review. 1987. Vol. 77. No. 3. P. 375–387.

- Shirley M.M., Ménard C. Cities Awash: A Synthesis of the Country Cases. In Shirley M.M. (ed.). Thirsting For Efficiency: the Economics and Politics of Urban Water System Reform. Pergamon, 2002.
- Telser L.G. On the Regulation of Industry: A Note, The Journal of Political Economy, 1969, vol. 77, No 6, pp. 937-952
- UNCITRAL Legislative Guide on Privately Financed Infrastructure Projects. New York: United Nations, 2001.
- Williamson O.E. Franchise Bidding for Natural Monopolies – in General and with Respect to CATV, The Bell Journal of Economics, 1976, Vol.7, No.1, pp. 73-104.

Тема 10. Развитие конкуренции на российском рынке связи в контексте мирового опыта

Эволюция структуры телекоммуникационных рынков России. Создание холдинга «Связьинвест»: влияние на эффективность связи и конкуренцию.

Нормативные основы развития конкуренции в российской отрасли телекоммуникаций: закон «О связи» (2003 г.).

Масштабы тарифного регулирования в отрасли связи. Направления реформы тарифного регулирования.

Условия присоединения сетей. Особый статус оператора, «занимающего существенное положение». Дискреционное определение условий присоединения. Режим разрешения конфликтов по поводу условий присоединения. Распределение бремени судебных издержек.

Барьеры входа на рынок: лицензирование и сертификация оборудования. Сокращение числа лицензируемых видов деятельности в отрасли телекоммуникаций: 2000–2006 гг. Сертификация оборудования: обязательная и добровольная. Влияние сертификации на конкуренцию.

Распределение радиочастотного спектра. Недостаточность спецификации прав собственности на радиочастоты. Перспективы конкурсного размещения. Проблемы конверсии радиочастотного спектра и их влияние на конкуренцию в отрасли.

Предоставление и финансирование универсальной услуги. Опыт «обременения лицензий». Фонд универсального обслуживания и оператор универсального обслуживания.

Вопросы для повторения

1. Относится ли современный рынок связи к отраслям естественной монополии? Обсудите различные варианты ответа на этот вопрос.
2. Назовите основные типы барьеров входа на рынок услуг связи. Какое воздействие оказывает на высоту барьеров входа государственное регулирование этого рынка?
3. Что входит в понятие ключевых мощностей на рынках телекоммуникаций?
4. «Если в ранний период развития конкуренции на рынке телекоммуникаций она зависела в первую очередь от одностороннего доступа, в настоящее время она определяется режимом двустороннего доступа». Обсудите это утверждение.
5. Какие механизмы распределения радиочастот вам известны? Охарактеризуйте их сравнительные достоинства. Проанализируйте аргументы, приводимые в пользу аукционов.
6. Как меняется роль отраслевого и антимонопольного регулирования на рынке телекоммуникаций с развитием конкуренции и в зависимости от типа правовой системы?

7. Как распределены полномочия по регулированию рынка телекоммуникаций между отраслевым и антимонопольным органом в России?
8. Что входит в понятие «универсальной услуги» на рынках телекоммуникаций? Как организовано финансирование и предоставление универсальной услуги в России? В зарубежных странах?

Литература

Российский рынок телекоммуникаций: условия и перспективы развития конкуренции / Под ред. С.Б. Авдашевой, В.Л. Тамбовцева, А.Е. Шаститко. М.: ТЕИС, 2003.

Lafont J.-J., Tirole J. Competition in Telecommunications. Ann Arbor: MIT Press 1999.

Kerf M., Geradin D. Post-liberalization challenges in telecommunications: balancing Antitrust and sector-specific regulation. Tentative lessons from the experience of the United States, New Zealand, Chile and Australia // *Journal of World Competition*. 2000. Vol. 23. No. 2. P. 27–77.

De Boer D.B., Evans L. The economic efficiency of telecommunications in a deregulated market: the case of New Zealand // *Economic Record*. 1996. Vol. 72.

Тема 11. Развитие конкуренции на рынке железнодорожных перевозок: российская практика в контексте мирового опыта

Модели развития конкуренции в отрасли железнодорожного транспорта. Модель параллельной конкуренции (США, Канада). Модель конкуренции «за источник» (страны Латинской Америки). Модель конкуренции с вертикальным разделением: полным и неполным. Эволюция подхода Европейского Союза к выбору модели реформы: от Директивы 1991 г. к Директиве 2001 г. Модель полного вертикального разделения инфраструктуры и подвижного состава: неудачный опыт Великобритании.

Роль и место железнодорожного транспорта в общей системе перевозок в России. Особенности грузоперевозок по железным дорогам в России, рентабельность грузоперевозок по железным дорогам. Пассажирские перевозки. Рентабельность пассажирского транспорта и ее проблемы. Внутреннее перекрестное субсидирование как проблема регулирования железнодорожного транспорта.

Определение места и границ государственного регулирования на железнодорожном транспорте. Состояние конкуренции на рынке железнодорожных перевозок. Разделение сетевой инфраструктуры и фирм, обслуживающих перевозки. Проблема определения сетевой инфраструктуры, ее содержания и принципов функционирования. Регулирование доступа к сетевой инфраструктуре. Развитие конкуренции между фирмами-операторами. Определение транспортных тарифов и окупаемость транспортных услуг. Разделение грузового и пассажирского оборота на транспорте. Развитие обслуживания пассажиров, повышение скорости и комфортабельности пассажирского транспорта и определение оптимальной продолжительности переезда.

Проблема диспетчерской службы, безопасности и регулярности перевозок. Ответственность за ремонт путей и конкуренция (тендер) за обслуживание путей и подвижного состава. Роль РЖД, управления дорогами в организации тендеров и конкурентного рынка услуг.

Проблема финансирования железнодорожного транспорта. Организация акционерных обществ и привлечение средств на открытом рынке. Размещение акций дочерних компаний РЖД и его перспективы.

Вопросы для повторения

1. Охарактеризуйте особенности железнодорожного транспорта среди других отраслей естественных монополий. К каким результатам пришли эмпирические исследования эффектов масштаба и ассортимента в железнодорожных перевозках?
2. Каковы преимущества и недостатки развития конкуренции на рынке железнодорожных перевозок между вертикально интегрированными компаниями? В условиях вертикального обособления?
3. При каких условиях возможно развитие «географической конкуренции» на рынке железнодорожных перевозок?
4. Как эволюционировал подход к развитию конкуренции в области железнодорожных перевозок в Европейском Союзе?
5. Что означает требование «недискриминационных условий использования инфраструктуры» применительно к железнодорожным перевозкам? Какие условия должны быть созданы для того, чтобы это требование стало реализуемым?
6. Охарактеризуйте основное содержание реформы железнодорожного транспорта в России. Какие этапы реформирования выделены нормативными документами?
7. Какое воздействие должно оказать на перспективы развития конкуренции в российских железнодорожных перевозках сохранение регулирования тарифов на услуги конечным потребителям?

Литература

- Гуриев С., Питтман Р., Шевякова Е. Конкуренция вместо регулирования: предложения по реструктуризации железнодорожного транспорта на третьем этапе структурной реформы // ЦЭФИР. 2003.
- Питтман Р. Вертикальная реструктуризация инфраструктурных отраслей в странах с переходной экономикой // Экономическая школа: аналитическое приложение. СПб.: Экономическая школа, 2003.
- Dementiev A. Reforming Russian Railways: Introduction of Competition and New Regulatory Challenges // МИЭФ ГУ–ВШЭ. Working paper. 2006.
- Pittman R. Railway Competition: Options for the Russian Federation // Economics Working Paper Archive at WUSTL. 2003. WP 0111003.

Пример контрольной работы (максимальная оценка 100 баллов)

1. (30 баллов). На рынке однородной продукции спрос описывается зависимостью $P = 1 - Q$, где P – рыночная цена, Q – объем продаж. На рынке действуют две идентичные компании, производящие с нулевыми предельными издержками. Компании заключают соглашение о рыночных квотах для максимизации совокупной прибыли. Альтернативой соблюдению соглашения является конкуренция по Берtrandу. Дисконтирующий множитель составляет $0 \leq \delta \leq 1$.

(а) Охарактеризуйте равновесие по Нэшу в бесконечно повторяющейся игре. При каком значении дисконтирующего множителя равновесие по Нэшу будет предполагать поддержание соглашения?

(б) Как повлияет на стимулы к поддержанию соглашения возможность входа на рынок третьего участника (предполагая, что вход нового участника приводит к конкуренции по

Бертрану, вероятность входа одинакова во всех будущих периодах, но вошедший участник в следующий период времени не уходит с рынка и не входит в картельное соглашение)?

(в) Как повлияет на стимулы к поддержанию соглашения различие в издержках участников рынка (представьте себе, что один из продавцов имеет высокие предельные (и средние) издержки $c_H = 0,1$, а другой – низкие $c_L = 0$). Подсказка: выбор какой компании целесообразно рассмотреть?

(г) Перечислите другие факторы, воздействующие на стимулы к «скрытому сговору» на рынках.

(д) Принятый 26 июня 2006 г. закон «О защите конкуренции» содержит следующую норму (ст. 5, п. 3):

«Доминирующим признается положение каждого хозяйствующего субъекта из нескольких хозяйствующих субъектов... применительно к которому выполняются в совокупности следующие условия:

1) совокупная доля не более чем трех хозяйствующих субъектов, доля каждого из которых больше долей других хозяйствующих субъектов на соответствующем товарном рынке, превышает пятьдесят процентов, или совокупная доля не более чем пяти хозяйствующих субъектов, доля каждого из которых больше долей других хозяйствующих субъектов на соответствующем товарном рынке, превышает семьдесят процентов (настоящее положение не применяется, если доля хотя бы одного из указанных хозяйствующих субъектов менее чем восемь процентов);

2) в течение длительного периода... относительные размеры долей хозяйствующих субъектов неизменны или подвержены малозначительным изменениям, а также доступ на соответствующий товарный рынок новых конкурентов затруднен;

3) реализуемый или приобретаемый хозяйствующими субъектами товар не может быть заменен другим товаром при потреблении..., рост цены товара не обуславливает соответствующее такому росту снижение спроса на этот товар, информация о цене, об условиях реализации или приобретения этого товара на соответствующем товарном рынке доступна неопределенному кругу лиц».

Проинтерпретируйте, каким образом эта норма связана с рассмотренной выше концепцией «скрытого сговора».

2. (30 баллов) В антимонопольный орган подается заявление о сделке экономической концентрации в форме слияния между двумя вертикально интегрированными компаниями, поставляющими на рынок и промежуточную, и конечную продукцию. Доля первой из компаний на общенациональном рынке промежуточной продукции (для ЕС – рынке Сообщества), составляет 30%, доля второй – 10%. В то же время на одном из региональных рынков конечной продукции доли этих продавцов составляют 40 и 20% соответственно.

(а) Кратко охарактеризуйте последовательность анализа этой сделки в соответствии с правилами антимонопольного контроля экономической концентрации в США, Европейском Союзе и России. Можно ли сделать прогнозы относительно решения соответствующих антимонопольных органов?

(б) Зависит ли решение антимонопольных органов от рыночной доли других компаний, действующих на рассматриваемом рынке? Какие другие факторы будут приниматься во внимание при анализе сделки в соответствии с доктриной «коллективного доминирования» (ЕС)?

(в) Руководство одной из компаний, мотивируя решение о слиянии, утверждает, что сделка приведет к повышению на 20% налогооблагаемой прибыли компании. Должен ли учитываться этот аргумент при решении антимонопольного органа о допустимости сделки в соответствии с правилами США? Европейского Союза? России?

3. (20 баллов) На дерегулируемом рынке газа Великобритании компания, обладающая лицензией на транспортировку газа, не может получить лицензию на выполнение функций поставщика газа. На какие аргументы опирается такое ограничение? Знаете ли вы другие примеры подобных ограничений в зарубежных странах? Российской практике?

4. (20 баллов) В середине 1990-х гг. на рынке телекоммуникаций Великобритании действовало следующее правило определения платы за доступ. Новый независимый оператор, получая доступ к сетям British Telecom для оказания определенных конечных услуг, должен был выплатить сумму издержек, которые несет British Telecom, предоставляя доступ, и прибыль, равную той прибыли, которую получил бы ВТ, предоставляя конечные услуги самостоятельно. Кому принадлежит правило, реализованное при таком определении цены присоединения? Применяется ли такое правило при определении цены доступа в других отраслях естественных монополий? Сравните содержание этого правила с определением платы за доступ согласно российскому закону «О связи» (2003).

Тематический расчет часов

№	Наименование тем	Аудиторные часы		Формы текущего контроля	Самостоятельная работа	Всего
		Лекции	Семинары			
1	Конкурентная политика: основные компоненты и концептуальные основы	2	4		6	12
2	Институты конкурентной политики	4	2		6	12
3	Антимонопольная политика в отношении картелей	2	2		6	10
4	Противодействие злоупотреблению доминирующим положением	2	2		6	10
5	Антимонопольный контроль слияний	2	2		6	10
6	Предотвращение недобросовестной конкуренции	2	2		6	10
7	Государственное регулирование и соблюдение принципов конкуренции	2	2	Контрольная работа	6	10
8	Экономические проблемы дерегулирования и развития конкуренции на рынках естественных монополий	2	2		6	10
9	Теоретические основы и мировой опыт развития конкурентных отношений в коммунальном хозяйстве	2	2		6	10
10	Развитие конкуренции на российском рынке связи в контексте мирового опыта	2	2		6	10
11	Развитие конкуренции на рынке железнодорожных перевозок: российская практика в контексте мирового опыта	2	2	Финальный экзамен	6	10
	ИТОГО	24	24		66	114

КОНФЕРЕНЦИИ

IX международная научная конференция «МОДЕРНИЗАЦИЯ ЭКОНОМИКИ И ГЛОБАЛИЗАЦИЯ»

1–3 апреля 2008 г.

Москва, ГУ–ВШЭ

В первых числах апреля 2008 г. в Москве прошла IX международная научная конференция «Модернизация экономики и глобализация», организованная Государственным университетом – Высшей школой экономики при участии Всемирного банка и Международного валютного фонда. В конференции, вызвавшей значительный интерес российских и зарубежных ученых, представителей власти, бизнеса, средств массовой информации, приняло участие более 1400 человек. На 17 тематических секциях, включающих 87 сессий и 10 круглых столов, прозвучало 320 докладов как по экономической проблематике, так и по всему остальному спектру гуманитарных наук: социологии, политологии, праву, философии, культурологии и др.

1 апреля на пленарном заседании конференции министр экономического развития и торговли РФ Эльвира Набиуллина заметила, что процесс глобализации несет как новые возможности для развития, так и существенные риски. Именно сквозь призму этих возможностей и рисков уже девятый год подряд в рамках конференции обсуждаются наиболее актуальные экономические и социальные аспекты развития России и других переходных и развивающихся экономик.

Глобализация – это своего рода «тойнбианский» вызов, который брошен сегодня всему миру, в том числе и России. Ответом на этот вызов со стороны России может стать попытка сохранить свое культурное ядро, т.е. те ценности, благодаря которым Россия идентифицируется как независимое государство со своей уникальной цивилизацией. Эта попытка может быть выражена в региональном сценарии развития глобализации, как это сейчас практикуется многими странами, также оказавшимися в подобной ситуации. Такой сценарий представляет собой гармоничное существенное взаимодействие и взаимопроникновение глобализации и национальных и этнических культур. Этот процесс описан американским исследователем Роландом Робертсоном, именно им был придуман подходящий для него термин – глокализация.

С другой стороны, помимо глокализации, глобализации сопутствует еще один не менее важный процесс – массовая гламуризация общества, что связано с повсеместной виртуализацией социума и всемирной американизацией культуры. Подчас даже специфические национальные особенности принято подавать в блеске и шике гламура.

Представленные 2 апреля на конференции доклады почетного профессора психологии Еврейского университета в Иерусалиме Шалом Шварца и специального представителя Всемирного банка при ВТО и ООН в Женеве Ричарда Ньюфармера вполне можно было бы поместить в один тематический сборник, хотя они и были разнесены по разным секциям – «Социальные ценности» и «Мировая экономика и политика» соответственно. В общем-то, оба доклада описывали разные стороны одной медали – развитие локального сценария глобализации при внешнем усилении процесса всемирной экономической, политической и культурной интеграции.

В начале своего доклада «Культурно-ценностные ориентации: природа и значение национальных различий» профессор *Шалом Шварц* отметил, что ценности являются центральным аспектом культуры. Одни из них могут быть более желательны в данном обществе, другие – менее. Всего он выделил 54 ценности, которые объединил в своего рода ценностные блоки. Это 7 основных культурно-ценностных ориентаций (культурные ценности группового уровня): Гармония, Принадлежность к группе, Иерархия, Мастерство, Аффективная автономия, Интеллектуальная автономия, Эгалитаризм.

В свою очередь эти ориентации формируют 3 биполярных измерения культуры, представляющие альтернативные решения каждой из проблем, с которыми сталкиваются все общества: Принадлежность к группе против Автономии, Иерархия против Равноправия и Мастерство против Гармонии. На крайних полюсах этих измерений находятся идеальные модели обществ, в которых преобладают те или иные культурно-ценностные ориентации. Но, по мнению г-на Шварца, если какая-либо культурно-ценностная ориентация утверждается по максимуму, то она неизбежно являет свою темную сторону, что чревато конфликтами внутри самой культуры. «Потому в реальности таких обществ не существует, – заметил Шварц, – на самом деле все гораздо сложнее».

Нельзя сказать, что, например, для такого-то общества характерны гармония и эгалитаризм. Можно говорить скорее о соответствующих тенденциях данного общества, исходя из степени преобладания в нем тех или иных культурно-ценностных ориентаций. Та же гармония, объединенная с эгалитаризмом, конечно, говорит о сильном волюнтаристском настрое в обществе, но вряд ли указывает степень его концентрации.

Степень же эту можно вычислить, основываясь на данных социологических исследований ценностей «Schwartz Value Survey»¹, которые были проведены в 74 странах и охватили 77 культурных национальных групп. При проведении опросов выборка включала в основном школьных учителей и студентов университетов. Сами вопросы составлялись с поправкой на национальные и культурные особенности. В опросе было использовано 45 ценностных объектов, которые в различных культурных регионах имеют приблизительно одинаковый смысл.

На основе полученных данных была построена матрица культурного разграничения, по которой можно вычислить так называемое «культурное расстояние» между любыми двумя странами. Именно это культурное расстояние способно объяснить многие конфликты и недопонимания, возникающие при столкновении представителей различных культур. Оно же оказывает непосредственное влияние на международную торговлю.

И уже потом, задав таким образом своеобразную систему координат, прочертив векторы культурных ориентаций, можно нарисовать карту культурных регионов в современном мире. Причем, как заметил профессор, отличия регионов по социально-экономическому уровню могут быть как следствием, так и причиной отмечаемых культурных различий. Так, достаточно высокий уровень Мастерства в Южной Африке отражает разворачивающуюся в регионе борьбу с бедностью, которая поощряет и наделяет легитимностью изменения вплоть до эксплуатации окружающей среды. А отрицательные показатели в Восточной Европе таких ориентаций, как Иерархия и Равноправие, при высоком уровне Интеллектуальной автономии говорят о заметном в прошлом влиянии коммунистического режима на эти страны. На основе этой карты выглядит возможным составление долгосрочных прогнозов – конечно, если не учитывать различные непредвиденные ситуации (войны, стихийные бедствия и т.д.), которые в данном исследовании не рассматривались.

¹ Выполняются под руководством Ш. Шварца, исследовательский коллектив включает более 50 человек. Подробнее об исследованиях см.:

http://www.imo-international.de/index_englisch.htm#/englisch/html/svs_info_en.htm

Зато природный фактор занял крайне важное место в докладе г-на *Ричарда Ньюфармера* «На пути к следующей волне глобализации», который был представлен 2 апреля в рамках секции «Мировая экономика и политика». И фактором этим было глобальное потепление.

Ньюфармер говорил о том, что следующая волна глобализации будет намного более стремительной и повлечет за собой беспрецедентный экономический рост. Это будет происходить по четырем основным каналам: технологии, финансы, перемещения людей и международная торговля. «Люди начинают понимать значимость телекоммуникаций, и это понимание открывает перед мировым сообществом широкий спектр новых возможностей по получению глобальных знаний», – отметил он.

Быстрое распространение современных технологий, видимо, ускорит мировую интеграцию, и это – одна из основных причин ускорения глобализации. Причем развивающиеся страны по темпам роста технологического процесса уже сегодня опережают развитые страны. Также за последние 40 лет резко возросла миграция населения. Люди стали более мобильны. «Если к 20 годам моя дочь посетила около 15 стран, то я набрал такое количество только годам к 35», – полушутя заметил докладчик.

Для анализа всех этих тенденций специалистами Всемирного банка был выбран долгосрочный сценарий – до 2030 года.

Итак, мировая торговля будет расти, как и мировая интеграция. Соответственно, увеличится доля присутствия развивающихся стран в международной торговле. Уже через четверть века Китай станет главной экономикой мира. Россия тоже будет занимать значимое положение.

Мировой экономический рост увеличит доходы и сократит процент абсолютной бедности. Число людей, которые живут меньше, чем на один доллар в день, к 2030 г. будет составлять менее 500 млн. человек и почти все они будут сосредоточены в Африке. В развивающихся странах средний доход на душу населения удвоится. Но, увы, даже при таких условиях будет сохраняться экономическое неравенство.

– Это хорошие новости, – сообщил г-н Ньюфармер, – но есть и плохие.

Во-первых, последствия глобального потепления непредсказуемы, но уже сейчас ясно, что пострадают от них именно развивающиеся страны, хотя основную ответственность за возникновение этой проблемы несут развитые экономики.

Во-вторых, глобализация повлечет за собой большие потрясения. В частности, при внедрении в мировую экономику внутренних экономик. Некоторые регионы (например, часть Африки) окончательно отстанут от мирового сообщества. Латинская Америка не сможет в полной мере использовать потенциал своего экономического роста.

В-третьих, изменения на рынках труда будут для многих слишком быстрыми. Возникнет большая текучесть рабочей силы. Системам социального обеспечения придется переориентироваться, чтобы помогать людям со сменой работы. Это обострит многие экономические проблемы, и политические институты окажутся слишком слабы, чтобы с ними справиться.

Вообще, реализация потенциала мировой интеграции требует определенного политического ответа – как на глобальном, так и на локальном уровне. Внутренняя политика отдельных стран должна будет усилить конкурентоспособность своих экономик и тем самым подтвердить, что возможности экономического роста используются повсеместно.

Единственный же путь поощрения глобального равенства – это многосторонняя экономическая реформа, проект которой сейчас обсуждается в рамках ВТО. Она могла бы объединить все мировое сообщество в единую многостороннюю экономическую систему и обеспечила бы поддержку низкодоходным странам, чтобы они в полной мере могли использовать возможности экономического роста.

Что касается другого аспекта мировой интеграции, то в плане культурном подобная система уже давно построена. Это, в первую очередь, относится к социальным сетям. Ведь это «благо всемирного единства» влечет за собой всеобщую американизацию культуры и гламуризации социума, о чем и говорил 3 апреля на круглом столе «Вызовы и перспективы виртуализации в глобализированных системах» профессор Санкт-Петербургского государственного университета *Дмитрий Иванов*. Его доклад «Глэм-капитализм и глэм-наука» был представлен в рамках той же секции, что и днем ранее исследование профессора Шварца («Социальные ценности»).

Г-н Иванов говорил о том, что сейчас в обществе можно констатировать появление нового социального феномена, который в масс-медиа и повседневных дискурсах получил название гламура. Гламур – это не просто эстетическая форма или культурная логика, это сама рациональность сегодняшнего капитализма.

Понятие гламур (от англ. *glamour* – очарование), придуманное в середине 1930-х годов в Голливуде для описания особого стиля подачи образов киногероев, где все «красиво, роскошно, эротично», превратилось сегодня в универсальную медийную характеристику современного общества. И теперь именно этот глэм задает фундаментальную и универсальную логику деятельности, которая порождает и развивает новую версию капитализма – глэм-капитализм.

На перенасыщенном рынке продуктов создание бренда является самым эффективным средством в борьбе за внимание потребителей. Но когда виртуализация становится обыденностью, она порождает предельно высокую конкуренцию образов. И чтобы быть максимально успешными, образы становятся все более примитивными и более броскими, а именно яркость и примитивность являются основными характеристиками гламура. Таким образом, гламур становится универсальным феноменом. «Гипертрофированная яркость и прямолинейные ассоциации с роскошной и богемной жизнью, сексом и экзотикой притягивают внимание, и потому в экономике, столь зависимой от внимания, именно активно культивируемый гламур создает новых чемпионов рыночной гонки – производителей и потребителей всего “страшно красивого”», – закончил этот логический ряд Дмитрий Иванов.

Сегодня в экономике побеждает тот, кто сумел превратить себя в тренд, а свое поведение представить в качестве некоего универсального этического императива. Причем успешность самого тренда определяется креативностью коммуникаций, которые в новых условиях являются уже не сопровождением и поддержкой товара, а самим товаром.

В своем стремлении создавать тренды, а, главное, самим стать этими трендами, компании объединяются в «гламурно-промышленный комплекс» – сеть, объединяющую производителей, дизайнеров, работающих в индустрии моды, и потребителей – «трендоидов». Стандарт таких сетей в конце 1990-х годов был задан компанией Nokia, которая выпустила в продажу партию телефонов, созданных при участии D&G.

Сами же участники этих сетей являются прямой причиной капитализации гламура. Они – глэм-капиталисты, держатели «авторских и смежных» прав (например, прав на изобретение, бизнес-идею, текст, музыку, собственное имя). Именно они сегодня контролируют самые вызывающие, притягательные и малозатратные по первоначальным инвестициям «горячие бренды».

В капитализации гламура помимо глэм-капиталистов участвуют и сверхновые глэм-профессионалы. Ими могут быть разного рода креативные директора, проект-менеджеры, дизайнеры, стилисты, консультанты и т.п. Следствием всего этого становится изменение привычной структуры стратификации. Из «лимонообразной» с доминирующим средним слоем она становится «грушевидной», бимодальной. Это происходит потому, что глэм-

капиталисты и глэм-профессионалы образуют новые статусные группы, которые трансформируют привычную систему статусов.

По мнению профессора Иванова, для описания процесса всеобщей гламуризации общества и появления новых социальных феноменов традиционные социальные науки бесполезны. Отсюда возникает потребность в «глэм-науке».

Чтобы оставаться конкурентноспособным на перенасыщенном рынке интеллектуальной продукции, исследователь должен не только заинтересовать и убедить, но и очаровать – «огламурировать» (to glamour) аудиторию. Для этого он начинает использовать в качестве объекта так называемую «большую пятерку»: роскошь, экзотика, эротика, что-нибудь розовое, кто-нибудь блондинистый. А в качестве метода соответственно применяется «большая десятка»: топ-лист, рейтинг (правил, секретов, проблем, решений...). Так появляется глэм-наука.

Дмитрий Иванов уточнил, что в чистом виде глэм-наука присутствует в глянцевах журналах, где (по)читатели гламура находят материалы, ценимые по тем же критериям, по которым всегда ценились научные исследования: актуальность, истинность, практическая значимость. Понятие истины, выработанное глэм-наукой, вполне адекватно той аудитории, на которую эта наука ориентирована, потому что сверхновая модальность общественной жизни раскрывается не в истинах-нравоучениях традиционных социальных наук, а в истинах-развлечениях глэм-науки.

Единственная альтернатива глэм-науке состоит не в отказе от нее, а в ее преодолении и появлении «веселой науки», идею которой проповедовал Ницше. «“Веселая наука” открывает не столько забавные, сколько злые истины, – заметил г-н Иванов. – Злой истиной для социальных наук является глэм-капитализм. Злой истиной для глэм-капитализма является альтер-социальность сверхновых движений. Злой истиной для альтер-социальных движений является вырастающий из их столкновений и конвергенции с глэм-капитализмом альтер-капитализм». Если до конца следовать логике профессора Иванова, то злой истиной для глобализации окажется глокализация, которую в таком случае можно будет переименовать в альтер-глобализацию.

Тогда, быть может, не зря к феномену глокализации сегодня так внимательно и с разных сторон присматриваются совершенно разные исследователи. Ведь Шалом Шварц далеко не единственный, кто попытался выделить и измерить определенные культурные ценности, чтобы построить карту культурных регионов мира. В частности, этой проблематикой занимаются Г. Хофстед, Р. Инглхарт и др.

И если уже сейчас аналитики Всемирного банка при составлении долгосрочных экономических прогнозов не могут не делать скидку на определенные культурные приоритеты, то, быть может, появление карт культурных регионов сможет сделать эти прогнозы более точными.

Альфия Булатова,
Экспертный канал «Открытая экономика»,
<http://www.opec.ru>

Летняя школа институционального анализа «ИНСТИТУЦИОНАЛЬНАЯ ДИНАМИКА ГЛАЗАМИ ЭКОНОМИСТОВ И СОЦИОЛОГОВ»

3–9 июля 2008 г., Московская область

<http://lia-hse.com>

4 ИЮЛЯ

9:30 – 10:00 Торжественное открытие Летней школы

10:00 – 11:40 **Лекция:** М.М. Юдкевич «Институциональная экономика: границы и перспективы» (часть 1)

12:00 – 13:40 **Лекция:** Я.И. Кузьминов «Институциональная экономика: от теории к практике реформ»

15:00 – 17:00 **Семинар**

Секция 1

Воробьев Павел
Владимирович

Генеральницкий
Дмитрий Станиславович

Даянова Элина
Мухамедовна

Смерницкая Наталья
Александровна

Секция 2

Ермишина Анна
Вениаминовна

Крылов Дмитрий
Александрович

Леонтьева Эльвира
Октавьевна

Смирных Светлана
Николаевна

Секция 3

Лярская Наталья
Станиславовна

Малеин Виктор
Михайлович

Мельников Владимир
Васильевич

Туф Денис Михайлович

17:00 – 19:00 **Консультации экспертов**

5 ИЮЛЯ

10:00 – 11:40 **Лекция:** В.М. Полтерович «Трансплантация институтов» (часть 1)

12:00 – 13:40 **Лекция:** В.М. Полтерович «Трансплантация институтов» (часть 2)

15:00 – 17:00 **Семинар**

Секция 1

Александрова Елена
Сергеевна

Андрущак Григорий
Викторович

Бальсевич Анна
Андреевна

Шмаков Александр
Викторович

Секция 2

Батырь Анастасия
Петровна

Белокрылов Кирилл
Анатольевич

Биганова Мадина
Александровна

Черкашина Татьяна
Юрьевна

Секция 3

Блейхер Оксана
Владимировна

Борисова Екатерина
Ивановна

Вдовин Михаил
Сергеевич

20:00 **Круглый стол**

6 ИЮЛЯ

10:00 – 11:40 **Лекция:** О.Е. Кузина «Финансовое поведение вкладчиков»

12:00 – 13:40 **Лекция:** М.М. Юдкевич «Институциональная экономика: границы и перспективы» (часть 2)

15:00 – 17:00 **Круглый стол:** В.С. Автономов, В.М. Полтерович, В.В. Радаев, Я.И. Кузьминов «Будущее институциональной теории»

17:00 – 19:00 **Консультации экспертов**

7 ИЮЛЯ

10:00 – 11:40 **Лекция:** В.В. Радаев «Эволюция норм и правил предпринимательского сообщества» (часть 1)

12:00 – 13:40 **Лекция:** В.В. Радаев «Эволюция норм и правил предпринимательского сообщества» (часть 2)

15:00 – 17:00 **Культурная программа**

17:00 – 19:00 **Консультации экспертов**

8 ИЮЛЯ

10:00 – 11:40 **Лекция:** П.В. Крючкова «Институциональные проблемы регулирования рынков» (часть 1)

12:00 – 13:40 **Лекция:** П.В. Крючкова «Институциональные проблемы регулирования рынков» (часть 2)

15:00 – 17:00 **Семинар**

<i>Секция 1</i>	<i>Секция 2</i>	<i>Секция 3</i>
Меркулова Елена Петровна	Побаченко Мария Юрьевна	Руцкий Владислав Николаевич
Павлюткин Иван Владимирович	Прахов Илья Аркадьевич	Саблин Кирилл Сергеевич
Панова Анна Алексеевна	Редькина Анастасия Юрьевна	Сивак Елизавета Викторовна

17:00 – 19:00 **Консультации экспертов**

9 ИЮЛЯ

Отъезд

II РОССИЙСКАЯ ЛЕТНЯЯ ШКОЛА ПО ЭКОНОМИКЕ ТРУДА (RSSLE) для исследователей и преподавателей 5—11 июля 2008 г.

Летняя школа по экономике труда (RSSLE) проводится кафедрой экономики труда и народонаселения факультета экономики ГУ–ВШЭ и Лабораторией исследований рынка труда (ЛИРТ) ГУ–ВШЭ.

К участию приглашаются преподаватели вузов, а также научные работники и аспиранты, ведущие исследовательскую и/или преподавательскую деятельность в области экономики труда и смежных областях.

Летняя школа направлена на распространение опыта научных исследований и преподавания, включения в учебный процесс результатов научных исследований.

Летняя школа должна способствовать распространению инновационных методик и мировых стандартов преподавания по экономике труда, формированию профессионального сообщества российских исследователей.

В рамках школы планируется чтение лекций по проблемам экономики труда, а также проведение мастер-классов по методологии исследований и преподавания. В 2008 г. Летняя школа посвящена проблемам мобильности на рынке труда. Лекции и мастер-классы проводят ведущие российские исследователи в области рынка труда: С.Ю. Рощин, В.Е. Гимпельсон, Л.И. Смирных, А.Л. Лукьянова.

Подробнее о Летней школе:

<http://www.hse.ru/news/avant/1260845.html>

<http://www.hse.ru/news/1236153.html>