

Том 9. № 2. Март 2008

www.ecsoc.msses.ru



ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СОЦИОЛОГИЯ

ISSN 1726-3247

Читайте в номере:

Интервью с Розалиной Рывкиной:

“Я была “не в образе” – это когда ты на вольных хлебах и можешь вести себя как хочешь”

Бессонова О.Э. Вектор институционального развития России: от квазирынка к либеральному раздатку

Слейтер Д. Забирая рынок у экономистов

Программа Третьего Всероссийского социологического конгресса



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	4
Интервью	
<i>Розалина Рыбкина</i>	
«Я была “не в образе” – это когда ты на вольных хлебах и можешь вести себя как хочешь»	7
Новые тексты	
<i>О.Э. Бессонова</i>	
Вектор институционального развития России: от квазирынка к либеральному раздатку...	15
Новые переводы	
<i>Д. Слейтер</i>	
Забирая рынок у экономистов	29
Взгляд из регионов	
<i>Л.М. Чеглакова</i>	
Профсоюз в транснациональной компании (на примере металлургического завода)	46
Дебютные работы	
<i>Е.В. Лисова</i>	
Дауншифтинг: стратификационные эффекты	56
Профессиональные обзоры	
<i>А.В. Шевчук</i>	
Сравнительные исследования моделей капитализма. Часть 1: Современные классики	66
Новые книги	
<i>Д.А. Крылов</i>	
Размышления о книге Валерия Панюшкина и Михаила Зыгарь «Газпром: новое русское оружие» (М., 2008)	79
Исследовательские проекты	
Внутрифирменная мобильность и карьера: гендерный аспект	85
Учебные программы	
<i>S. Muetzel</i>	
Markt und Kultur	89
Конференции	
Третий Всероссийский социологический конгресс (21–24 октября 2008 г.)	94
IX Международная конференция «Модернизация экономики и глобализация» (1–3 апреля 2008 г.)	101

VR Вступительное слово главного редактора



У нашего журнала важные новости – мы перешли к формату рецензируемого журнала. Если ранее рецензирование было выборочным, то сейчас все статьи в рубриках «Новые тексты», «Дебютные работы» и «Взгляд из регионов» будут проходить через предварительную процедуру экспертизы. Впоследствии данная процедура может быть распространена на профессиональные обзоры и рецензии на новые книги.

Статья рецензируется двумя экспертами независимо друг от друга, каждый из них заполняет стандартную форму, в которой, помимо общей оценки работы и ее отдельных элементов, кратко описываются сильные и слабые стороны статьи, а также даются рекомендации по ее доработке (если такая доработка предусматривается).

Рецензирование является анонимным как со стороны автора, так и со стороны рецензента. Это означает, что рецензент получает анонимную работу, а автору впоследствии могут быть переданы замечания анонимного рецензента. В этих случаях мы будем просить авторов доработать статьи в соответствии с такими замечаниями.

Новая процедура несколько усложняет организационную сторону работы журнала, но мы сознательно идем на дополнительные усилия, чтобы повысить статус нашего журнала и привести его в большее соответствие с академическими требованиями.

В связи с введением новых процедур просим извинения участникам организованного нами Всероссийского конкурса статей по экономической социологии. Победители конкурса в номинациях «Дебюты» и «Взгляд и регионов» будут объявлены в ближайшее время, о чем мы сообщим на сайте журнала. Но публикация работ победителей состоится не в этом, а в следующем, майском номере. Статьи коллег, занявших вторые места, будут опубликованы, соответственно, в сентябрьском номере.

Теперь о содержании текущего мартовского номера.

В рубрике **«Интервью»** – новое интервью из нашей серии «Поколение учителей». Нас ожидает беседа с профессором с *Розалиной Владимировной Рывкиной*. Вместе с Т.И. Заславской они создавали Новосибирскую экономико-социологическую школу, проводили первые экспедиционные исследования в селах Алтайского края, разрабатывали учебные программы по экономической социологии, издали фундаментальный труд «Социология экономической жизни» (1991 г.). В течение 25 лет она вела знаменитый методологический семинар в Новосибирске, опубликовала множество работ, посвященных широкому спектру проблем, порожденных российскими реформами. Должен сказать, что я не знаю другого столь же энергичного и эмоционального человека. Инна Владимировна – настоящий фонтан идей, суждений, впечатлений, постоянно заряжающий окружающих своей энергией. Это не могло не проявиться и в тексте интервью, в котором она рассказывает о длинном пути, который прошла от Ленинградской консерватории и факультета философии до занятий социологией.

Продолжая линию Новосибирской экономико-социологической школы, в рубрике **«Новые тексты»** мы предоставляем слово одной из наиболее ярких представительниц среднего поколения этой школы – *О.Э. Бессоновой*, которая еще с 1980-х годов работает над темой раздаточной экономики. Автор показывает, в каких новых формах воспроизводятся сегодня традиционные для российской практики раздаточные механизмы. С ее точки зрения, в России происходит становление экономики «либерального раздатка», чертами которого

являются служебный контракт и госзаказы как современные формы институционализации былых отношений «сдач-раздач».

В рубрике «**Новые переводы**» публикуется перевод статьи «Забирая рынок у экономистов» Д. Слейтера (Лондонская школа экономики и политических наук). Она репрезентирует обширный слой литературы, рожденный культурологическими подходами к социологии потребления. Автор предлагает выйти за рамки разделяемого большинством экономсоциологов общего предположения о социальной укорененности экономического действия. По его убеждению, экономические и социальные категории не просто не противостоят друг другу, но фактически сливаются в социальных практиках рыночных взаимодействий. Анализируя кейсы из сферы рекламной индустрии, Слейтер показывает, что реальные границы рынка в существенной степени определяются стратегическим позиционированием продукта. Иными словами, конкуренция происходит не внутри фиксированных границ рынка, она разворачивается по поводу определения самих этих границ. Это означает, что нельзя определить рынок и своих конкурентов иначе, как через производство социального знания.

Как и во многих других случаях, этот перевод на русский язык является первым для данного автора. Переводчиком данного текста выступила Е.Б. Головляница, и это уже далеко не первая ее переводная работа.

Статья в рубрике «**Взгляд из регионов**», написанная *Л.М. Чеглаковой*, посвящена деятельности профсоюзных организаций в транснациональных компаниях на примере крупного волжского металлургического завода. Автор пытается проследить те «тектонические», по ее мнению, изменения, которые произошли в состоянии социально-трудовых отношений и практиках профсоюзов по сравнению с традиционными российскими предприятиями.

В рубрике «**Дебюты**» публикуется работа слушателя Московской высшей школы социальных и экономических наук *Е.В. Лисовой* «Дауншифтинг: стратификационные эффекты». Речь идет о стратегии людей, которые, сознательно отказываясь от высокого дохода и ответственности, переходят на спокойные, низкостатусные, мирные должности или вовсе уезжают жить в сельскую местность, посвящая себя общению с природой и семьей. Мы считаем возникновение подобного «социального движения» интересной и пока еще малоизученной темой.

В разделе «**Профессиональные обзоры**» мы публикуем первую часть обзора, посвященную сравнительным исследованиям моделей капитализма. В этой части представлены семь современных классиков социально-экономической компаративистики: Мишель Альбер, Робер Буайе, Рональд Дор, Питер Холл, Дэвид Соскис, Вольфганг Штрек, Ричард Уитли. Обзор в полном смысле профессионален, ибо подготовлен *А.В. Шевчуком*, давно занимающимся данной темой.

В рубрике «**Новые книги**» размещена рецензия *Д.А. Крылова* на книгу В. Панюшкина и М. Зыгарь «Газпром: новое русское оружие». По словам рецензента, эта книга соединяет в себе три ингредиента: историю развития газового монополиста, описанную через голоса непосредственных участников процесса; журналистскую аналитику, представленную через оценки и комментарии инсайдеров и аутсайдеров компании; и интригу, которая неизбежно сопровождает эту крупнейшую компанию.

В рубрике «**Исследовательские проекты**» профессор ГУ–ВШЭ *Д.В. Нестерова* знакомит нас с международным проектом, посвященным внутренним рынкам труда и объединившим усилия исследовательских коллективов из нескольких европейских стран. Исследование базируется на использовании уникальной базы данных о персонале промышленного предприятия Сибирского региона, которая была сформирована при непосредственном

участии авторов исследования в рамках проекта «Экономические и социальные последствия промышленной реструктуризации в России и на Украине».

В рубрике «**Учебные программы**» мы публикуем интересную, на наш взгляд, программу курса по социологии рынков, который читается в Университете Гумбольдта (автор – *Софи Мютцель*). Нас не остановил даже явный недостаток программы – она представлена на немецком языке. Что же, начинаем учить немецкий. Впрочем, почти все используемые источники в курсе – на английском.

Наконец, в рубрике «**Конференции**» мы размещаем текущую информацию о грядущем Всероссийском социологическом конгрессе (21–24 октября 2008 г.). Речь идет о составе сессий, секций и круглых столов конгресса. наших самых молодых коллег просим обратить внимание на специальную студенческую сессию.

И в завершение – программа наиболее интересных для нас секций Международной конференции «Модернизация экономики и глобализация» (1–3 апреля 2008 г.), которая проводится ГУ–ВШЭ вот уже в девятый раз.

* * *

Вслед за обновлением дизайна нашего журнала, наконец, появился и обещанный ранее новый дизайн журнального сайта. Надеемся, что работать с нами станет еще удобнее и приятнее. Заходите чаще!

ИНТЕРВЬЮ

РОЗАЛИНА РЫВКИНА: «Я была не “в образе” – это когда ты на вольных хлебах и можешь вести себя как хочешь»

Осень 2007



РЫВКИНА Розалина

Владимировна – д. э. н.,
заслуженный деятель науки,
зав. лабораторией
экономической социологии
Института социально-
экономических проблем
народонаселения РАН,
профессор кафедры
экономической социологии ГУ-
ВШЭ.

Email: lnaryv@cityline.ru

– Инна Владимировна, давайте начнем с начала. То, что вы являетесь одной из двух матерей российской экономической социологии и основательниц новосибирской экономико-социологической школы, всем известно. Но вы же в Новосибирске не сразу оказались. Как это произошло?

– В первую очередь, я хотела бы сказать о странности моей биографии, которая заключается в следующем... Мой отец – известнейший музыковед, с орденами, с должностями – не жил с нами, он бросил маму и женился на студентке. Родители развелись, но мы с отцом общались. Он приходил в школу, вся школа его знала. Он приходил и на весь четвертый этаж кричал: «Инна!» (я в школе была Инной). Я сбегала по лестнице. Мы обнимались, целовались и шли на Невский проспект, где он меня знакомил: «Мурадели, Шестакович-младший, Шапорин, Басов», – и так далее.

Я, кстати, сначала, по окончании школы, пианисткой была. Правда, сейчас уже потеряла все. А тогда, еще до философского факультета я училась в консерватории, на историко-теоретическом факультете, готовилась к музыкальной карьере. Но однажды получила двойку по гармонии. У кого я получила двойку по гармонии? У внука Римского-Корсакова. Что такое гармония? Гармония – это наука об аккордах. Мне же гармония не давалась, потому что у меня нематематический интеллект. Даже сейчас у меня трудности с SPSS. И когда я получила двойку по гармонии, отец мне сказал: «Ты что, хочешь, чтобы у меня дочь была двоечница? Я замдиректора консерватории. Чтобы тебя через минуту здесь не было». И я подала заявление об отчислении, а ведь могла бы пересдать, выучить разрешения этих аккордов. Как я попала на философский факультет? Я хотела узнать смысл жизни.

– А после окончания факультета?

– После окончания отец мне сказал: «Инна, дочь коммуниста не может жить в столице». При этом у нас в Ленинграде было три квартиры: квартира на Жуковской, мамина и его огромная квартира, которую ему дал горком в Московско-Нарском жилом

массиве как заслуженному деятелю искусств. Но... «дочь коммуниста не может жить в столице». Так появилась Сибирь.

– *Не очень понятно, что он имел в виду.*

– Он мне сказал, чтобы я уезжала Родине помогать.

– *А, «Родина-мать зовет!»*

– Ну, естественно! Так он сказал. Я пошла и записалась по распределению в Новосибирск. Получила распределение и четверо суток ехала по Северной дороге на поезде.

Муж, кстати, уехал раньше меня, он вообще не должен был покидать Ленинград, куда приехал незадолго до моего отъезда. Он москвич. Но, самое главное, мой муж был физик-теоретик, аспирант ученика Ландау. Его научный руководитель был кандидатом, но очень талантливым молодым парнем. У меня Миша был военный герой, он воевал, имел благодарность маршала Толбухина за изобретение миноискателя. Правда, остался старшиной, не в больших чинах. Добровольно ушел на фронт. Вся группа ушла добровольно, чуда в этом не было. А когда вернулся, сказал: «Вот теперь бы я не пошел во второй раз». А вообще он хорошо воевал, по-настоящему.

– *А в Новосибирске?*

– Сначала я получила распределение в Сельхозинститут. Очень долго ждала решения обкома партии, так как на кафедре основ марксизма-ленинизма направлял непосредственно обком. Так вот решения долго не было. Потом меня все-таки вызвали в обком партии, долго на меня смотрели и сказали, что, в общем, я не доросла до преподавания. И я две или три недели жила без работы. Они долго не знали, куда меня деть. Однажды мне позвонили и сказали, чтобы я позвонила по такому-то телефону. Это был Сибирский строительный институт – СИБСТРИН. Большой институт, где готовили инженеров по строительству. Дали адрес, институт располагался в Октябрьском районе, недалеко от центра. Меня вызвал дядечка (я забыла его фамилию) и долго со мной разговаривал. И в этом строительном институте года полтора или два я проработала «заведующей марксизмом-ленинизмом», как это называли тетки, которые обслуживали вешалку.

– *А как же философия и базовое образование?*

– При всех кафедрах общественных наук города и всего Советского Союза были кабинеты марксизма-ленинизма и кабинеты истории ВКПб. Философии тогда не было, она возникла позже.

Так вот я заведовала кабинетом марксизма-ленинизма при кафедре марксизма-ленинизма. Занятие мое в тот период было таким. Меня вызвали в партком, познакомились и сказали: «Будете писать лозунги. Мы сейчас получили красный материал, получили белила, вот ваша группа студентов-архитекторов (у нас есть факультет архитектуры). Вы будете иметь дело с партприкрепленными в группе. Найдите партприкрепленных, вам дадут имена студентов, которые будут приходить, и место, где вы с ними будете встречаться. Там же вам дадут орудия производства: кисти, краски, тряпки, ножницы, гвозди». Так что в первые месяцы, когда я получила хотя бы какую-то работу, я стала делать лозунги. Содержания их я не помню, да и не нужно этого помнить. Лозунги были во здравие вождя и партии. Тексты давал партком. Вообще это была работа партии, парткома, которая называлась «наглядная агитация». Наглядная агитация проводилась повсеместно, по всей стране, и я довольно долго этим занималась.

– *То есть без преподавания пока...*

– Без преподавания. А учебная часть, по-видимому, все думала, куда меня направить. Наконец, мне решили дать группу и сказали идти в обком, в отдел науки знакомиться. Я пришла. Кадрами занимались секретари, и секретарь – я долго помнила его фамилию –

меня до преподавания не допустил. Он спросил, кто отец, кто мать, что заканчивала, какие оценки (а у меня были одни пятерки, мой портрет все время висел на доске почета)...

– *А почему не пускали преподавать? Сейчас-то вам, наверно, понятна причина...*

– Я была «не в образе». (Вообще-то я и сейчас «не в образе».) Вы понимаете, что такое человек «не в образе»? Я была подвижная, очень говорливая, я первая стала носить брюки. В моей жизни был случай, когда я пришла в обком и меня не пустили на проходной...

– *То есть недисциплинированная...*

– Нет, недисциплинированная – это когда тебе дают что-то делать, а ты не делаешь. А «не в образе» – это когда ты на вольных хлебах и можешь вести себя как хочешь. Одно дело, если ты строишь ходишь, даже если ты одна идешь по улице, высоко держишь голову, спину. А другое дело – если ты бегаешь. Это совершенно другой типаж.

В общем, я работаю в этом строительном институте. Назначена заведующей кабинетом, сижу там, книжки расставляю, формуляры на каждую книгу делаю, приходят журналы, я их принимаю, расставляю. Студенты практически не приходят, но все-таки я с ними разговариваю. А потом меня вызывают в обком. Этот же дядя в отделе науки и говорит: «Сейчас получите две группы, и мы посмотрим, как вы справляетесь». Мне дали две группы на 3-м курсе со второго семестра. И я начала работать с архитекторами. Работала я с огромным увлечением. Потом я перешла в мединститут. Каким образом – я плохо помню.

– *Так еще был мединститут?*

– У меня было много вузов до Новосибирского государственного университета. До Заславской я шла очень долго. Я прошла через весь город. Кстати, в мединституте на кафедре был очень интересный состав. Я каждый год езжу в Чебоксары и встречаюсь со своей подругой с кафедры. Она фронтовичка, мужа подобрала на земле – он умирал раненый. Она вытащила его на себе, случился роман, с тех пор я дружу с семьей.

– *Что же было потом?*

– После того, как я отработала в СИБСТРИНе и уже работала в мединституте, меня вызвал Борис Липский, начальник отдела науки. Дело в том, что где-то в начале 1950-х годов вышло постановление о развитии философской науки в СССР. В этом постановлении был пункт об обучении, о создании курсов по подготовке кадров, с которым нас ознакомили. А курсы проводились не в Новосибирске, не в Ленинграде, не в Москве, а в Киеве. Курсы были трехмесячными. Меня направили. Дали мне деньги, билет, все оплатили, включая общежитие в Киеве – в центре, на Крещатике, прямо напротив рынка.

Украина ввела философское образование раньше, чем Россия. Здесь уже была кафедра философии, тогда как в Новосибирске никакой кафедры не было. Кафедры создавались по мере того, как готовились кадры. В общем, Киев, курсы по подготовке преподавателей философии, и вот мы приехали из Сибири, и нам читают философию. Кто читает? Читает доцент, не профессор, Мария Львовна (фамилия вам не важна), – еврейская баба, волосы, выкрашенные в блондинистый цвет, небольшого роста, хромая, так как на войне потеряла колено, фронтовичка, с орденами.

Итак, я освоила эти самые курсы, вернулась и читала философию в мединституте. Заведующим кафедрой был Чапник Владимир Евсеевич, тоже еврей (вообще евреи огромную роль играли в нашей истории, и я еврей, у меня сейчас стоит вопрос, ехать туда или умирать здесь, но я не поеду, я не могу все это выносить). В общем, был изумительный остроумный начальник кафедры, но философии он не знал. А ему по распоряжению ЦК надо было создать отделение философии. Это же была кафедра ОМЛ – основ марксизма-ленинизма, а него три составные части должны быть. Вот философия – составная часть, а кадров на эту составную часть нет (откуда бы они взялись?).

Был еще один вуз – НЭТИ (Новосибирский электротехнический институт), там была третья кафедра, на которой я работала. Ректором НЭТИ был Лещинский. Мощный был ректор, он построил четыре или пять корпусов. Потоки были огромными, аудитории длинными, а читала я диамат. Лекции занудные, никто не слушает, а там последние ряды далеко. Одно дело – квадратные комнаты, когда ты всех студентов видишь, пришел, ходишь (а я еще и двери запираю; я же избалована студенческим вниманием, мне нужно, чтобы была абсолютная тишина), а там, значит, сотни студентов, потоки огромные, в вузе чуть ли не десять тысяч студентов.

Вот в НЭТИ я читала философию. Очень тяжело мне было там работать. Аудитории огромные, нужно было держать дисциплину, партприкрепленные сидели на занятиях, слушали ушами с тетрадкой на коленях, и записывали вопросы, которые задают студенты...

– *И все знали, что они партприкрепленные?*

– Знали, конечно, в этом никакой тайны не было.

В это время был всплеск поэзии. Примерно в середине 1950-х годов как раз до открытия Академгородка, город трясло от поэтов. Приезжала Ахмадулина, приезжало то поколение поэтов и читали свои стихи...

– *Евтушенко, Рождественский...*

– Ну да, да. Надо сказать, что тем временем мой Миша читал физику в своем пединституте. Он работал все время в одном месте. И нам нужно было решать квартирный вопрос. Мы жили в деревянном деревенском домике в одну доску. В таком доме не было даже туалета. Туалет не положен был, так как дом на ветру колышется. Наша избенка была в двух шагах от пединститута, а там сидела баба Маша, которая в туалет пединститута не пускала. Ей нужно было мармелад подарить, про папу-маму рассказать и тогда она тебя пустит. И мы Рывкиным ездили по малой и большой нужде на вокзал, который был в одной автобусной остановке от нашего дома. Такая была жизнь. И дочь там родилась на ветру.

Затем мы начали строительство. Это отдельная линия жизни, как мы вступили в кооперативное строительство. Пятнадцать-двадцать преподавателей складывали деньги, искали участок, находили, копали.

Потом мы получили квартиру в Кировском районе. Академгородок уже был легализован, там шло мощное строительство, территорию осваивали очень быстро. И еще до Заславской мы задумали поменять квартиру в Кировском районе и переехать в Академгородок. Первично было жилье, не кафедра, не институт, не Академгородок, а именно жилье. Мишу пригласили в Академгородок преподавать физику на кафедру физики в НГУ, который к тому времени уже построили. Сначала построили линию общежитий и главный корпус. В общем, мужа пригласили читать физику (физиков не было совсем), и мы поменяли квартиру. Квартиру поменяли, но я продолжала ездить в город на занятия.

Кто заведовал кафедрой в то время, я не помню. Позже заведовал мой студент Володя Фофанов, он и сейчас там работает. Я приехала в университет, зашла туда, со мной стали сразу разговаривать, предлагали остаться, и я стала клеиться к кафедре философии. А мы жили уже на Морском проспекте, первый дом от моря. Шикарное место, лес.

И каким-то образом в это время появляется Шляпентох. Сейчас вот, впервые за пятьдесят лет, он мне прислал письмо. Раньше мы с ним не общались, так как были во враждебных группировках. А у них с Заславской была борьба за место, когда Шубкин стал болеть и отошел от дел.

В общем, каким-то образом появляется в моей жизни Шляпентох. Был такой клуб «Под интегралом», вы не знаете такого? Это как «Билингва» сейчас в Москве... Так вот я там

чирикала (я активный человек, я там везде бегала). И Шляпентох пригласил меня сделать доклад. Он меня спрашивает: «Вы какую тему сможете предложить?» А я тогда увлекалась темой эксперимента и ответила: «Давайте, я расскажу вам замысел исследований по социальному эксперименту в процессе строительства социализма». Такая была изящная тема, и я с ней стала выступать. На той встрече присутствовала Татьяна Заславская... После моего доклада была дискуссия. А потом однажды вдруг раздался звонок в дверь моего дома. Я открываю, и вижу, что стоит эта женщина, – так мы познакомились с Заславской. Она пришла ко мне домой, пришла с мужчиной ниже ее ростом. Это был Миша Заславский. И она мне говорит: «Мы должны работать вместе». У меня даже мороз по коже. Она формировала кадры. Заславская рассказала, что она из Москвы, что она является ученицей Владимира Григорьевича Венжера и Саниной. В это время Аганбегян, наверное, уже был. Так что вскоре после того, как я сделала семинар у Шляпентоха, я перешла на кафедру философии в НГУ.

– У Заславской кто-то уже работал?

– Я не помню. По-моему, еще нет. С самого начала была борьба за власть. Вся история человечества – это история борьбы. Когда приехал Аганбегян, была война с Пруденским Германом Александровичем. Он был председателем комиссии по труду и зарплате при совете министров СССР и директором Института экономики до того, как появился Аганбегян... Впрочем, борьба была очень краткосрочная. Герман Александрович не хотел оставаться в городке в Сибири, он болел, ему надо было вернуться домой в Москву.

Я была знакома с Пруденским. Дело в том, что его дочка училась у меня в группе. А тогда было так: если студент не ходит на лекции, то преподаватель должен был идти по месту жительства, разговаривать с родителями, чтобы студент посещал занятия по марксизму-ленинизму. Таня Пруденская была пианисткой и не посещала мои занятия. Я нашла телефон, позвонила им домой и сказала: «Герман Александрович, ваша Татьяна не посещает занятия». Он говорит: «Так вы и разговаривайте с ней». А потом он меня пригласил. И я у него дома была. Мы с ним познакомились и подружились.

Что было нужно Заславской? Ей было нужно, чтобы кто-то связывал ее со студентами. В-первых, конечно, она аграрница, специалист по сельскому хозяйству. И как специалист по сельскому хозяйству она быстро сообразила, что сельскому хозяйству надо не пшеницу-рожь поднимать, а человека в сельском хозяйстве. Она меня пригласила домой. Я пришла к ней, двое детей, муж, и она мне описала замысел: что есть отдел, есть Аганбегян, такой очаровательный, «вы ему понравитесь, вы подружитесь», будем ездить. Я не очень хорошо все это помню...

Вообще нужно сказать, что Академгородок в определенный период превратился в центр советской научной мысли. Я помню страшную дискуссию о применении математических методов в экономике в Доме ученых. Там было десятка два талантливых голов. Моей же гордостью является то, что я руководила методологическим семинаром, на который приезжали москвичи. Я вела этот семинар двадцать пять лет...

– Он сразу возник?

– Был конкурс семинаров, мы выставляли свои темы, комиссия решала, какой из семинаров проводить. Участвовало тридцать институтов, и все имели свои семинары. И физики делали семинары, и генетики. А мы предлагали семинар по социально-экономическим проблемам – семинар по социологии. Вначале никто и не знал, что это такое, пока Шубкин не раскошегарился и не провел исследование десяти тысяч школьников. Вообще первое исследование в СССР сделал именно Шубкин по анкете, которую привезла из Польши Маша Еросинская. А Маша Еросинская – моя подруга и даже жила у меня. Я у нее жила в Польше, она меня водила в костел, а она у меня жила в Новосибирске. Я дружила и с другими

поляками. Социологию в СССР вообще занесли поляки. А Маша Еросинская привезла первую в СССР анкету.

Так вот, семинар методологический... Большая 241-я аудитория набивалась полностью, люди даже стояли, так как не хватало мест, чтобы сесть. На семинар приезжали из Москвы. Я даже имею блямбу за руководство методологическим семинаром отдела.

Помню один фрагмент. Был у нас такой Малинин – парторг. Однажды на следующий день после очередного семинара я встречаю Малинина в коридоре, он подводит меня к окошку и говорит: «Инна Владимировна, вчера тут был разговор на семинаре. Вы, формулируя цель партии, будьте, пожалуйста, поосторожнее. Вы же Татьяну Ивановну подводите». В общем, в НГУ был отдел КГБ. Дискуссия, о которой упомянул Малинин, касалась целей КПСС на современном этапе. И я сказала, что партия ставит потребительские цели по удовлетворению растущих материальных и духовных потребностей трудящихся, а не по развитию личности. Они на дыбы. Я говорю: «Вот документ с пленума». И читаю: «удовлетворение постоянно растущих...». И еще говорю: «Вы понимаете, когда удовлетворены первичные и вторичные потребности населения, то, конечно, возникает вопрос о переосмыслении, так сказать, целевых установок партии и об акцентах в политике. Естественно, задача идеологического воспитания молодежи не снимается...», и т.д.

И вот, Малинин, секретарь парторга, говорит мне: «Вы подводите Татьяну Ивановну, будьте осторожны, я замечание за вас получил». А у нас с Заславской к тому времени великая дружба уже была, постоянно разговаривали с ней. Я же была завлабом и сидела на своем рабочем месте в 316-й аудитории, там была вся моя лаборатория...

– *Простите, а в лаборатории кто был?*

– Сергей Павленко, Леонид Косалс, Ольга Шарнина, Миша Суховский, Лариса Потехина, Павел Колосовский – и все. Лаборатория была небольшая.

У нас была комната в коридоре, с обыкновенной дверью, крашеной белой краской, в которой работала женщина по имени Кира... Когда приезжали иностранцы, эта Кира приходила за мной и говорила: «Инна Владимировна, с вами хотят поговорить, пойдете». Не так, что она мне звонит домой, и мы с ним встречаемся, а она за мной заходила. Она меня приводит: «Вот познакомьтесь», – а сама сидит здесь же... Вообще было несколько комнат, где располагались КГБ-шники. В одной комнате они занимались текстами, в другой – встречами с иностранцами. В общем, целая сеть у них была.

Значит, был конкурс методологических семинаров Сибирского отделения Академии наук СССР. На этом конкурсе я выигрывала несколько раз первое место. И когда я уезжала, – я очень хорошо помню, – был встроенный шкаф, и в этом шкафу у меня в письменном виде хранились все доклады. Я была еще та «фря» и требовала с докладчиков, чтобы они мне давали письменные тексты. Я все время думала, что буду книжку писать про работу моего методологического семинара, потому что он был невероятно интересным. Там были бурные дискуссии, молодежь сидела тихо как мышки, они даже рот не открывали (даже Косалс, который сейчас много говорит). Очень многие приезжали. Тот же Найшуль выступал у меня на семинаре. Или, например, Петя Авен – откуда он? Он с семинара. Я его водила в сельхозтехникум, в экспедицию он с нами ездил, а потом Заславская его отправила в Вену, вот он и стал известно кем... карьеру сделал.

Очень многие люди тянулись к Заславской. Наш отдел постоянно рос, в нем было человек 60–70.

– *Вы упомянули экспедиции... Такая знаменитая тема. Сейчас многие не знают, как это было. Что, все 60 человек так и выезжали?*

– Нет, отдел выезжал партиями. Составляли списки, кто поедет. Завотделом вызывала каждого, разговаривала: «Хочешь поехать, согласен вот на такой-то срок?» Сначала первые десять человек, потом другие десять человек. Выезжали на две-три недели.

Сначала мы жили в семьях. Позднее в экспедициях было даже, что мы жили в гостинице. Институт оплачивал гостиничные номера. Экспедиции длились они месяцами. Для каждой группы участников институт давал машины. Машина – это шофер, это горючее, все стоило денег, поэтому наши экспедиции Аганбегяну стоили очень дорого. И эти экспедиции висели на бюджете. Все время шла борьба. Заславская и торговалась, и требовала, и просила, и плакалась.

Мы ходили по домам, там нас поили-кормили молоком и хлебом, а мы опрашивали. Магнитофонов тогда не было ни у кого, все писалось рукой. Один вопросы задает, другой пишет.

– *Это, наверное, интересные интервью были...*

– Конечно.

– *Качественные интервью, не анкетирование?*

– Нет, ну что вы, там же люди читать не умели. Вообще про деревню – это отдельный разговор. Как она изменилась! Вообще не так глупа была наша партия. Когда поставили задачу поднять социальную сферу села, деревня изменилась невероятно. Это была такая революция, что после этого десятилетнего партийного курса деревня стала неузнаваема. Когда мы были в первых экспедициях, там были школы – малодворки. Школы такие – маленькая избушка... знаете, были такие деревянные дома, в которых двери не было, была такая ямка, человек туда пролезает и уже после становится во весь рост, вот такая школа была. И там дети, вы представляете, первоклашки...

Я, например, как-то жила в страшно бедной семье. И я хорошо помню, как при мне сумасшедшая старуха бросила только что рожденного ребенка в колодец. Страшная нищета. С овечками спали. Зима, снег, спишь, ноги под шубами, а рядом овечки дрожат.

– *Подождите, зима, снег, – вы что, и зимой ездили, не только летом?*

– И зимой ездили.

– *Все эти годы?*

– Было несколько экспедиций, три или четыре. Но, конечно, самое интересное в экспедициях – это многодневное обсуждение результатов, постэкспедиционные семинары, где каждый рассказывал буквально все, что он видел своими глазами. Я как сейчас помню 241-ю аудиторию, в ней собирались участники.

Еще интересна, конечно, идея Заславской со статистикой. Голова у Заславской была просто гениальная. Совершенно ясно, что это феномен, выплеск природы. Суть в том, что Госкомстат СССР выпускал формы на все сферы обслуживания: справка бани, справка магазина, справка аптеки, справка клуба, справка почты – справки всех организаций. Были такие зеленые книжечки, где детально были прописана площадь, число посадочных мест, все данные. И совершенно гениальной была идея Заславской заполнять эти формы для науки. Как раз Людмила Хахулина была аспиранткой, сначала моей, а потом Заславская ее взяла к себе в отдел и дала ей это поручение. И Хахулина занималась справками, статистикой. Райстат имеет свои филиалы в районах области, и все отрасли, причастные к населению – транспортные, торговля, медицина, районные поликлиники, поселковые поликлиники, – заполняли справки, указывая все, включая численность кадров, образование этих кадров, специальности, профессиональный состав, что они делают. Отчет делался каждый год. Хахулина отвечала за сбор этих справок для отдела. Собирали эти справки, вбивали данные (уже появились большие машины), делали таблицы, и на этом отдел жил. А ведь бытовое

обслуживание, культура и просвещение, торговля – это все характеристики населенного пункта, на которых потом Заславская делала типологию.

– *То есть поселковые сами все это собирали?*

– Да, это все они сами собирали. Нужно было только договориться и брать это все. А потом только начинается социология. Для сельской семьи было две анкеты – анкета семьи и анкета жителя.

– *Эти анкеты уже не Госкомстат придумал?*

Нет, это уже мы придумали. Социологическое анкетирование состояло в том, что мы приходили в семьи, сами ходили ногами, а статистическое анкетирование делалось иначе... Эти анкеты отдавались. Я даже думаю, что потом они рассылались через Госкомстат в районы, у них там штат очень большой был, и они потом сами все вбивали. В общем, это все потом менялось. Но технология была мощной. Я вам должна сказать, – это просто исторический факт, – что Заславская с таблицами по населенным пунктам, по сфере обслуживания, выступала в ЦК КПСС. Они сидели и слушали всю эту науку. Мощное дело она делала.

Вообще, конечно, социологию партия создала. Чтобы вы просто понимали, что это не с Запада пришло, это изнутри пришло. Однажды мы с дочерью были в гостях у Татьяны Ивановны, позвонил Михаил Горбачев, и я слышу, как она говорит: «Мы же договорились, Михаил Сергеевич, когда это будет?». Он говорит: «В июне». Она положила трубку, а я спрашиваю: «Что будет в июне?» Она говорит: «Наш вопрос будет на пленуме ЦК». 12 июня 1988 г. вышло постановление ЦК КПСС, которое институционализировало социологию в СССР. С подачи Татьяны Ивановны Заславской, благодаря ее выступлению в ЦК с этими картами на примере одного региона Западной Сибири. Это было постановление о развитии, – была такая формула в партийных документах. Они не говорили о создании социологической науки в СССР. Считалось, что речь идет о дальнейшем развитии социологической науки в СССР. Таким образом, эта наша социология была институционализована субъектом власти, который в тот момент олицетворял тип российского государства, который назывался СССР. Я сама не очень хорошо понимаю, почему так получилось. Но видимо, им предложили, и они решили, что так надо.

Беседовал Вадим Радаев

НОВЫЕ ТЕКСТЫ

О.Э. Бессонова

**ВЕКТОР ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ
РОССИИ: ОТ КВАЗИРЫНКА К ЛИБЕРАЛЬНОМУ
РАЗДАТКУ**

БЕССОНОВА Ольга Эрнестовна – д. соц. н., ведущий научный сотрудник отдела социальных проблем Института экономики и организации промышленного производства СО РАН.

Email: beol@mail.nsk.ru

Результаты трансформационных процессов в России оказались прямо противоположными ожиданиям реформаторов в начале 1990-х годов. Поэтому правительство резко изменило курс и ввело традиционные для российской экономической практики раздаточные механизмы в новых формах. Общая теория институциональных трансформаций дает иное объяснение происходящему, отличающееся от распространенной трактовки о возрождении плановой экономики и восстановления институтов собственности. Согласно этой теории, в России складывается экономика «либерального раздатка», чертами которого являются служебный контракт и госзаказы как современные формы институционализации отношений «сдач-раздач», воспроизводственной основой станут госкорпорации, а базовым хозяйственным механизмом – «бюджетный хозрасчет».

Ключевые слова: институциональная трансформация, раздаточная экономика, раздаток.

Результаты трансформационных процессов в России оказались прямо противоположными ожиданиям реформаторов в начале 1990-х годов. Новая рыночная экономика – еще в незрелых формах, но уже деформирована массовой коррупционной составляющей и доминирующей оппортунистической мотивацией «быстрых денег». Фактически требуется и ее радикальная реформа. Однако резкое ухудшение человеческого потенциала, избыточная социальная дифференциация, отсутствие рациональной трудовой мотивации стали барьером на пути к совершенствованию собственно рыночных механизмов. И, невзирая на существенные ограничения по «вмешательству» государства в экономику, идущие от «экономикс», правительство резко изменило социально-экономический курс и ввело традиционные для российской экономической практики раздаточные механизмы в новых формах (национальных проектов, служебной и социальной ипотеки, сертификатов, материнского капитала и т.д.). Распространенной интерпретацией нового курса стала

трактовка его как возрождения «плановой экономики» и восстановления институтов «власти-собственности». Это распространенное заблуждение связано с отсутствием эффективных методов анализа новой реальности в арсенале экономической науки.

Современным методологическим инструментом может стать общая теория институциональных трансформаций, в которой фактически предлагается новое экономическо-социологическое мировоззрение. Ее центральная идея состоит в том, что рынок и раздаток – это универсальные способы экономической организации, которые выработала мировая цивилизация в длительном процессе своей эволюции. Рыночные и раздаточные способы координации зародились в далекой древности, прошли циклический путь развития, в рамках которого вырабатывались их формы, соотношенные с технологическими укладами и характером окружающей среды. Наличие именно двух типов экономик – рыночной и раздаточной – обеспечивает выживание всего человечества, а их сосуществование на определенных принципах цементирует глобальную цивилизационную матрицу [Бессонова, 2007].

Рыночные и раздаточные экономики содержат в себе как механизмы эффективного динамического саморазвития, так и «узкие места», которые при определенных обстоятельствах могут спровоцировать кризисы и даже разрушение всей экономической системы. Задача социума – осознать характер этой реальности и выстроить адекватный способ управления как рыночными, так и раздаточными механизмами. Именно поэтому новая методология нужна не только для преодоления теоретических разногласий, но и для выработки эффективной экономической стратегии.

Фундаментальным основанием общей теории является положение о том, что институциональная природа разных типов экономик заключена в их институциональном ядре. Институциональные ядра состоят из базовых и компенсаторных институтов, а также формационного элемента (см. табл. 1).

Таблица 1. Структура институционального ядра

Элементы институционального ядра	<i>Рыночного типа</i>	<i>Раздаточного типа</i>
Базовые институты обмена	Продажа	Сдача
	Купля	Раздача
Базовый институт собственности	Частная собственность	Общественно-служебная
Базовый сигнальный институт	Прибыль	Жалобы
<i>Компенсаторный институт</i>	Институт государственного регулирования и социального обеспечения	Институт рыночной торговли и частного предпринимательства
<i>Формационный элемент</i>	Частный труд	Служебный труд

К числу базовых институтов относятся: институты обмена¹, институт собственности, институт обратных связей (или сигнальный институт). В случае доминирования раздаточных институтов компенсаторными выступают рыночные, представленные в виде института рыночной торговли и частного предпринимательства; если доминируют рыночные институты, то компенсаторным институтом выступает институт государственного

¹ Термин «обмен» обычно используется как синоним отношений купли-продажи, однако на самом деле они соотносятся между собой как родовое и видовое понятия, т.е. отношения купли-продажи – лишь одна из форм обмена, присущая рыночному типу координации, а отношения сдачи-раздачи присущи раздаточному типу.

регулирования и социального обеспечения, охватывающий всю совокупность раздаточных институтов.

Формационный элемент является стержнем институционального ядра, который придает базовым институтам определенную форму на конкретном историческом этапе. По своей сути это модель трудовых отношений: для рыночных институциональных ядер в виде *моделей частного труда* как труда на частное лицо или частную организацию; для раздаточных институциональных ядер в виде *моделей служебного труда* как труда на общество (государство) в том или ином виде. Формационный элемент создает историческое многообразие форм базовых институтов, природа которых сохраняется неизменной на протяжении всего жизненного цикла соответствующей институциональной системы.

Общая теория институциональных трансформаций оперирует новой категорией «раздаток» («раздаточная экономика»), которая может быть воспринята лишь как синоним широко используемой категории «распределение». Однако между этими двумя категориями существует принципиальная разница. Термин «распределение» имеет несколько смыслов. С одной стороны, «распределительная система» (и ее синонимы – перераспределительная, редистрибутивная) представлена в экономической теории как антипод рыночной экономики. С другой стороны, в «экономикс» сам «рынок» определяется через распределение: рыночная система есть механизм распределения общественного продукта [Макконелл, Брю 1992: 85]. И с этой точки зрения, в самом общем смысле, «рынок» также является распределительной системой. Введение в научный оборот термина «раздаток» позволяет отделить общие процессы, присущие обоим типам систем, от специфических форм распределения, а именно: экономики распределяют дефицитные ресурсы, но разными способами – через механизмы купли-продажи в случае «рынка» и через механизмы сдач-раздач в случае «раздатка». Таким образом, в общей теории институциональных трансформаций и «рынок», и «раздаток» – это социетально-институциональные механизмы распределения ограниченных ресурсов, а категория «раздаток» определяет конкретный способ распределения общественного продукта в нерыночных системах посредством отношений «сдач-раздач».

Однако более значим тот факт, что с введением в научный оборот категории «раздаток» осуществляется парадигмальный сдвиг: вводится иное представление о социальной реальности, нежели то, что «содержится» в категории «распределительная система» (см. табл. 2).

Таблица 2. Парадигмальные различия категорий «распределение» и «раздаток»

Распределительная система	Раздаточная система
Искусственная, субъективная	Естественная, объективная
Внеисторическая, сконструированная диктаторами	Имеет длительную непрерывную историческую протяженность
Отсутствуют сигналы обратной связи и механизм саморегуляции	Сигналы обратной связи (в форме жалоб) обеспечивают механизм саморегуляции
Обслуживает только авторитарные (тоталитарные) режимы	На определенном этапе развития, как и рыночная система, становится демократической
Антипод рынка, антагонизм с рыночными институтами	Сосуществует с рыночными институтами на принципах «доминантности-компенсаторности»
Государственно-принудительный характер труда	Служебная организация труда с базовой мотивацией служения

Институциональное ядро раздаточного типа. Общее правило для формирования того или иного типа институционального ядра в определенном географическом ареале заключается в том, что доминирующими становятся те базовые институты, которые обеспечивают

эффективное согласование всех реальных локальных сред: природно-климатической, материально-технологической, национально-демографической и культурно-религиозной. В ареале российского государства, к неизменным чертам которого относятся многонациональность, обширная территория, низкая плотность населения, суровый и разнообразный климат, низкая урожайность, обильные полезные ископаемые или природные богатства, сформировалось *институциональное ядро* с доминированием раздаточных институтов. Это означает, что выживание суперэтноса в данном географическом ареале обеспечивается базовыми институтами раздаточного типа, а рыночные институты являются лишь вспомогательными, компенсаторными, становящимися доминантными только в период институциональных трансформаций [Бессонова, 2006].

Институт общественно-служебной собственности. Собственность (земля, средства производства, инфраструктура) в раздаточной экономике имеет общественно-служебный характер: отдельные ее части передаются хозяйствующим субъектам под условия выполнения правил ее использования и управляются специальными государственными органами. Общественно-служебную собственность отличают два признака: 1) права по ее владению распределены между всеми хозяйствующими субъектами и не принадлежат в полном объеме никому; 2) доступ к ней осуществляется в форме службы.

Движущим механизмом раздаточной экономики является механизм *координации сдаточно-раздаточных потоков*. Суть его заключается в следующем:

- раздача и сдача – это две стороны одного экономического отношения;
- каждый субъект в раздаточной экономике стремится к максимизации своей доли как разнице между полученными раздачами и произведенными сдачами;
- на уровне общества должен обеспечиваться баланс потоков сдач-раздач, что в существенной мере определяет социально-экономическую и научно-техническую политику.

В основе экономической организации раздаточного типа лежит *служебный труд* – участие в трудовом процессе на объектах общественно-служебной собственности и (или) выполнение определенных функций в интересах всего общества. Служебный труд имеет обязательный характер, обусловленный внешними по отношению к каждому субъекту условиями, и означает выполнение им определенных, предписанных обществом функций и обязанностей.

Обеспечение материальных условий для выполнения служебных обязанностей в рамках общественно-служебной собственности осуществляется через *институт раздач*. Объектами раздач могут выступать все виды материальных ресурсов и нематериальных условий: земля, рабочая сила, деньги, жилье, услуги, продукты, права и льготы. Институт раздач предопределяет формы владения материальными объектами, поскольку раздаче подлежат не только сами объекты, но и объем прав по распоряжению ими, посредством чего определяются правила владения и использования этих объектов.

Выполнение производственных задач и формирование общественного богатства происходит через *институт сдач*. Он представляет собой механизм сбора материальных благ и ресурсов с целью их последующего распределения через институт раздач.

Сигналы обратной связи, отражающие реакцию всех участников общественного воспроизводства на возникающие проблемы, передаются посредством *института административных жалоб*. Он выступает как проводник сигналов снизу вверх для всей хозяйственной системы в целом.

Раздаточная экономика находится в состоянии эффективного функционирования, если основу системы административных жалоб составляют жалобы-обращения. Увеличение доли латентных жалоб и жалоб-сигналов означает ухудшение экономического положения; в

кризисном состоянии экономики латентные жалобы существенно преобладают. В случае, когда решение поставленных в жалобах проблем своевременно происходит на тех уровнях, куда они были направлены, экономическая система находится в состоянии устойчивого функционирования. Если же уровень жалоб превышает нормальный, то они накапливаются на уровне предприятий, отраслей, территорий, а затем «выплескиваются» в средства массовой информации или направляются прямо в центральные государственные органы. Когда такие жалобы приобретают массовый характер, они свидетельствуют о кризисе раздаточной экономики.

Институт рыночной торговли и частного предпринимательства в раздаточной экономике занимает особое положение. Им охватывается вся торговая и предпринимательская деятельность частных лиц и хозяйствующих субъектов вне сферы государственного регулирования и управления. Он осуществляет функции по освоению тех сфер экономики, в которых государство не могло заниматься управлением и регулированием; выполняет задачи общественного воспроизводства в тех случаях, когда раздаточные институты и механизмы находятся в кризисе; но главное – его инновационная функция и апробирование новых подходов, методов, технологий.

Институциональная траектория раздаточной экономики России²

Изменения форм раздаточных базовых и рыночных компенсаторных институтов происходят в России уже на протяжении трех *институциональных циклов*, каждая фаза которых имеет свой типовой сюжет, свою институциональную матрицу и свои собственные механизмы развития (табл. 3). Три институциональных цикла представляют собой три последовательные стадии развития институтов раздаточной экономики (рис. 1).

Первый институциональный цикл длился с конца IX в. и до конца XII в., процесс первичной трансформации пришелся на XIII–XV вв. Второй институциональный цикл охватывал XV–XIX вв., очередная трансформация происходила с 1861 по 1917 г. Третий институциональный цикл продолжался с 1917 до 1990 г., затем последовала третья трансформационная фаза с 1991 по 2000 г.

В истории России наблюдались три **перинатальные фазы**, с которых начинался каждый новый институциональный цикл. Состояние институционального ядра в этот период характеризовалось как борьба за обновление и возвращение к доминанте исходного состояния. Вся перинатальная фаза протекает в борьбе и конфликтах, которые являются следствием реализации трех механизмов: национализации, коллективизации и социальной фильтрации. *Механизм национализации* – процесс изъятия государством имущества у частных лиц (с компенсацией или без) и перевод его в общественно-служебную собственность. В процессе национализации принимаются новые нормы функционирования общественно-служебной собственности. Национализация подкрепляется *механизмом коллективизации*. Суть его состоит в переводе частных организаций в общественно-служебные формы – собственно государственные или огосударствленные (кооперативные, арендные, откупные). Третий механизм, также определяющий лицо перинатальной фазы, – *механизм социальной фильтрации*, с помощью которого частные лица возвращаются на службу государству независимо от своего прежнего социального статуса. Для лиц, нежелающих переходить на государственную службу и оказывающих сопротивление, включается репрессивный механизм, являющийся составной частью механизма социальной фильтрации.

² Институциональную траекторию рыночной экономики Запада, представленную в контексте общей теории институциональных трансформаций, см. в работе: [Бессонова 2007: 77–100].

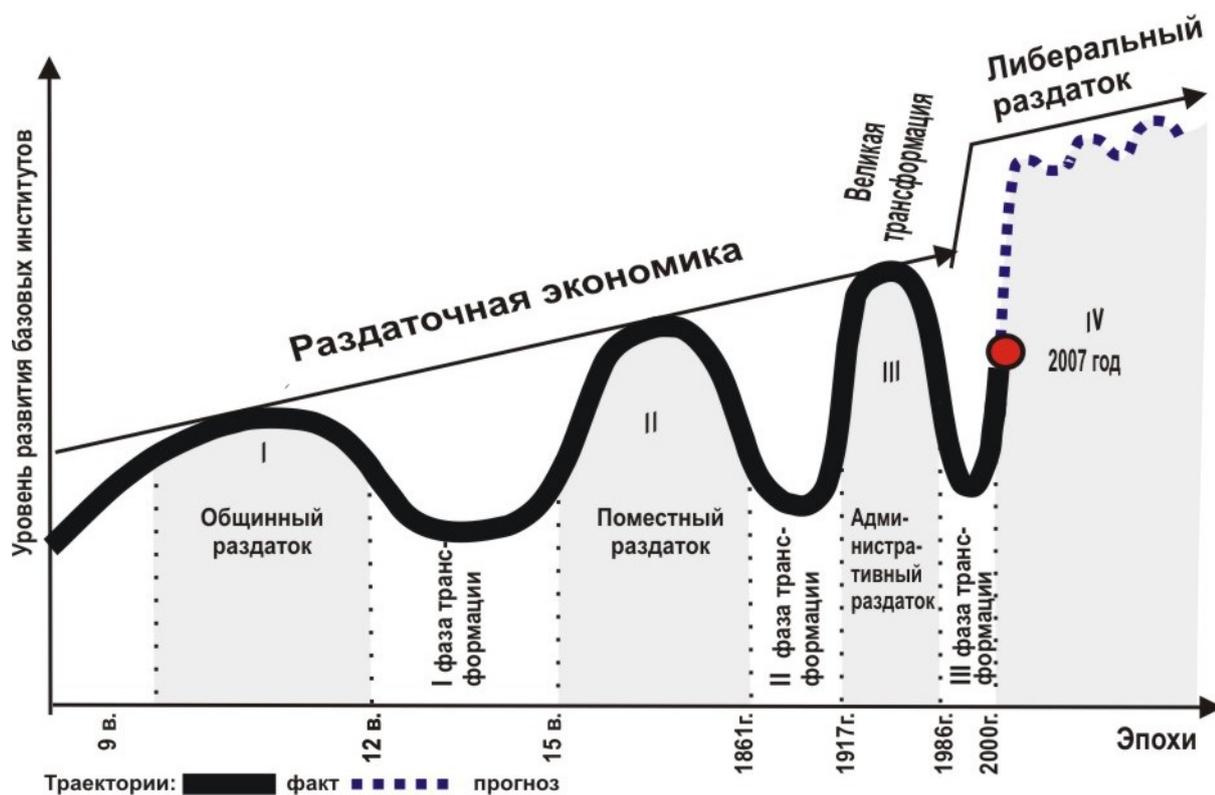


Рисунок 1. Траектория институционального развития раздаточной экономики России.

Таблица 3. Характеристика фаз институционального цикла³

	Перинатальная фаза	Структурированная фаза	Фаза институционального истощения	Фаза институциональных трансформаций
<i>Базовые раздаточные институты</i>	Разворачивание в новых исторических формах	Функционирование по устойчивым правилам	Появление дисфункций и конфликтов	Сворачивание. Поиск и внедрение новых форм
<i>Компенсаторные рыночные институты</i>	Сворачивание	Вписывание с жесткими ограничениями, видоизменение классических форм	Выход из-под контроля, расцвет теневых и полуполигальных форм	Выполнение функций базовых институтов. Формирование квазирыночной среды
<i>Институциональные механизмы</i>	Механизмы национализации коллективизации социальной фильтрации	Базовый хозяйственный механизм. 1-й цикл – урочный 2-й цикл – тягловый 3-й цикл – плановый	Механизмы бюрократического перераспределения хозрасчета приватизации	Механизмы институциональных инноваций квазирынка

³ Названия механизмов заимствованы из современных им эпох (например, хозрасчет). Этот прием используется для того, чтобы показать, что в определенные периоды российской истории в разных исторических формах «работали» идентичные механизмы. Подробнее о конкретных формах институциональных механизмов см.: [Бессонова 1999].

Структурированная фаза – основная фаза институционального цикла, в рамках которой работают базовые институты раздаточного типа в конкретно-исторических формах, определяемых формационным элементом. Институциональное ядро находится в устойчивом состоянии. Происходит замена механизмов перинатальной фазы *базовым хозяйственным механизмом* – ведущим механизмом структурированной фазы, принимающим разные исторические формы на всех трех институциональных циклах и обслуживающим модель трудовых отношений. Хозяйственный механизм раздаточного типа имеет следующий набор элементов: это единая система нормативов, ведомственная система управления, установленная центром система цен, общехозяйственное штатное расписание, система обязательной регистрации, директивные производственные задания, государственная форма организаций, безналичная система финансирования, обеспечение жильем и социальными благами тех, кто состоит на службе у государства.

Эти элементы базового механизма раздаточной экономики имели место на всех трех институциональных циклах, но в разных исторических формах. На первом институциональном цикле действовал *урочный* механизм, на втором – *тягловый*, на третьем – *плановый*. Каждая форма базового механизма – это результат адаптации к новым трудовым отношениям, усовершенствованным технологиям, расширению экономического пространства. Однако сущность механизма остается неизменной для всей истории развития России.

Фаза институционального исчерпания представляет собой логическое завершение структурированной фазы и определенного формационного сюжета. В обществе происходит осознание неэффективности конкретной трудовой модели и проводится серия реформ по изменению сложившегося положения. В отличие от реформ структурированной фазы, суть которых состояла в усилении раздаточного характера институциональной матрицы, реформы фазы исчерпания плавно свертывали объем базовых раздаточных институтов и расширяли спектр действия рыночных институтов. Однако и этого было недостаточно для преодоления нарастающего кризиса, поэтому институт рыночной торговли и частного предпринимательства спонтанно расширял спектр действия в нелегальных теневых формах. Реформы в фазе институционального исчерпания проводились по направлению усиления «хозяйственного расчета», т.е. предоставления все большей самостоятельности непосредственным субъектам хозяйствования. Логическим завершением этой серии реформ становилось включение механизма приватизации, с помощью которого объекты общественно-служебной собственности передавались в частные руки. Тем самым окончательно ликвидировалась доминирующая роль раздаточных институтов. *Механизм приватизации* являлся своеобразным рубиконом между фазой исчерпания и фазой трансформаций.

Реформы по внедрению хозрасчета запускают стихийно действующий *механизм перераспределения* ресурсов от непосредственных производителей к управленцам всех уровней. Этот латентный механизм действует на протяжении всей фазы институционального исчерпания, приводя к резкой социальной поляризации и дифференциации материального положения управляемых и управляющих. Увеличение управленческого слоя и геометрический рост затрат на его содержание, с одной стороны, снижение реальных доходов населения и усиление кризисных тенденций в экономике, с другой, приводят к политической нестабильности и неизбежности осуществления радикальных мер по изменению соотношения базовых и компенсаторных институтов, введению частной собственности и отношений купли-продажи как базовых.

Фазы институциональной трансформации завершают институциональные циклы, в них происходит радикальное изменение формационного элемента и вызревает новая формация. Характерная особенность фазы институциональной трансформации заключается в том, что она осуществляется в рамках компенсаторного института рыночной торговли и частного предпринимательства. Именно он определяет особенности институциональной среды в этот

период и запускает *квазирыночный механизм*. «Рыночный» – так как внешне присутствуют все атрибуты рыночного хозяйства: частная собственность, отношения купли-продажи, свободное ценообразование. «Квази» – поскольку существенные, глубинные свойства российского рынка не соответствуют типичным рыночным отношениям. Частные компании и фирмы квазирынка не вырабатывают в массе своей рыночно-ориентированные стратегии, а ведут борьбу за государственный ресурс в разных его формах и стремятся использовать «связи в правительстве для контроля над конкуренцией» [Флигстин 2007: 43].

В трансформационный период тотальные размеры приобретает коррупция на всех уровнях управления и во всех сферах. Масштабы оппортунизма в бизнесе существенно превышают «норму» рыночной институциональной среды, а хищническое использование всех видов ресурсов (пренебрежение экологией, невыплата зарплаты за сделанную работу, «проедание» основных фондов и т.д.) свидетельствует об отсутствии долгосрочной мотивации в бизнесе.

Коррупция в высших органах власти является производной от раздачи государственной собственности за цену, не соответствующей реальной ее стоимости, путем «назначения» собственников. Фактически был введен механизм общего совладения государственной собственностью чиновников и предпринимателей. Отсюда непрерывный поток денег от олигархов к управленцам высшего уровня, воспринимаемый обществом как «взятки», а на самом деле представляющий собой передачу дивидендов от совместного владения бывшей государственной собственностью.

Второй вид коррупции связан с попытками получения государственного ресурса новыми фирмами, которые развернули свой бизнес в рамках вновь введенных рыночных правил. Фактически для этих фирм включен аукционный механизм – кто больше даст и будет давать весь период владения ресурсом, тот его и получит.

И, наконец, взятки в рамках бюджетной и социальной сфер на самом деле означают введение рыночных отношений «явочным порядком». В фазу институционального исчерпания советского раздатка эти сферы уже были подвержены сильнейшей коррозии теневых форм. А в трансформационную фазу, когда бюджетная и социальная сферы фактически перестали финансироваться государством, рынок бюджетных услуг за деньги в них был введен фактом необходимости выживания, причем в самой «дикой» форме.

Таким образом, коррупция на всех уровнях управления и во всех сферах – это и есть реальная рыночная среда трансформационной фазы раздаточной экономики. Такая рыночная экономика, в конечном счете, ставит нацию на грань исчезновения, а масштабный уровень оппортунизма приводит к запретительным транзакционным издержкам, в результате которых эффективный бизнес не может развиваться.

Действительное предназначение квазирыночных отношений состоит не в переходе к рынку, т.е. другому типу экономики, а в том, чтобы создать такую институциональную среду, которая обеспечит необходимую область свободы для экспериментирования и включения *механизма институциональных инноваций*. С помощью этого механизма осуществляется подбор институциональных форм для обновления базовых институтов на следующем институциональном цикле.

К концу трансформационных фаз ценности и условия жизни подавляющей части населения входят в противоречие с институциональной средой, в которой доминирует институт рыночной торговли и частного предпринимательства, а институциональный канал обратной связи через административные жалобы не действует. Это выливается в поддержку большинством населения всех действий государства по восстановлению в новом качестве институтов раздаточной экономики. Конец трансформационных фаз выглядит как сворачивание частного предпринимательства на фоне разворачивания институционального ядра раздаточной экономики. Результатом является модернизация институтов раздаточной экономики и начало нового институционального цикла ее развития.

Тем не менее трансформационные фазы не являются отступлением от поступательного развития институтов раздаточной экономики, а напротив, представляют собой имманентные фазы их развития. Институциональная среда раздаточной экономики по своему устройству достаточно сложна и, находясь в кризисном состоянии, не может быть обновлена по заранее разработанному плану даже самыми достойными реформаторами. Поэтому в трансформационные фазы осуществляется спонтанное преобразование базовых институтов раздаточной экономики за счет вывода большинства сфер из-под контроля государства и предоставления инициативы всем группам населения и всем хозяйствующим субъектам. В трансформационные фазы осуществляется поиск новой трудовой модели и институциональных форм для следующего этапа развития раздаточной экономики. Сначала эта будущая институциональная основа заимствуется из рыночной среды в «чистом виде», а затем адаптируется в раздаточную среду. В это время происходит настолько радикальная смена форм базовых институтов, что каждый следующий этап развития раздаточной экономики воспринимается как абсолютно новое явление, слабо связанное с предыдущими историческими этапами.

Либеральный раздаток – институциональная основа новой экономики России

Согласно общей теории институциональных трансформаций, с 2000 г., т.е. после окончания третьей трансформационной фазы, Россия вступила в перинатальную фазу нового гиперцикла, институциональной основой которого будет экономика либерального раздатка.

Механизм либерального раздатка строится на служебных контрактах, конкурсных торгах, государственном заказе. Эти черты нового раздатка принесут соревновательность, конкурентный механизм, эффективный отбор при выборе тех или иных организаций, что будет способствовать оптимизации стратегических решений [Бюджетное послание 2007].

Основным документом, регламентирующим взаимоотношения между государственным заказчиком и подрядчиком, должен стать *контракт*, заключаемый на весь период реализации инвестиционного проекта. В этом контракте четко фиксируются обязательства подрядчика по сдаче объекта в эксплуатацию и обязательства государства по финансированию. При этом смета должна рассматриваться исключительно как составная часть *конкурсной* документации при проведении *подрядных торгов*. Важная особенность контрактов в либеральном раздатке – их служебный характер. Это означает, прежде всего, что участниками такого контракта являются либо государственные органы в качестве заказчика, либо государственные предприятия (корпорации) в качестве подрядчика. Служебный контракт содержит в себе правила функционирования объектов государственной собственности (нормативы, стандарты, правила расходования бюджетных средств), в нем определяются норма рентабельности и цены.

Распорядители бюджетных средств будут наделены полномочиями *самостоятельно* определять формы финансового обеспечения и способы предоставления государственных услуг, включая их предоставление на основе *государственного заказа*. Кроме того, в пределах сметы уже позволено вводить системы оплаты труда, отличные от единой тарифной сетки. Применение таких методов должно обеспечить соответствие качества труда работника и уровня его оплаты в бюджетной сфере. Фактически выстраивается новый хозяйственный механизм: бюджетные ресурсы выделяются в нормативном объеме под результат, зафиксированный в служебном контракте, и, в отличие от советского раздатка, предоставляется свобода выбора расходования денежных средств в интересах повышения эффективности организации. Эта новая модель и является собой искомый вариант «хозрасчета» в рамках целостного экономического организма, при котором самостоятельность базовых хозяйственных единиц сочетается с едиными стандартизованными правилами в общегосударственном масштабе.

В рамках национальных проектов идет попытка снять ограничения единой тарифной сетки: повышение заработной платы происходит не по должностной сетке, с сохранением пропорций между тарифными уровнями (что каждый раз раскручивает инфляцию), а по «узким местам», например, участковым врачам, детским врачам, врачам общей практики, медсестрам, работникам «скорой помощи». Механизм расходования бюджетных средств не по штатному расписанию, а в соответствии с реальным вкладом каждого участника в процессе достижения поставленной цели – главная проблемная зона выстраивания либерального раздатка в России. Попытка введения коэффициента трудового участия (КТУ) в рамках единого тарифного расписания в период советского раздатка привела лишь к еще большим деформациям в оплате труда и перекачиванию средств с уровня работников на уровень управленческого звена.

Делалось это довольно просто: незаполненные места в штатном расписании распределялись между имеющимся персоналом, однако доплаты за совмещение ставок составляли гораздо меньше, чем количество замещаемых мест. К примеру, сантехник в ЖЭУ, «закрывающий» 3 или 4 ставки, получал оплату не более чем в 1,7 раза больше стандартной (плюс некоторые надбавки). В результате образовывалась «экономия фонда оплаты труда», которая и подлежала распределению между имеющимся числом занятых работников по КТУ [Бессонова 1999]. До этого момента практика не противоречила теоретическим предложениям советских экономистов, бьющихся над проблемой увязывания качества и количества труда с его оплатой. Однако далее происходило следующее: в число тех, кому распределялась экономия фонда оплаты труда по КТУ входили и управленцы соответствующей низовой хозяйственной ячейки. При этом КТУ определялся уровнем оплаты труда по тарифной сетке, в которой уже была заложена 4-кратная дифференциация. В итоге львиная доля экономии фонда оплаты труда перекачивалась в фонд оплаты управленческого звена.

Напоминание об этом дефектном механизме советского раздатка в настоящий момент имеет особое значение, поскольку на первый план сегодня выходят преобразования в социально-бюджетной сфере. Именно выработка новой институциональной модели, которая заблокирует «бюрократический перераспределительный» механизм, сохраняющий свои корни до сих пор, является стратегической задачей перехода от устаревшего неэффективного раздатка советских времен к либеральному раздатку. Эта блокировка важна для выстраивания мотивации всех работников на конечный результат и производительный труд.

При реализации национальных проектов отлаживается новый механизм раздачи ресурсов в эффективные способы деятельности, выборочно и достойным, а не всем «сестрам по серьгам», как это было в советское время. В рамках проекта «Образование» стали выделяться гранты лучшим учителям, гранты школам, в которых внедряются передовые методики обучения, гранты и стипендии талантливой молодежи, гранты вузам, ведущим активную инновационную деятельность.

Государство вновь признает свою ответственность в создании социальной инфраструктуры развития общества. Намечено оснащение поликлиник новым диагностическим оборудованием, а школ – учебным оборудованием, запланирована закупка современных машин скорой помощи и школьных автобусов для села, строительство новых федеральных центров по оказанию высокотехнологической медицинской помощи, интернетизация школ. Государство также берет на себя функцию создания инновационных центров развития, таких как национальные университеты, технопарки, наукограды, бизнес-школы по подготовке топ-менеджеров для частных компаний и государственных органов.

Внедряемая система одноканального финансирования в сфере здравоохранения и система нормативно-подушного финансирования в сфере образования имеют цель увязать между собой результаты деятельности учреждения и сумму выделяемых ему средств. Либеральный раздаток в здравоохранении означает по-прежнему «бесплатное» (через систему

налогообложения) предоставление медицинских услуг в размере, определяемом государственным социальным пакетом. В отличие от советского раздатка, гражданин будет иметь право выбора участкового врача, поликлиники, больницы, страховой компании. Сохранится сектор платной медицины по всем видам медицинских услуг в частных клиниках для высокодоходных групп населения. Вне государственной сферы бесплатного обеспечения останутся услуги, связанные с личным потребительским вкусом, с повышенным качеством и те, что не входят в базовый социальный стандарт (косметология, борьба с лишним весом, люксовое протезирование, пластическая хирургия и т.д.).

Либеральный раздаток в образовании предполагает бесплатное обязательное среднее образование и наличие бюджетных мест в высших учебных заведениях, что повлечет за собой возрождение механизмов распределения на хозяйственные объекты, определяемые насущными потребностями государства, на срок до 2–3 лет. Но, по сравнению с раздаточными механизмами советского периода, изменятся принципы финансирования – средства образовательных учреждений будут формироваться не по затратным нормативам, а по количеству обучаемых и распределяться между субъектами образовательного процесса (педагогами и т.д.) по качеству подготовки учащихся.

А каким будет жилищный сектор в экономике либерального раздатка? В Минрегионразвития разработан проект «Долгосрочной стратегии массового строительства жилья для всех категорий граждан» (рассчитана до 2025 г.), предусматривающей широкомасштабное строительство социального, индивидуального и наемного жилья. В его основе лежит обновленный раздаточный механизм: муниципалитет будет формировать заказ строительным компаниям, оплачивать их услуги за счет госкредитов, выдаваемых на срок до 50 лет, а затем распределять жилье среди нуждающихся. При этом подрядчикам придется выиграть лишь один конкурс – «на строительство жилья определенного качества и цены». Согласно этой программе, социальный сектор будущей жилищной системы вновь займет значимое место: на социальный наем придется до 80% сдаваемых площадей.

Если сравнить проектируемый в данном документе жилищный сектор с советским периодом, то видно, что в основе будущей жилищной системы доминирует тот же раздаточный принцип. Однако это уже качественно иной жилищный раздаток, учитывающий все категории населения через их платежеспособность и выстраивающий разнообразные механизмы обеспечения жильем для разных доходных групп. Уже разрабатываются и внедряются новые формы служебного и ведомственного жилья.

Либеральный раздаток в жилищной сфере позволит решить проблемы, которые не мог решить раздаток советского периода. Если вспомнить ситуацию 20-летней давности, текучесть кадров напрямую была связана с предоставлением жилья, с помощью обещания жилья кадры «переманивались» во вредные и трудозатратные производства. Как широко известно, через 2–3 года работник увольнялся, сохраняя жилье за собой, и искал менее напряженное место работы. В связи с чем жилье стали предоставлять после все более длительного срока «стояния» в ведомственной очереди. Фактически работник стал «награждаться» жильем за нелегкий и добросовестный многолетний труд, срок которого в связи трудовым дефицитом все увеличивался (с 8 до 12, а порой и до 18 лет). При этом во время работы на предприятии семья должна была жить в тяжелых условиях (в бараках, с родителями или снимая «у бабушек»).

Как может изменить эту ситуацию либеральный раздаток в жилищной сфере? Помимо прямой раздачи жилья социально незащищенным группам населения (инвалидам, ветеранам и т.д.) и лицам, состоящим на военной службе у государства (войска, внутренние органы правопорядка и т.д.), его ключевым компонентом будет социальная и служебная ипотека. Такая ипотека должна развязать узлы старого раздатка. Работник сразу получает жилье от предприятия или организации под низкий процент (в случае социальной ипотеки) или без

процента (в случае со служебной ипотекой) под условие его работы в течение определенного периода времени, фиксируемого как в ипотечном контракте, так и в его трудовом договоре.

За период отработки, при условии рождения детей, предприятие погашает его задолженность в определенных пропорциях. А поскольку нанятый работник уже живет в приличном жилье, то высока вероятность регулярного прибавления семейства, стимулируемого не только жилищными условиями, но и бонусами демографической государственной программы. В конце трудового срока, установленного договором, жилье переходит в собственность работника. Он может распоряжаться им по своему усмотрению, как и своей рабочей силой, т.е. имеет выбор либо остаться на данном предприятии, либо устраивать свой карьерный рост по своим способностям или потребностям (часто жилищные стратегии заставляют пренебрегать собственными творческими способностями в связи с обязательствами перед семьей и детьми). Если же работник решил разорвать отношения с предприятием раньше срока, то остаток суммы по ипотеке ему придется доплачивать по рыночной стоимости квадратного метра и коммерческой процентной ставке.

Другими словами, «советский» раздаток «мучился» из-за неявно сформулированных «правил игры» в жилищной сфере, в рамках которых жилищные стратегии основных игроков (предприятий, государства и работников) зачастую противоречили друг другу, что вызывало конфликтность, непрекращающийся поток жалоб и низкую трудовую мотивацию. Новый либеральный раздаток в жилье обеспечит ясными правилами всех субъектов жилищной сферы на основе апробированных в трансформационную фазу институтов частной ипотеки, которые будут преобразованы в социальную и служебную ипотеку. Частная ипотека сохранится для обеспеченных слоев населения, приобретающих второе или дополнительное жилье как инвестиции в недвижимость.

Просматривается модель либерального раздатка и в науке. Вместо бюджетного распределения средств, строго расписанных по статьям расходов на основе пятилетних планов научно-исследовательских работ в советский период, вводится субсидиарное финансирование под фундаментальные проекты на конкурсной основе. В рамках проектных средств руководитель сам определяет направления их расходования с целью достижения поставленных задач самым эффективным способом, с учетом конкретной обстановки и специфики научного характера деятельности. Эта модель позволяет совместить полную научную самостоятельность с единой системой управления научно-исследовательской деятельностью, что позволит концентрировать средства на важнейших направлениях развития науки. Уже введены изменения в оплате труда научных сотрудников, которая будет включать дополнительные бонусы за публикации в рецензируемых журналах, участие в инновационных проектах и т.д. Другими словами, будет стимулироваться результативность научного труда, а не только сам факт научного процесса, зафиксированного в разрядной тарифной системе.

Проектный подход станет одним из основных механизмов либерального раздатка. Национальные проекты – это начальный этап выстраивания отношений по типу либерального раздатка в бюджетной сфере: после трансформационной фазы российское государство активно вмешалось в дела каждой из социальных сфер с целью «заткнуть» самые вопиющие прорехи, но главное, найти те формы, которые обеспечат эффективный механизм функционирования. С их помощью осуществляется переход к единой стратегической программе развития страны, разложенной на плановые средне- и краткосрочные действия (проекты). Фактически, проектный подход – это интегральная форма эффективного использования ресурсов для реализации поставленной цели, использующая программно-целевой подход в виде региональных комплексных программ и территориально-производственных комплексов, идеи которых были развиты еще в советские времена выдающимися сибирскими экономистами.

К новым организационным формам, способным переломить негативные экономические тенденции, относятся Банк развития и внешнеэкономической деятельности, Инвестиционный фонд РФ, Стабилизационный фонд РФ (преобразованный в Резервный фонд и Фонд будущих поколений), Российская венчурная компания, Система Федерального казначейства, осуществляющая кассовое обслуживание исполнения бюджетов в соответствии с едиными стандартами.

В экономике либерального раздатка роль государства существенно изменяется: от производителя ресурсов, когда государство напрямую участвует в производстве товаров и услуг, к роли заказчика, когда субъекты экономической деятельности сами могут планировать свою деятельность, ориентируясь на заказ государства, при этом государство выступает двигателем идей и координатором действий других субъектов экономики. Уже в настоящее время реализация приоритетных проектов привела к долгосрочному планированию и бюджетированию [Медведев 2007]. Короткие горизонты планирования – это существенный признак неэффективности государства в создании условий для нормальной долгосрочной экономической деятельности. Вот почему в государственных программах и правительственных документах очень часто возникает слово «план», план социально-экономического развития [Дворкович 2007].

Планирование в условиях либерального раздатка будет существенно отличаться от предыдущего опыта. В его рамках не будет больше предписываться исполнение сотен тысяч параметров, включая номенклатуру товаров в торговле. Новое планирование создаст стимулы для оптимизации бюджетных расходов, поскольку при среднесрочном прогнозировании повышается гарантия стабильности финансирования действующих обязательств государства, в том числе капитальных расходов. «Успех может быть достигнут ...путем создания системы стратегического (индикативного) планирования» [Полтерович 2007: 21].

В экономике будущего либерального раздатка используются институциональные формы, заимствованные из западной хозяйственной системы и апробированные в период рыночных трансформаций в России. Такой важной институциональной инновацией являлось заимствование идеи частной корпорации в ее зрелой мультидивизионной форме [Уильямсон 1996: 508]. Но, перенесенная в среду российской реальности, она была преобразована в государственные корпорации, в которых рыночно-ориентированный хозяйственный механизм совмещен с национальными интересами, что воплощено в их государственном статусе. Именно госкорпорации станут доминирующей организационной формой либерального раздатка.

Перинатальная фаза закончится, когда найденная новая организационно-правовая форма станет воспроизводственной основой нового институционального цикла. На эту роль как раз и претендует государственная корпорация с отработанными в трансформационную фазу механизмами вертикальной интеграции, контрактной моделью трудовых отношений и договорными механизмами межхозяйственных связей.

В настоящее время фактически сформирован «зародыш» институционального ядра либерального раздатка. После его созревания и обретения зрелых форм Россия к 2010–2015 гг. выйдет в структурированную фазу и наберет существенное ускорение в своем развитии для совершения очередного скачка, как это происходило на всех трех институциональных циклах до сих пор.

Литература

- Бессонова О.Э.* Образ будущего России и код цивилизационного развития. Новосибирск: ИЭиОПП СО РАН, 2007.
<http://ecsocman.edu.ru/db/msg/321348.html>
- Бессонова О.Э.* Раздаточная экономика России. Эволюция через трансформации. М.: РОССПЭН, 2006.
<http://ecsocman.edu.ru/db/msg/321347.html>
- Бессонова О.Э.* Рыночный эксперимент в жилищно-коммунальной сфере // Социальная траектория реформируемой России: исследования Новосибирской экономико-социологической школы / Под ред. Т.И. Заславской, З.И. Калугиной. Новосибирск: Наука, 1999. С. 350–359.
- Бюджетное послание Президента Федеральному собранию РФ о бюджетной политике в 2008–2010 гг.
<http://www.consultant.ru/online/base/?req=doc;base=LAW;n=66865>
- Дворкович А.В.* О различных моделях государственного участия в экономике // Стенограмма выступления на II Ежегодной российско-китайской конференции «Роль государства в экономике в XXI веке». 2006. 13 октября. <http://www.cefir.ru/download.php?id=558>
- Макконелл К.Р., Брю С.Л.* Экономикс. Принципы, проблемы и политика. М.: Республика, 1992. Т. 1.
- Медведев Д.А.* Нацпроекты: от стабилизации к развитию. <http://www.viperson.ru/wind.php?ID=273473&soch=1>
- Полтерович В.М.* О стратегии догоняющего развития для России // Экономическая наука современной России. 2007. № 3.
- Уильямсон О.И.* Экономические институты капитализма: фирмы, рынки, отношенческая контрактация. СПб.: Лениздат, 1996.
- Флигстин Н.* Государство, рынки и экономический рост // Экономическая социология. 2007. Т. 8. № 2. С. 41–60.

НОВЫЕ ПЕРЕВОДЫ

Д. Слейтер

ЗАБИРАЯ РЫНОК У ЭКОНОМИСТОВ



Дон СЛЕЙТЕР

[Don SLATER] – профессор социологии в Лондонской школе экономики и политических наук, Великобритания.

Email: d.slater@lse.ac.uk

Цель данной работы состоит в том, чтобы взглянуть на традиционный объект микроэкономического анализа с точки зрения «культурных» посредников – рекламных агентов – и показать ошибочность традиционного различения экономического и культурного анализа, а также вытекающих из него редукционистских концепций. Вместе с тем прояснение сути понятий «рынок» и «продукт» позволит эффективнее использовать знания, полученные в результате исследований потребления и материальной культуры, и облегчит понимание институциональных процессов разграничения и размывания границ между рынками и продуктами. Помимо содержательных и теоретических заявлений, в данной работе выдвинут методологический тезис: этнографические исследования принципиально важны не только ввиду очевидной необходимости сохранять связь с предустановленными социальными практиками, но и как основания для дальнейшего развития теории. Поставленная задача решается через анализ продвижения рекламным агентством двух продуктов: масла «Джонсон'с бэби» и хрустящих хлебцев «Энерген».

Ключевые слова: рынок, культура, маркетинговая стратегия.

Различие между экономическими и социокультурными исследованиями глубоко укоренено в современной западной интеллектуальной мысли. И хотя, начиная с эпохи модерна, все увлеченно критиковали экономическую теорию за формализм, немногие обращали внимание на то, как противостояние этих исследований повлияло на сам критический и культурологический анализ. Между тем критическая социальная теория, по сути, взяла на вооружение ту же логическую схему, что и экономическая наука, где культура и хозяйство выступают как внешние по отношению друг к другу макроструктуры: для каждой из них другая структура является внешней глобальной силой и источником потенциальной угрозы для «чистоты» собственных концепций. С одной стороны, экономисты считают, что любое введение в анализ культурных факторов угрожает формальной и нормативной «чистоте» их моделей. С другой стороны, как показано в исследовании Р. Уильямса [Williams 1985], само понятие культуры оформилось в XVIII веке в качестве попыток противостоять вторжению

Источник: Slater D. Capturing Market From the Economists // Cultural Economy: Cultural Analysis and Commercial Life / Ed. by P. Du Gay, M. Pryke. L.: Thousand Oaks: Sage Publications, 2002. P. 59–77. Перевод Е.Б. Головляничиной под ред. В.В. Радаева.

принципов экономической рациональности в более широкие пласты социальной жизни и предотвратить господство экономических «стоимостей» [value] над подлинно социальными «ценностями» [worth]. Все это время мы наблюдали за исторической битвой «титанов» – экономическая теория стремилась очиститься от любых иррациональных примесей культуры (неолиберализм), а культура всячески оборонялась от вируса коммодификации (традиционализм и марксизм).

В связи с этим возникли две взаимозависимые позиции: излишний упор на макроуровень анализа и тенденция рассматривать хозяйство и культуру как внешние по отношению друг к другу явления. В данной работе я хочу показать, что, исследуя проблему на микроуровне, мы не только можем, но и должны постичь глубокую внутреннюю взаимосвязь культурного и экономического действий. В частности, достаточно взглянуть с точки зрения отдельных социальных акторов на основной объект изучения конвенциональной экономической науки – рынки и рыночные отношения, – как мы увидим, что экономические и культурные категории логически и практически взаимосвязаны, так что ни одна из них не может быть редуцирована к другой или, наоборот, от нее обособлена. На это есть простая, но очень веская причина: социальные акторы не могут определить рынок или конкурента (не говоря уже о том, чтобы совершать какие-либо действия в их отношении) иначе, чем посредством производства внешних форм культурного знания. Это объясняется тем, что определение рынков и конкурентов в свою очередь происходит через воспринимаемые качества товара, по поводу которого ведется взаимодействие (воспринимается ли товар как аналог других товаров или как отличный от них). А такое восприятие требует многогранных культурных знаний. В то же время эти культурные знания стратегически и инструментально организованы как часть конкурентных рыночных действий. С этой точки зрения, сводить свойства рынка к культурно определенной «знаковой стоимости» столь же неверно, как и выносить качественные особенности за рамки микроэкономического анализа. Данный тезис был первоначально сформулирован в этнографических исследованиях особой сферы хозяйства – «индустрии культуры» и «культурных посредников» (рекламных агентов, дизайнеров и маркетологов), что ознаменовало так называемый «поворот к культуре» в социологии хозяйственной жизни.

Мы не просто призываем признать социальную укорененность хозяйства. Наша позиция более кардинальна: экономические и культурные категории принципиально неразделимы в структуре рыночных отношений и в микроэкономическом действии. Однако именно на микроэкономическом уровне культурологические исследования более всего опасаются вступать на поле хозяйства – разве встретишь где-нибудь культурологическую концептуализацию понятия «рынок» или таких ключевых рыночных отношений, как, например, отношения конкуренции? Да, порой исследователи занимаются политической экономией отдельных областей культуры (например, отдельными видами средств массовой коммуникации). Но при этом они, как правило, некритически используют категориальный аппарат экономической теории, обращаясь к смутно припоминаемым (к тому же ныне лишенных былой веры) макроуровневым объяснениям капитализма, выдвинутым еще до того, как прошла мода на учение К. Маркса. Или, что того хуже, исследователи пересматривают экономические категории, превращая их в культурные категории, – как это происходит, например, в теории знаковой стоимости Ж. Бодрийяра или в новых гранд-теориях о переходе от фордистского (материалистического) хозяйства к дематериализованному хозяйству «знаков и пространств» [Lash, Urry 1994] или хозяйству информации и культуры. В лучшем случае такие интеллектуальные течения развиваются не *в противовес* парадигме, абсолютизирующей понятия «экономики» и «культуры» в качестве монолитных, обороняющих свои границы и малоподвижных элементов социальной жизни, а *внутри* этой парадигмы. Есть весьма веские основания изучать явления, которые сегодня преподносятся как качественно новые – например, все более уверенный выход на ведущие позиции «культурных индустрий», «информационных товаров», «культурных посредников».

Но подобное исследование принципиально противоречило бы методологическому тезису о том, что культура и хозяйство всегда представляли собой различные логики или элементы, а сейчас все более сближаются.

Подход, использованный в данной работе, отрицает представление о культуре как отдельной социальной сфере, тем самым вновь поднимая вопрос об аналитическом позиционировании понятия «культура» – «одного из двух или трех наиболее многозначных слов английского языка» [Williams 1976: 76]. Цель нашей работы – вернуться к наиболее «антропологическому» значению термина, согласно которому культура – это не просто форма выражения всей социальной жизни (по принципу возвышенный – вульгарный), а ее смысловая организация [meaningful patterning] (и тем самым – и сама социальная жизнь). В то же время такие структуры, как рынки, которые на первый взгляд кажутся сугубо объективированными, также следует рассматривать в терминах «смысловой организации». Например, как мы увидим далее, само понятие рынка опирается на сущностное понимание места и значения объектов (товаров) в общем потоке жизни. В отличие от привычного представления о том, что в соответствии с тенденциями модерна и постмодерна, «присутствие» культуры в определенных социальных областях то уменьшается (например, в сфере «экономики»), то увеличивается – вплоть до полного поглощения соответствующей области, одна из задач этой статьи – привести анализ рынков в соответствие с подходом, для которого просто немыслимо существование любой социальной сферы «вне культуры», без ее сохранения как элемента социального порядка (например, работа Д. Ло и Л. Макфолл основана на веберовском тезисе о том, что «культура есть везде» и что так было всегда [Law, McFall 2002]). Этот подход обращается к этнографическому методу: «культурно обусловленное хозяйство» [cultural economy] следует выстраивать на основе вовлеченности в реальные социальные практики, а не выводить его свойства из макрохарактеристик заранее заданных социальных сфер.

В данной статье я собираюсь разобрать различные концепции хозяйства и культуры на микроуровне коммерческих практик, чтобы показать неочевидность существования тех макроуровневых и внешних по отношению друг к другу форм, посредством которых мы обычно сопрягаем культуру и экономику.

Два кейс-стади: культурные и коммерческие расчеты в рекламном агентстве

Реклама дает убедительный пример соединения экономики и культуры в обыденном хозяйственном действии. И хотя принято считать, что реклама имеет парадигмальный характер для современного потребительского капитализма, ее невозможно осмыслить в рамках мейнстрима экономической теории, где она представляется как отклонение от условий совершенной конкуренции. Реклама – одна из форм неценовой конкуренции, когда посредством психологического или культурного воздействия фирмы пытаются управлять кривой спроса на свои товары, что ведет к отклонению от принципа формальной рациональности. Аналогичным образом, в критическом и культурологическом дискурсах реклама предстает как вторжение культуры в сферу экономики и почти никогда не рассматривается как форма деловой практики. Хотя в литературе признается, что реклама и затраты на нее служат явной экономической цели – *продать товар*, сама реклама не считается коммерческой практикой. На протяжении XX в. рекламу рассматривали как психотехнологию, семиотический процесс, средство коммуникации, модернистское искусство, идеологию и производство знаковых ценностей, т.е. в качестве какого угодно культурного явления, но только не как обыденную или специальную деловую практику [примеры каждого из названных подходов см. соответственно в работах: Galbraith 1969; Barthes 1986; Dyer 1982; Leiss et al. 1986; Schudson 1984; Ewen 1976; Baudrillard 1998 (1970); Goldman 1992]. Действительно, в ряде весьма важных исследований рекламы [например, Williamson 1978] реклама рассматривалась как совсем не соотносящаяся с коммерцией, а

исключительно идеологическая деятельность, связь которой с экономикой проявляется только на самом глобальном уровне – как роль идеологии в воспроизводстве капитализма. Подобные формулировки были в ходу еще в 1970–1980-х гг., но сегодня этот теоретический подход принимает еще более крайние формы: рассуждения о воспроизводстве экономики все чаще сводятся к рассуждениям о воспроизводстве культуры.

Начнем с двух характерных примеров рекламного мышления, которые, как будет показано ниже, просто невысказаны в рамках подобного подхода. Мною были использованы данные, полученные в результате эмпирических исследований, проведенных некоторое время тому назад [Slater 1980], которые поэтому можно считать фрагментом истории. И чтобы показать, что именно *изменилось* в картине, которую я собираюсь нарисовать, необходимы новые исследования.

Масло «Джонсон'с бэби»

В приведенной ниже таблице представлена «Схема выбора стратегии» – стандартный документ одного из рекламных агентств, где проводилось исследование (см. табл. 1 в конце статьи); известно, что большинство других агентств также используют подобные схемы. Формализованное представление основных маркетинговых категорий позволяет создать на их основе целостные образы продуктов и затем сравнить их, чтобы принять стратегическое решение. Данный пример взят из тренировочного упражнения для младших рекламных агентов, однако незадолго до этого подобная ситуация имела место на практике. Речь идет о доле косметического масла «Джонсон'с бэби» (Johnson's Baby Oil – JBO) на его традиционном рынке продуктов для ухода за маленькими детьми, которая увеличивалась довольно медленно, что объяснялось, как полагали, не усилением конкуренции, а снижением рождаемости. Когда было принято решение о выходе с этим маслом на рынки косметики и средств по уходу за кожей для женщин, компания оказалась перед выбором из множества продуктов, которыми могло бы стать JBO. И с каждым из них были связаны бесчисленные варианты потенциальных потребительских групп, способов использования продукта, возможных рынков и конкурентов. Ответственный сотрудник рекламного агентства составил список из двадцати продуктов, в качестве которых можно было бы позиционировать JBO. Определение каждого из этих продуктов опиралось на понятие «потребительской стоимости» [use value], которое в то же время задавало рынок для данного продукта. Например, с учетом общей ориентации на потребителей-женщин, выяснилось, JBO можно применять для снятия макияжа вокруг глаз. Это подтвердили клинические тесты, показавшие наличие у продукта необходимых качеств («мягкий и не вызывает раздражения»). Принятие этого варианта означало не просто выбор определенной демографической группы потребителей («женщины 18–49 лет, с акцентом на группе 18–34-летних, с доходами выше среднего»), но и действие в рамках особого сочетания потребительских отношений. Применительно к этой потребительской стоимости и задаваемому ею потенциальному рынку возникали свои вопросы – например, о частоте использования и масштабах потребления средства для снятия макияжа вокруг глаз.

Заметим, что подобный расчет возможных способов потребления на основе знаний о культурном контексте не отделим от размышлений об отношениях конкуренции. Быть «лучше, чем наиболее популярный смягчающий крем» (в одном из вариантов) означает описывать потребительскую стоимость в терминах способности данного продукта заменять другие товары из той же категории: например, позиционирование JBO как средства для снятия макияжа одновременно определяло продукт как конкурирующий на конкретном рынке («Все детские масла и средства для снятия макияжа вокруг глаз»). По сути, строка в таблице «Определение типа продукта» одновременно указывает и на свойства продукта (средство для снятия макияжа), и на его рынок («Все детские масла...»). Данное определение продукта и рынка не просто описывает, кто и как будет его использовать. Компания,

решившая позиционировать свой товар как средство для снятия макияжа, а не как средство для ванн, выходит на иные рынки с иной конкурентной ситуацией (другие конкуренты, другой масштаб затрат на рекламу, другая стоимость на финансовых рынках, другие регулятивные рамки и т.д.).

«Схема выбора стратегии» позволяет рекламисту решить сложную систему уравнений: переход к другой потребительной стоимости (если читать схему по горизонтали) одновременно означает смену рынка, и наоборот. Изменение любого элемента вызывает сдвиги во всех остальных элементах – в потреблении, конкуренции, культурных и рыночных отношениях.

Я утверждаю, что рекламисты в первую очередь пытаются упорядочить и рационально использовать возможности для хозяйственного действия, которые следуют из самой идеи рынка и которые не укладываются в чисто экономические или культурологические объяснения. Для рекламиста рынок по своей сути есть нечто податливое и изменчивое. Обычные для него вопросы – «на каком рынке мы находимся» и «кто наши конкуренты», не являются экономическими в общепринятом смысле, хотя и считаются таковыми. Производитель просто не в состоянии понять, на каком рынке он находится, пока не примет в расчет обширный культурный контекст, а выбрать культурно приемлемую форму для продукта невозможно, не учитывая контекст рыночной конкуренции. Более того, вопрос «на каком рынке мы находимся» – далеко не самый важный; принципиально важны другие вопросы: «каковы те возможные взаимосвязанные определения продукта и конкурентных отношений, которые мы можем придумать? как нам оценить их и выбрать среди них надлежащую коммерческую стратегию?» Чтобы ответить на *эти* вопросы, необходимо определить, что собственно мы понимаем под «рынком». А ведь рекламисты идут еще дальше, различая «стратегическое определение рынка» (того, куда они хотят вывести товар) и «определение рынка в данный момент времени» (информация о котором берется из ранее проведенных маркетинговых исследований). Таким образом, для *практиков* рынки и рыночные отношения – это не экономическая среда, в которой совершается культурно обусловленный выбор. Напротив, сами рынки и рыночные отношения приобретают определенность только в рамках более масштабного расчета возможностей. В то же время предполагается, что культурные отношения являются чем-то большим, нежели заданные предпосылки рационального экономического действия. Наоборот, их переопределение и концептуализация представляют *внутренний* элемент рациональных инструментальных попыток описать оптимальные рыночные позиции.

Хрустящие хлебцы фирмы «Энерген»

В случае с маслом «Джонсон’с бэби» основное внимание уделялось потребительной стоимости. Втором пример относится скорее к выбору рынка. Фирма «Энерген» (подразделение компании «Rank Hovis MacDougall») создала линию низкокалорийных продуктов питания (хрустящие хлебцы, рулеты, джемы, безалкогольные напитки, каши для завтраков), которые позиционировались как диетические продукты, способствующие похуданию. Когда некое рекламное агентство победило в конкурсе на работу с этой маркой, данный рынок испытывал серьезные трудности, его размеры сокращались, и представители «Энерген» захотели сменить рынок. Это определило задачи, поставленные перед разработчиками маркетинговой и рекламной стратегии: какой рынок нужно выводить данный товар? как переопределить продукт, чтобы вывести его на рынок с растущим объемом продаж? В «Энерген» уже поняли, что товары для похудения образуют «невротический» рынок, основанный на «невротическом» потреблении. Само понятие специальной пищи для похудения, предназначенной преимущественно для женщин, основано на идее о том, что такую пищу покупают не как повседневный продукт питания, а лишь время от времени, в период очередной радикальной диеты. Последняя реклама

продуктов «Энерген» акцентировала то обстоятельство, что такое нарушение привычного питания отделяет женщину от ее семьи: женщина чувствует, что ради того, чтобы сбросить несколько лишних килограммов, она лишает себя возможности участвовать в главном ритуале, объединяющем домочадцев – в семейном обеде. Ключевая фраза рекламных сообщений гласила: «Ваша прошлая диета заставила Вас отказаться от некоторых мелочей – например, от Вашей семьи?». Товары «Энерген» должны были предстать не как продукты для специальной диеты, но как линия низкоуглеводных заменителей тех или иных компонентов повседневного питания. Таким образом, они помогали соблюдать диету, не подвергая себя лишениям.

Однако принятые меры не выводили продукты за пределы рынка диетических товаров, поскольку основной потребительской ценностью оставалось снижение веса. Это противоречило цели вывода данных продуктов на растущий рынок: изучив новые тенденции в потреблении, маркетологи указывали на массовый сдвиг потребительских предпочтений в сторону «здорового образа жизни», для которого характерны регулярные занятия физическими упражнениями, использование натуральных продуктов питания и натуральных добавок. Поддержание определенного веса с помощью специальных диет перестало быть самоцелью, ему на смену пришло более масштабное и постоянное стремление к улучшению здоровья и общего самочувствия. Продукты, которые воспринимались как полезные и натуральные, занимали растущую долю на рынках продуктов питания; согласно служебному отчету компании, потребители начали уделять все больше внимания наличию в составе продукта «полезных» и «вредных» добавок. В итоге росла рыночная доля таких продуктов, как хлеб из непросеянной муки, «настоящий эль», или нефильтованное пиво, различные виды домашнего творога. Для «Энерген» было особенно важно то, что, в отличие от продуктов, предназначенных для специализированного диетического питания (например, диетических напитков, майонезов), доля низкокалорийных разновидностей обычных продуктов на соответствующих рынках росла. Эти продукты тоже рассматривались не как элементы диеты, а как низкокалорийные разновидности обычной пищи, их более полезные для здоровья заменители. В конечном счете, идея здорового питания вытеснила идею борьбы с лишним весом с помощью диетических ухищрений.

В целом представители «Энерген» понимали, что их стратегия противостоит изменению в структуре рынков и в отношениях конкуренции, которые в свою очередь связаны со сменой образцов потребления. В то же время рекламные агенты полагали, что эта ситуация требует переопределения продукта в соответствии с новыми рыночными отношениями (например, с учетом новых способов дистрибуции, которые появились в результате перемещения товаров для похудения из ассортимента аптек на полки супермаркетов в качестве «здоровых продуктов питания»). В «Энерген» осознали, что находятся не на том рынке и конкурируют не с теми товарами. Иными словами, они увидели: рынок и конкурентные отношения настолько изменились, что прежние стратегии перестали работать. Поэтому фирма начала постепенно смещать образ продукта – от диетического товара к идее продуктов питания и напитков, «каждый из которых является удобной и более выгодной альтернативой обычным продуктам» (цитата из текста рекламной стратегии).

Эта стратегия была выбрана из обширного формализованного списка возможных вариантов, во многом похожего на схему выбора стратегии из предыдущего кейса. Например, один из отвергнутых вариантов гласил: «Энерген предлагает натуральные и полезные продукты, разработанные для тех, кто стремится к здоровому питанию». Хотя такой ход позволял вывести продукт из числа товаров для похудения и соответствовал новым тенденциям в потреблении, было решено, что он все-таки ориентирован на слишком узкий потребительский рынок – преимущественно на «лидеров мнений», авангард потребителей здоровой пищи и по большей части верхний сегмент рынка. Кроме того, это определение продукта выводило его на чересчур тесный конкурентный рынок, в основном состоящий из специализированных продуктов для здорового питания. Избранная в конечном счете

стратегия – использовать продукты «Энерген» как альтернативу нормальной повседневной пище – позволяла охватить широкий круг потребителей (в особенности за счет перехода от образа продукта, предназначенного для единичных потребителей-женщин к образу продукта питания для всей семьи). В плане конкурентных отношений реализация такой стратегии могла способствовать снижению объемов продажи обычных продуктов (например, фирма могла бы отнять у конкурентов порядочную долю рынка, определив свои хрустящие хлебцы «Брэнкрисп» как товар-заменитель хлеба для сэндвичей). Как и в предыдущем примере, при оценке этого варианта стратегии учитывались возможные пути его рекламного продвижения и способность обеспечивать долгосрочный рост доли товара на рынке. Применительно к данной стратегии утверждалось, что, начав конкурировать с хлебом из непросеянной муки, продукт мог бы со временем стать конкурентом всех видов хлеба. Когда я уходил из агентства, там обсуждали, в какой мере хлебцы «Брэнкрисп», позиционируемые теперь как основной продукт питания, могли бы составить в рационе семьи конкуренцию картофелю и всем видам основных блюд с большим содержанием углеводов. Ответственные за этот проект сотрудники долго, увлеченно и обстоятельно обсуждали, как еще можно использовать «Брэнкрисп», чтобы пошатнуть позиции деревенского хлеба или картофеля «Кинг Эдвард»: например, предложить обмакивать их в дымящийся суп или собирать ими последние капли подливки с тарелки. Отношения конкуренции и потребления явственно сочетались в одной и той же системе координат.

Что такое «рынок»?

Суммируем наши выводы. Во-первых, в рассмотренных нами примерах выбор маркетинговой стратегии одновременно задает и рынок, и продукт. Каждый из возможных вариантов определения продукта – того, как его можно использовать, – одновременно является выбором определенных отношений потребления (различных культурно обусловленных свойств продукта, способов его применения и круга потребителей) и выбором конкурентов (товаров, которые воспринимаются как сходные или как отличные от данного продукта). Иначе говоря, различные определения продукта размечают границы между разными рынками. При этом выбор между рынками – это выбор между разными продуктами, способами их использования и кругом потребителей. Эти решения принимаются не по отдельности, а, как показывают приведенные примеры, с учетом осознания их взаимосвязи и понимания того факта, что сдвиг по одному из параметров одновременно вызовет изменения всех прочих параметров. Отсюда следует, что экономические и культурные решения оказывают самое непосредственное воздействие друг на друга; в принципе это две стороны одной медали.

Во-вторых, рекламисты не просто «выбирают» из множества возможных определений продуктов и рынков. Они сами создают эти определения и используют их на практике. Это значит, что каждое определение рынка или продукта по сути и есть некая стратегия: пытаясь посредством рекламы, дистрибуции, пиара, изменений в дизайне и упаковке товара сформировать те или иные определения рынков и продуктов, рекламный агент стремится воплотить в жизнь (т.е. встроить в социальные практики хозяйственных и культурных акторов) конкретное сочетание отношений потребления и конкуренции. И эти два аспекта совершенно неразделимы. Они представляют собой проекты действий по обеспечению достижения социально и концептуально взаимосвязанных экономических и культурных позиций, различных рыночных структур и отношений потребления.

В-третьих, именно по этой причине маркетинговая стратегия не связана, по крайней мере в первом приближении, с конкуренцией *внутри* рыночных структур; напротив, она напрямую соотносится с конкуренцией *за право определять* структуру рынков. Рынки невозможно определить как заранее заданные структуры, в рамках которых следует изучать конкурентное поведение (как это делается, например, в неоклассической экономической

теории). Такой подход означал бы, что сами акторы рассматривают определения продуктов как некую данность. Однако, как мы уже убедились, вся цель маркетинговой стратегии состоит в том, чтобы переопределить продукт и воспользоваться новым определением как стратегией для дальнейших действий с тем, чтобы изменить сложившиеся условия конкурентной борьбы.

В некоторых отношениях все это кажется более чем очевидным. С одной стороны, и в обыденном, и в экономическом языке существуют рынки *для продажи* определенных типов продуктов или товарных категорий: мы, не задумываясь, говорим о рынке бытовой электроники, финансовых бумаг, соевых бобов, рынке труда и т.д. Каким бы ни представал рынок в нормативных экономических определениях, его структуру задают его границы: рынок включает товары, однородные в том смысле, что могут использоваться как взаимозаменяемые, как *одна и та же вещь*, и поэтому конкурирующие друг с другом; рынок исключает товары, которые рассматриваются как различные (этот вопрос был изучен еще Э. Чемберлином [Chamberlin 1948]). Поэтому, чтобы стать самостоятельным хозяйственным институтом, рынок должен получить специфическое культурное оформление: он основан на социальной категоризации вещей, в качестве сходных и в качестве различающихся. Однако, с другой стороны, и в обыденном, и в экономическом языке мы четко отличаем процессы, в ходе которых товарам приписываются сходство или различие, и потому мы можем вычленивать и институционализировать рынки как хозяйственные структуры. Рекламная деятельность, суть которой, как мы видели, заключается в постоянном решении проблемы определения самого понятия «конкретный продукт», включает ряд технологий, нацеленных на размывание границ рынков и их последующую реинституционализацию на основе нового, стратегически выверенного определения продукта.

В конвенциональной экономической теории выведение за скобки определений продуктов и, следовательно, структур рынка (а вместе с тем и всей сферы рекламы и маркетинга) необходимо и неизбежно. Это всего лишь частный случай общего для экономической теории абстрагирования от культурного компонента спроса, вкусов, предпочтений и других аспектов потребления: все они рассматриваются как данность, а не как изменяющиеся или требующие объяснения, образуя внешние рамки, в пределах которых может осуществляться рациональный выбор (см., например, [Doglas, Isherwood 1979]; [Fine, Leopold 1993]; [Slater 1997]; [Slater, Tonkiss 2001]). Взаимодействие между выбором и ограничивающими его условиями становится невозможным; в противном случае мы бы не смогли отличить распределительный эффект рационального ценового механизма от качественных изменений самого спроса [Slater, Tonkiss 2001]. Классическим примером может служить так называемая проблема идентификации [Robinson 1985: 51]: если исследователь учитывает только выявленные потребительские предпочтения, то как он может отличить смещение вверх или вниз функции спроса (что можно интерпретировать просто как сумму рациональных реакций на различия в уровнях цен в данный момент времени) от изменения самой функции (которую можно объяснить только различием или изменением качественных определений потребностей, товаров и соотношений между ними)? Экономист обычно разрешает эту проблему методологическим путем: предполагается, что исследователь работает с одномоментным срезом состояния рынка, оставляя за пределами анализа всю проблематику происхождения спроса, чтобы сконцентрировать внимание на формальном моделировании рационального выбора. Рекламист, как правило, поступает наоборот, изначально предполагая, что с течением времени продукты, потребности и связь между ними можно изменить, чтобы сформировать совершенно иные структуры рынка и функции спроса.

Привычку экономистов выносить интересующие нас процессы за пределы анализа можно выразить тремя тезисами. Во-первых, экономистами принимается посылка о том, что продуктовые категории самоочевидны. К. Ланкастер, первым из конвенциональных экономистов указавший на этот недостаток, выразился так: «В традиционной теории под “товарами” понимаются обычно такие агрегированные понятия, как “автомобили”,

“продукты питания”, “одежда”, а не единичные, четко определенные товары» [Lancaster 1971: 9; см. также: Igonmonger 1972]. С помощью таких обобщенных категорий экономисты могут представить рынок как нечто само собой разумеющееся, поскольку потребительная стоимость таких «товаров» кажется очевидной и несомненной; процессы же интерпретации и определения границ рынка и рыночных отношений остаются за скобками.

Во-вторых, рынок кажется самоочевидным еще и потому, что экономисты в завуалированном виде прибегают к определенным формам культурного знания для того, чтобы определить рынок как рамку экономического анализа. Согласно К. Ланкастеру, чтобы выявить рыночные отношения конкуренции и комплиментарности, необходимы многогранные культурные знания, которые рекламисты и потребители используют буквально каждый день, а экономисты замещают упрощенными абстракциями. «Во всех учебниках по экономике используются примеры, основанные на обыденном знании о взаимосвязи между свойствами товаров: что, например, масло и маргарин суть более близкие субституты, чем масло и сахар; что спрос на бензин не зависит от цен на чай, и т.д. Однако теории спроса, излагаемые в этих учебниках, не дают надежного обоснования таких знаний и уверенности в том, что близкие субституты в восприятии одного человека будут столь же близкими субститутами и для других людей» [Lancaster 1971: 2].

Подобные «гарантии» являются центральным вопросом в каждом споре о маркетинге или рекламе и неизбежно требуют культурных знаний. Как показали рассмотренные выше примеры, чтобы ответить на вопрос «кто мои конкуренты?» рекламист (или экономист) должен представлять, каковы отношения потребления, кто и как будет использовать и оценивать товары как взаимозаменяемые, дополнительные, не связанные и т.д. В каждом отдельном случае он имеет дело с разными потребителями и конкурентами, по-своему относящими всю совокупность товаров к той или иной категории. Понятие внутреннего однородного рынка предполагает, что мы способны рассматривать товары разных фирм как идентичные или полностью взаимозаменяемые. Чтобы получить такое определение, нужно знать основные социальные характеристики продукта и соответствующей потребности, а также бытующие определения их «сходства» и «различия». Например, сходство мелкой и крупной моркови и то, создают ли они разные рынки, зависит от их потребительной стоимости: ее определяют способы использования моркови разными группами потребителей, уровень отходов, допустимость вкусовых различий и то, подходит ли определенный размер корнеплодов для различных рецептов и кулинарных стилей. Нетрудно представить, что в некоторых социальных классах мелкая морковь скорее будет конкурировать с используемым в изысканной кухне мелким зеленым горошком, чем с морковью другого размера. Если вопрос о «моих конкурентах» означает «какие альтернативные товары потенциально могут использоваться вместо моего товара?», то ответ будет неоднозначным, ситуативным и зависящим от фоновых знаний и сведений. Более того, эти фоновые знания могут быть целиком ошибочными. Тем не менее *какой-либо* способ культурного конструирования связи между маслом и маргарином, бензином и чаем, крупной и мелкой морковью необходим просто для того, чтобы стать участником конкурентной борьбы.

В-третьих, экономисты, помимо того, что считают определения продуктов «самоочевидными» и игнорируют лежащие в их основе культурные знания, также рассматривают их как *неизменные*, в двух смыслах этого слова. С одной стороны, как и потребление в целом, определения продуктов рассматриваются как естественные элементы природы или окружающей среды. В то же время они считаются неизменными во времени, устойчивыми структурами. Как утверждает Ланкастер, если экономист сталкивается с временным изменением, то «в рамках традиционного анализа у нас есть только два способа действий: 1) игнорировать перемены и поступать так, как если бы новый вид товара ничем не отличался от прежнего; 2) рассматривать появившийся вид товара как абсолютно новый, отказаться от накопленных сведений о потребительском спросе и начать все “с нуля”» [Lancaster 1971: 8].

Это значит, что, принимая продуктовые категории как данность, экономисты тем самым объективируют структуры рынка. И при этом из анализа опять исключается все то, чем занимается рекламист: реклама действует в среде, где товары (а следовательно, и рынки) непрерывно и быстро изменяются. Более того, как мы видели, эксплуатация этих изменений является основной *задачей* рекламы, создающей различия между концепциями продуктов с тем, чтобы изменить потребительский спрос и конкурентные структуры рынка. Вся деятельность рекламистов основана на том, что конкурентная борьба ведется *за* определение структур рынка, а не *внутри* них. Это происходит потому, что в реальном мире процесс культурного формирования рыночных отношений вовсе не выносится «за скобки»: рекламные агенты не считают его «самоочевидным», не отбрасывают свои культурные знания и не воспринимают процессы как изначально заданные.

Что такое «продукт»?

Рыночные структуры и отношения соответствуют культурно заданным потребительным стоимостям и тому, как соотношение потребительных стоимостей различных товаров может быть концептуализировано в качестве основы для действий на рынке. Ответ традиционных экономистов на этот вопрос обычно напоминает то, что говорят сторонники некоторых из наиболее морализаторских культурологических подходов. Например, они рассматривают существование на рынке товаров, воспринимаемых потребителями или рекламистами в качестве неоднородных и не взаимозаменяемых, как проявление «дифференциации продуктов», как очередное препятствие, которое скорее разрушает, чем создает конкуренцию. Следовательно, подобно некоторым представителям критической теории, экономисты ищут критерии, отличающие «ложные», рекламные свойства продуктов, сегментирующие «в действительности» единый рынок, от «истинных» различий между товарами, которые на самом деле образуют разные рынки. В действительности же «дифференциация продуктов» не является ни принципиальной проблемой, ни исторически новым явлением; это всего лишь артефакт разделения интеллектуального труда, которое разграничило хозяйство и культуру и ныне обескураживает аналитика, столкнувшихся с примерами их тесного взаимодействия.

Согласно логике представленных здесь рассуждений, в основе этого разделения интеллектуального труда находится не столько природа рынка, сколько природа «товаров», поскольку именно определение товара формирует рынок. Если нам (и практикам) необходимо убрать «скобки», препятствующие теоретическому осмыслению продуктов, то главная задача социолога, равно как и хозяйственных акторов, – раскрыть суть самого понятия объекта (продукта) как совокупности, поддающейся разделению на категории, которые можно зафиксировать или изменять, принимать как данность или ставить под вопрос. Нам необходимо теоретическое представление о «вещах», по поводу которых совершаются сделки, и о том, каким образом они определяются и утверждаются в этом качестве [Slater 2001 (forthcoming)]. Теоретические ресурсы конвенциональной экономической теории и концепций, призывающих совершить «поворот к культуре», явно недостаточны для решения этой задачи. С одной стороны, экономисты систематически пытаются методологическими средствами придать продуктам самоочевидность и естественность. С другой стороны, авторы, культурологические трактовки которых будут рассмотрены далее, занимают противоположную позицию и пытаются свести понятие продукта к чистому «знаку». Представляя продукт как в высшей степени пластичный знак, возникающий преимущественно в ходе взаимодействия между читателями и текстами, культурологи тем самым полностью упускают из виду все те отношения, институты и практики, посредством которых смысл вещей и сами вещи теряют и приобретают устойчивость, становятся предметом обсуждения и соперничества в рамках сложных переплетений отношений власти и ресурсного неравенства.

Проблема отчасти заключается в том, что следствием грубого материализма в понимании продукта неизбежно становится упорный натурализм. С одной стороны, неоклассическая теория полезности сводит феномен спроса к субъективным предпочтениям потребителей; но при этом явно или неявно подразумевается, что в конечном счете эти предпочтения можно объяснить в терминах базовых потребностей или «культурных воздействий», только изучать их должны не экономические науки – психология, антропология, социология. С другой стороны, представители критической версии экономической теории считают, что различия потребительной и меновой стоимости товара косвенно выражают отличие «естественного обмена» человека (!) с природой от превращенной социальной формы потребностей и вещей в условиях капиталистических рыночных отношений. По сути, работа К. Ланкастера тоже целиком посвящена тому, каким образом экономист, осознавший неоднородность продуктов, от которых зависит определение рынка, мог бы формализовать различные объективные характеристики продуктов, чтобы его схема в большей степени отражала их способность, изменяясь, со временем менять структуру рынка [Lankaster 1971]. Попытка определить продукты на основе их материальных свойств, конечно же, вновь оставит «за скобками» то, как разные потребители и разные рекламисты конструируют «объективные» свойства товаров в соответствии со своими действиями и целями.

Другая опасность связана с различными формами культурализма, когда понятие продукта целиком сводится к его знаковой стоимости и семиотическим процессам. Объект полностью утрачивает материальные свойства и становится символом или знаком, бесконечно изменяемым (и потому не имеющим социально-исторической привязки), для определения которого достаточно указать на агентов, чьи культурные навыки позволяют манипулировать символическими кодами. Данный подход упускает из виду как материальные свойства объекта, так и реальные хозяйственные и социальные структуры, в рамках которых объект приобретает смысл. Кроме того, рыночные структуры и отношения сводятся к семиотическим отношениям и структурам. Довольно трудно себе представить, как рынки могли бы существовать сколь либо длительное время, если бы продукты, согласно предположениям сторонников культурологического подхода, и в самом деле подвергались такой семиотической редукции. Как правило, рынки институционализируются и приобретают относительную устойчивость на основе относительно стабильных определений продуктов, тогда как сторонники семиотической редукции считают, что, будучи знаковыми стоимостями, продукты могут произвольно переопределяться. Именно на таком подходе основано представление о полной деструктуризации хозяйства (например, концепция «новой экономики»).

Вернемся к рекламной деятельности: здесь мы находим иной взгляд на вещи, в равной степени далекий от культурного редукционизма и натурализма. Более того, используемый в рекламе методологический подход не особенно отличается от того, который сформировался в ходе исследований материальной культуры потребления [Miller 1995; Slater 1997]. Для рекламного агента определение продукта образует систему уравнений. Это не просто характеристика объекта и его физических свойств или функций, но и описание того, как его свойства (материальные и символические) воспринимаются различными категориями населения в рамках определенных потребительских отношений. В то же время определение продукта не просто задает совокупность смыслов, приписываемых обособленной вещи (таких как текст или знак); напротив, оно взаимодействует со всей полнотой значений, которыми вещь обладает в реальном социальном контексте. Здесь можно выделить здесь три аспекта:

- собственно вещь (материальный или символический объект), разработка, представление и восприятие свойств которой происходит в различных культурно определенных ситуациях;

- социальные отношения потребления, в которых вещи предстают как необходимые, функциональные, желанные и т.д.; где использование формулировки «потребность в товаре» означает, что не принимаются во внимание все те социальные практики и контексты, в рамках которых данное словосочетание обретает смысл [Slater 1997];
- обладающие культурной спецификой социальные акторы – конструирование те или иных свойств продукта и потребностей применительно к конкретным людям и группам.

Определение вещи не может опираться только на ее материальные свойства; но при этом нельзя целиком перейти в сферу нематериальных «обозначающих» [signifiers]. Определение вещи охватывает более широкую социальную область, создавая множество разнообразных и взаимосвязанных возможностей для вмешательства в деятельность столь же широкого круга конкурирующих социальных акторов. Возьмем, например, спор ребенка с родителями во время обеда о том, можно ли считать «едой» грудку вареной зелени (например, шпината) на тарелках. В этом споре имеют значение как воспринимаемые качества шпината (полезность, съедобность, сила, придаваемая им герою мультфильмов Попаю¹), так и более широкие потребительские отношения, связанные со значением еды (понятия потребности в еде, подчинения и власти, традиции). Восприятие спора зависит от личностей участников (родительские роли, конструируемые в рамках определенного класса представления о питании, гендерные отношения власти и ответственности). Создание потребительской стоимости шпината переносится в более широкие области, где родители, маркетологи, школы, медицинские учреждения и средства массовой коммуникации (в данном случае мультфильмы) и т.п. могут предпринимать попытки изменить элементы социального поля для того, чтобы установить выгодное для себя определение блага. Сочетание таких влияний может разрушить границы объекта или заново переопределить его: можно даже вообразить, как рекламист придает головкам шпината новую форму – скажем, изображающую самого Полая, – чтобы «взорвать» рынок товаров для детей, перепозиционировав этот овощ и продавая его как съедобную игрушку, снэк или медиа-продукт. Любое из этих решений повлияет на структуру рынка, даже если мотивом были не коммерческие цели, а, например, инициатива сторонников здорового питания. Аналогично, любое некоммерческое «культурное» вмешательство в определение шпината может произойти и быть осмыслено только в рамках рыночной структуры конкурирующих товаров.

Конструирование поддающейся категоризации «вещи» (основы структуры рынка и отношений конкуренции) является сложным процессом и с концептуальной, и с социальной точек зрения. Это определение вещи создает почву для конфликтов, открывает новые перспективы и динамично изменяется. Результаты антропологических исследований постоянно подтверждают, что отношения потребления – это поля борьбы за власть и воспроизводство, они многообразны и являются средством выражения и обмена различными «космологиями» (например, «выбор между быстрорастворимым и молотым кофе означает... выбор между разными представлениями об условиях жизни человека», равно как и указывает на возможность конкуренции между двумя сегментами рынка [Douglas, Isherwood 1979: 74]. В контексте современной культуры потребления подобные потребительские позиции [consumption sites] являются объектами вмешательства со стороны организаций, имеющих весьма конкретную и очень рациональную заинтересованность в том, чтобы

¹ Попай – персонаж популярных американских комиксов и мультфильмов; поев шпината, приобретает сверхчеловеческую силу и побеждает врагов. Лицензией на использование имени персонажа владеет сеть закусокных; также образ персонажа активно используется в маркетинге. <http://en.wikipedia.org/wiki/Popeye>. – *Прим. перев.*

установить контроль над этими позициями и обеспечить себе доступ к политической власти, рыночную конкурентоспособность, моральный авторитет и т.д.

Культурологические исследования рынков

Хотя экономическая теория нуждается в пересмотре некоторых своих представлений с учетом того, какой объем практических социальных знаний необходим, чтобы *стать* участником рынка, культурологическим теориям в свою очередь необходимо выработать более подходящий метод микроэкономического анализа. Возвращаясь к нашим кейсам, можно сказать, что рекламисты действуют совсем как антропологи культуры и социологи, когда осмысливают товары и рынки в терминах потребительной стоимости. Однако при этом они остаются в рамках инструментальной рациональности, преследуя практическую цель – увеличить объемы продаж и победить конкурентов. Для них связь между маслом для ванн и средством для снятия макияжа в ряду средств для ежедневного ухода за телом, конечно, не является предметом научного изучения, но в то же время она неотделима от отношений конкуренции между их товаром и, например, маслом «Юлэй» (так оно тогда называлось). Такова для рекламного агента логика рыночной ситуации.

Если мы хотим понять хозяйственные действия, особенно деловые отношения, то бесполезно описывать их в терминах чисто идеологического или культурного вмешательства, например, вписывать в структуру представлений о феминности (феминизации общества) или кодов репрезентации. Именно этот недостаток свойствен большинству культурологических исследований рекламы и маркетинга. Д. Уильямсон в своей влиятельной книге «Раскодирование рекламы» [Williamson 1978] обобщила давнюю традицию критической культурологии и задала тон большинству последующих работ. Она развенчивает микроэкономическую функцию рекламы, состоящую в том, чтобы «продавать товары», как несущественную и практически нереализуемую в сравнении с идеологической ролью рекламы в воспроизводстве субъектов капитализма, патриархальных властных отношений и исторически сложившегося образа мыслей. Сравним этот тезис с позицией, недавно сформулированной Д. Майерсом в предисловии к книге о культурологических исследованиях рекламы [Mayers 1999: 3–5]: главной задачей должно стать изучение более масштабных культурных и идеологических последствий рекламы. Такая позиция стала вполне очевидной. И дело не в том, что микроэкономические результаты рекламы важнее (или лучше познаваемы эмпирически) ее глобальных идеологических последствий. В действительности без обращения к этому микроуровню мы просто не сможем понять хозяйственное действие; а без понимания того, как рекламисты на самом деле осуществляют коммерческую деятельность, глобальный идеологический анализ сведется к абстрактному обезличенному функционализму: получится, что капиталистические и патриархальные отношения создает само рекламное дело (а не люди, которые занимаются рекламой) [Slater 1999: 134–144].

Проблема в том, что даже те исследователи, которые пытаются осмыслить формы коммерческой репрезентации как действительно коммерческие, не располагают необходимым понятием рынка либо сводят его к культурным категориям. В 1980-х гг. представители критических социальных наук «открыли» маркетинг (поняв, что предприниматели рассматривают рынки как поддающиеся символическому воздействию объекты) и решили, что имеют дело с новым явлением – дематериализацией хозяйства, исчерпывающие сведения о принципах организации которого дает псевдосемиотический анализ. Примером крайности в применении данного принципа является проведенное Ж. Бодрийяром исследование знаковой стоимости и культурного кода. Современные работы о глобализации, информационном обществе и «новой экономике» грешат тем же недостатком: теоретическая находка, позволяющая устранить неточности предшествующей

экономической мысли, рассматривается в них как эмпирическое открытие новой организации хозяйства, выходящей за пределы любой экономической теории.

При этом важно (особенно в свете существующих разногласий среди культурологов и социологов, изучающих средства массовой коммуникации и культуру), что верное методологическое решение не является дополняющим, т.е. не предполагает простого расширения культурологического анализа за счет традиционной проблематики политической экономии. Провести «политэкономический» анализ музыки, Интернета или какой-либо другой отрасли производства культуры вовсе не означает выявить всю полноту взаимосвязей хозяйственных и культурных процессов. Во-первых, если мы ограничимся возрождением политэкономии связанных с культурой секторов хозяйства, то чтобы распространить на все хозяйство результаты, полученные при изучении, скажем, музыки или моды [Garnham 2000], нам придется (а многие так и поступают) принять во внимание множество пока что недоказанных допущений о центральной роли этих отраслей в общей системе социального воспроизводства. Во-вторых, заимствование существующих теоретических категорий (чаще всего из арсеналов неревизованного марксизма или поверхностно изученной «новой экономики») применительно к изучению культурных практик только укрепит представление о культуре как об обособленном элементе, а не интегральном явлении. Наконец, постоянно существует риск ошибочно принять новый поворот теоретической мысли (понимание того, что культура и хозяйство не могут быть теоретически осмыслены по отдельности) за новое эмпирическое явление. Действительно ли культура занимает более важное положение в хозяйственных процессах, чем прежде? Вместо того чтобы провозглашать наступление эпохальных социальных революций, которые на деле оказываются не более чем артефактом несостоятельных теорий и неудачного разделения сфер анализа, нужно разработать более адекватные социологические теории хозяйственной жизни.

Заключение

Цели данной работы состоят в том, чтобы взглянуть на традиционный объект микроэкономического анализа с точки зрения «культурных» посредников – рекламных агентов – и показать ошибочность традиционного различения экономического и культурного анализа, а также вытекающих из него редукционистских концепций. Вместе с тем прояснение сути понятий «рынок» и «продукт» позволит эффективнее использовать знания, полученные в результате исследований потребления и материальной культуры, и (как показано Слейтером [Slater 2001, в печати]) облегчит понимание институциональных процессов разграничения и размывания границ между рынками и продуктами. Помимо содержательных и теоретических заявлений, в данной работе выдвинут методологический тезис: этнографические исследования принципиально важны не только ввиду очевидной необходимости сохранять связь с предустановленными социальными практиками, но и как основания для дальнейшего развития теории. Исследовательскую область, ныне заполненную различиями «культура – хозяйство» и «редукционистскими» построениями, можно хотя бы отчасти перестроить, рассматривая понятия рынка, товара и конкуренции как жизненные реалии, а не формальные категории. По мнению таких авторов, как М. Каллон [Callon 1998], этот подход должен включать в себя экономическую теорию в качестве объекта изучения – объекта, который выполняет конструктивную роль в процессе создания хозяйственных реалий (посредством бизнес-обучения, экономической политики или репрезентации хозяйства), но выступает как участник событий, а не внешний наблюдатель. Тем не менее, изучив способы возникновения и обращения с этими экономическими категориями, можно будет разрушить монолиты «культуры» и «хозяйства» и разработать теории, основанные на их тесном взаимодействии внутри различных форм социальной практики.

Литература

- Barthes R.* Mythologies. L.: Paladin, 1986.
- Baudrillard J.* The Consumer Society: Myths and Structures. L.: Sage, 1998 [1970].
- Callon M.* (ed.) The Laws of the Markets. Oxford: Blackwell, 1998.
- Chamberlin E.* The Theory of Monopolistic Competition. Cambridge: Harvard University Press, 1948.
- Douglas M., Isherwood B.* The World of Goods: Towards an Anthropology of Consumption. Harmondsworth: Penguin, 1979.
- Dyer G.* Advertising as Consumption. L.: Methuen, 1982.
- Ewen S.* Captains of Consciousness: Advertising and the Social Roots of Consumer Culture. N.Y.: McGraw-Hill, 1976.
- Fine B., Leopold E.* The World of Consumption. L.: Routledge, 1993.
- Galbraith J.K.* The Affluent Society. L.: Hamish Hamilton, 1969. См. также перевод: Гэлбрейт Дж. Новое индустриальное общество. М.: АСТ, 2004.
- Garnham N.* Emancipation, the Media and Modernity: Arguments about the Media and Social Theory. Oxford: Oxford University Press, 2000.
- Goldman R.* Reading Ads Socially. L.: Routledge, 1992.
- Ironmonger D.S.* New Commodities and Consumer behavior. Cambridge: Cambridge University Press, 1972.
- Lancaster K.* Consumer Demand: A New Approach. N.Y.: Columbia University Press, 1971.
- Lash S., Urry J.* Economies of Signs and Space. L.: Sage, 1994. См. также перевод: Западная экономическая социология: хрестоматия современной классики / Сост. и науч. ред. В.В. Радаев; пер. М.С. Добряковой и др. М.: РОССПЭН, 2004. С. 600–606.
- Law J., McFall L.* Advertising, persuasion and the culture/economy dualism Cultural Economy: Cultural Analysis and Commercial Life / Ed. by P. Du Gay, M. Pryke. L.: Thousand Oaks: Sage Publications, 2002 P. 148–165.
- Leiss W., Kline S., Jhally S.* Social Communication in Advertising: Persons, Products and Images of Well-Being. L.: Methuen, 1986.
- Miller D.* (ed.) Acknowledging Consumption: A Review of New Studies. L.: Routledge, 1995.
- Myers G.* Ad Worlds: Brands, Media, Audiences. L.: Arnold, 1999.
- Robinson J.* Economic Philosophy. Harmondsworth: Penguin, 1983.
- Schudson M.* Advertising, the Uneasy Persuasion: Its Dubious Impact on American Society. N.Y.: Basic Books, 1984.
- Slater D.* Consumer Culture and Modernity. Cambridge: Polity, 1997.
- Slater D., Tonkiss F.* Market Society. Cambridge: Polity, 2001.
- Slater D.* Markets, Materiality and the Competitive Process. Manchester: Manchester University Press, 2001 (forthcoming). Опубликована: Slater D. Markets, Materiality and the «New Economy» // Market Relations and the Competitive Process / Ed. by S. Metcalfe, A. Warde. Manchester: Manchester University Press, 2002. P. 95–113.
- Williams R.* Keywords: A Vocabulary of Culture and Society. Glasgow: Fortana, 1976.
- Williams R.* Culture and Society: 1780-1950. Harmondsworth: Penguin, 1985.
- Williamson J.* Decoding Advertisements: Ideology and Meaning in Advertising. L.: Marion Boyars, 1978.

Таблица 1. Схема выбора стратегии для продукта «Масло Джонсон'с бэби»

	Стратегия I (наиболее предпочтительная)	Стратегия II	Стратегия III	Стратегия IV	Обоснование выбора стратегии
Определение класса продукта	Многоцелевое косметическое средство Все детские масла, увлажняющие средства для рук и тела, средства для снятия макияжа и для ванн	Увлажняющее средство Все детские масла и увлажняющие средства для рук и тела	Средство для снятия макияжа вокруг глаз Все детские масла и средства для снятия макияжа	Средство для ванн Все детские масла и средства для ванн	Стратегия I предпочтительнее, поскольку предполагает самый широкий круг потенциальных потребителей и обращена к потребности в наиболее широком спектре косметических средств. Хотя об этом прямо не говорится, данный вариант позиционирования подразумевает экономические мотивы. Ни одна из альтернативных стратегий не охватывает столь широкую группу потребителей и не предполагает уровня потребления, сравнимого с тем, что обеспечивается данной стратегией.
Выбор целевой группы	Женщины 18–49 лет с акцентом на группе 18–34-летних, с доходами выше среднего, которые занимаются своей внешностью, могут иметь проблемы с сухостью кожи и мечтают об универсальном, мягком и не содержащем добавок средстве для ухода за кожей	Женщины 18–49 лет с акцентом на группе 34–49 лет, с доходами выше среднего, которые занимаются своей внешностью, имеют проблемы с сухостью кожи и нуждаются в эффективном увлажняющем средстве, мягком и без добавок	Женщины 18–49 лет с акцентом на группе 18–34 лет, с доходами выше среднего, которые занимаются своей внешностью, имеют проблемы с сухостью кожи и хотели бы иметь эффективное средство для снятия макияжа, мягкое, без добавок и подходящее для чувствительной кожи	Женщины 18–49 лет которые занимаются своей внешностью, имеют проблемы с сухостью кожи и хотели бы иметь мягкое, без добавок средство для ванн с увлажняющим эффектом	
Выбор элементов рекламного сообщения	<i>ЖВО – универсальный косметический продукт, являющийся эффективным увлажнителем и средством для снятия макияжа, и поэтому способный заменить множество косметических продуктов</i>	ЖВО – эффективное увлажняющее средство	ЖВО – непревзойденное средство для снятия макияжа («Лучше, чем популярный охлаждающий крем»)	ЖВО – эффективное средство для увлажнения кожи тела, если использовать его при приеме ванны	

<p>Обоснование, основанное на информации и (или) мнении</p>	<p>(1) ЖВО – соответствующее нуждам потребителей средство для эффективного увлажнения кожи и снятия макияжа</p> <p>(2) Многообразие способов применения ЖВО делает его универсальным средством и позволяет заменить широкий круг косметических продуктов, потребителем которых выступает один и тот же человек, и потому выгоден для потребителя</p>	<p>(1) Свойства ЖВО позволяют ему эффективно замедлять потерю влаги, помогая справиться с сухостью кожи и делая ее мягкой и шелковистой</p> <p>(2) ЖВО – экономичная замена более дорогим средствам по уходу за сухой кожей</p>	<p>(1) ЖВО – клинически проверенное превосходное средство для снятия макияжа</p> <p>(2) ЖВО – мягкое средство, подходит для чувствительной кожи</p>	<p>(1) Свойства ЖВО позволяют ему эффективно замедлять потерю влаги, помогая справиться с сухостью кожи</p> <p>(2) Использование ЖВО во время принятия ванны – это простой и удобный способ сделать кожу всего тело мягкой и гладкой</p> <p>(3) ЖВО – экономичная замена более дорогим средствам для ванн и увлажняющим средствам</p>	<p>Необходимые сведения</p> <p>Подробные данные о тех, кто собирается попробовать, не будет применять и не станет пробовать детское масло как косметическое средство, с особым вниманием к частоте и объему по каждой ситуации</p>
---	--	---	---	---	---

ВЗГЛЯД ИЗ РЕГИОНОВ

Л.М. Чеглакова

ПРОФСОЮЗ В ТРАНСНАЦИОНАЛЬНОЙ КОМПАНИИ (на примере металлургического завода)



ЧЕГЛАКОВА Людмила Михайловна – к. соц. н., зав. сектором консалтинга Центра «Социальная механика», доцент кафедры социологии и политологии Самарского государственного университета.

Email: lcheglakova@mail.ru

На предприятиях, интегрируемых в состав транснациональных корпораций, наблюдаются качественные изменения трудовых отношений. Как происходит приспособление традиционных практик профсоюза к политике и действиям нового собственника? Какие проблемы порождает это взаимодействие? Как изменяются приоритеты и формы работы профсоюзной организации? Автор предлагает ответы на эти вопросы, анализируя опыт Самарского металлургического завода.

Ключевые слова: трудовые отношения, профсоюз, транснациональная корпорация.

Приход транснациональных корпораций (ТНК) стимулировал тектонические изменения в социально-трудовых отношениях и практиках профсоюзов на традиционных российских предприятиях. ТНК представляют собой новый институт российского рынка труда и управления занятостью. Сегодня в них занято свыше 70 млн человек, а с учетом персонала предприятий, косвенно принадлежащих ТНК, эта цифра составит 150 млн человек, или 20% всего трудоспособного населения Земли [Будько 2006].

Активно воздействуя на экономические отношения, транснациональные корпорации видоизменяют их и порождают новые формы. Как отметил первый вице-президент Российского союза промышленников и предпринимателей (РСП) Игорь Юргенс, «ТНК запускает экономический механизм страны ...[они решают] вопросы занятости, социального спокойствия, повышения инновационной составляющей»¹.

На современном этапе стратегия транснациональных корпораций характеризуется стремлением к образованию внутрифирменных связей регионального, а нередко и глобального масштаба, в рамках которых управление хозяйственными подразделениями осуществляется на основе

¹ Капитализм без границ // Московские новости. 2002. № 36. 9 сентября. <http://www.mn.ru/print/issue/2002-36-17>

такого механизма принятия решений, который позволяет проводить согласованную политику и общую стратегию в рамках всей корпорации. Процесс интеграции новых бизнес-единиц в корпоративную сеть превращен в международное производство, которое в значительной степени подчинено общему алгоритму. Последний включает повышение эффективности производства, совершенствование форм менеджмента, внедрение новых форм занятости, привнесение единых стандартов социальной политики и корпоративной ответственности, реформирование системы оплаты труда. В этих условиях происходит модернизация трудовых отношений на традиционных российских предприятиях, становящихся частью мощного организма ТНК.

Вслед за инициативами нового собственника приходит в движение сложившаяся в России конфигурация отношений работодателя, профсоюза и работников. Профсоюз вынужден изменять свою стратегию «борьбы за сохранение “старых советских благ” на реальную защиту интересов работников» [Нойнхедер 2007]. При этом он сталкивается с ослаблением потребности рабочих в организованной защите коллективных прав [Ильин 1995; Пато 2007]. Поиск своего места в новой структуре власти, выбор между классовой и корпоративной солидарностью – вот те системы координат, в которых вынужден ориентироваться профсоюз крупного российского предприятия, входящего в состав ТНК.

Объект нашего исследования – ОАО «Самарский металлургический завод» (СМЗ), один из крупнейших в Европе производителей и российских экспортеров полуфабрикатов из алюминия и алюминиевых сплавов². В 2005 г. предприятие приобрела транснациональная корпорация Alcoa. *Предмет* исследования – изменения в практиках профсоюза, вызванные сменой собственника и включением в ТНК. Как происходит приспособление традиционных практик профсоюза к политике и действиям нового собственника? Какие проблемы порождает это взаимодействие? Как изменяются приоритеты и формы работы профсоюзной организации? Ответы на эти вопросы позволят выдвинуть предположения о перспективах модернизации профсоюзной деятельности в России.

Анализ деятельности профсоюзов в условиях транснациональной корпорации – это отдельный пласт в изучении практик профсоюзов, реализованный в рамках большого проекта «Постсоциалистические профсоюзы, низкая заработная плата и достойный труд: Россия, Китай и Вьетнам»³. В исследовании использовалась методология case study. Анализ документов отраслевой политики, решений конференций, а также нормативно-распорядительных документов профсоюзной организации, коллективного соглашения, корпоративных документов, официальных заявлений, текстов презентаций Департамента по управлению персоналом обеспечил важные свидетельства о направлениях политики

² Основан в 1960 г. С 1998 по 2000 г. входил в холдинг СибАл, с 2000 по 2005 г. – в РусАл. Приоритетными видами продукции являются листы, рулоны, баночная лента. Основные получатели продукции на внутреннем рынке – предприятия и торговые компании Поволжья, Урала, Центрального района России и Сибири, стран ближнего и дальнего зарубежья практически во всех промышленно развитых регионах мира. На сегодняшний день в структуре предприятия четыре основных производства: литейное, прокатное, кузнечное и пресовое, которые позволяют обеспечивать продукцией из высококачественных алюминиевых сплавов практически все отрасли промышленности.

³ Проект выполняется Институтом сравнительных исследований трудовых отношений в 2005–2008 гг. Руководитель проекта – С. Кларк (Уорвикский университет, Великобритания). Цель проекта состоит в изучении деятельности профсоюзов (региональных, городских и первичных профсоюзных организаций) и стихийных действий трудящихся (обращения, ходатайства, демонстрации, прекращение работы), направленных на то, чтобы обеспечить достойную заработную плату и условия труда. Реализована целевая выборка предприятий, представляющих разные сектора экономики – печально известные низкой заработной платой и условиями труда (государственное обслуживание) и новый частный сектор, что позволяет охватить различные профсоюзные практики.

Подробнее о проекте см.: <http://www2.warwick.ac.uk/fac/soc/sociology/rsw/current/russia4>

работодателя и профсоюзной организации. Проведены глубинные интервью с представителями депутатского корпуса, сотрудниками профкома, линейными менеджерами и рабочими. Посещение собраний комитета профсоюза, наблюдение за типичными трудовыми днями позволили уточнить контекст сообщений участников, а данные о заработной плате, численности профсоюза, условиях труда задали объективные рамки кейса.

Описание профсоюзной организации

Профсоюзная организация СМЗ существует еще с советского времени, с момента основания завода. Работа профсоюза строилась вполне традиционно для советского предприятия: ее основные направления включали организацию культмассовых и оздоровительных мероприятий, распределение жилья и других материальных благ, создание приемлемых бытовых условий, контроль мер по охране труда и материальную помощь работникам. В 1980-х годах это была одна из самых сильных первичных организаций в отраслевом профсоюзе, в регионе; в состав профкома на общественных началах входило 25 человек. Общероссийские процессы сокращения профсоюзной базы середины 1990-х годов практически не затронули профсоюз СМЗ. Динамика членства в нем остается неизменной – это 92–96% работников завода, включая специалистов и менеджеров (незначительное сокращение наблюдается в последние четыре года).

Профсоюзная организация завода входит в состав Горно-металлургического профсоюза России, который в свою очередь является членом Международной федерации металлистов. В рамках региона активно взаимодействие с областной Федерацией независимых профсоюзов; здесь главное – «координация плановых действий» [председатель цехового комитета пресового цеха]. Совместно проводятся конкурсы по охране труда, организуется соревнование коллективных договоров, устраиваются праздники. Спорные вопросы с администрацией завода решаются через Федерацию независимых профсоюзов и Горно-металлургический профсоюз России.

В состав профкома традиционно входили правовая комиссия, комиссии по трудовым спорам, по охране труда, по культурно-бытовым и массовым мероприятиям, социально-бытовая комиссия и комиссия по спортивной деятельности, а также сектор молодежной политики и сектор оргработы. В ближайшее время планируются ее изменение: упразднение устаревших позиций, связанных с патерналистскими функциями предприятия, и усиление юридической и экономической составляющих. Новые веяния связаны с общей ориентацией профсоюза на усиление собственных позиций в переговорах с работодателем и поиском новых возможностей в нише правозащиты.

Модернизация трудовых отношений и приспособление профсоюзных практик

Приход западного собственника вызвал ряд изменений во внутренней среде предприятия. В централизованном порядке начата стандартизация бизнес-процессов, укрепляется производственная дисциплина, усиливается охрана труда, работники обеспечиваются средствами индивидуальной защиты. Меняется пространственная и смыслообразующая составляющие внутрикорпоративного пространства: переоборудованы места ежедневных планерок цехового начальства, наглядно фиксируются плановые нормативы и ежедневные показатели. Активно идет формирование корпоративной культуры. Новая политика менеджмента активизировала продвижение рыночных ценностей: «профессионализм», «компетентность», «дисциплина».

Первоочередные новации собственника затронули организационную структуру предприятия и систему заработной платы, что вызвало напряжение между работодателем и трудящимися. Один из первых случаев был связан с решением вопроса о переводе водителей погрузчиков в

подчинение начальника прокатного производства: исторически этот цех находился на территории прокатного производства, но подчинялся другому цеху.

«Нам было непонятно это решение. На прокатном производстве не была подготовлена ремонтная база, не было человека, который следил бы за машинами. Поначалу был большой скандал, мы провели собрание с участием директора по персоналу, начальника цеха. Но потом американцы объяснили: когда транспорт находится непосредственно в том цехе, где он работает, легче им управлять. Мы так всю жизнь работаем. Они вводят новое. Обязательно садимся, объясняемся» [председатель профкома].

Одно из нововведений ТНК заключалось в изменении системы оплаты труда на предприятии. До прихода американского менеджмента она была сдельно-премиальной. Работники получали вознаграждение за выполнение планово-нормативных показателей. Перевыполнение и сверхнормативная работа должны были бы премироваться, что в условиях спада заказов, неполной загруженности производственных мощностей, с которыми предприятию приходилось сталкиваться в 1990-е годы, было маловероятным. Новая же система с точки зрения социальной защищенности рабочих более выгодна. Она связана с результативностью финансовой деятельности предприятия и зависит от индивидуального вклада работника. Неизменная доля зарплаты составляет 80%, а оставшиеся 20% выплачиваются (полностью или частично), если подразделение выполнило план.

Заработная плата на заводе соответствует уровню зарплат на других предприятиях региона, но значительно ниже уровня зарплаты на аналогичных предприятиях в развитых странах. Разные группы, заинтересованные в начислении и распределении заработной платы, реагировали на нововведение по-разному. Например, в новой системе мастер имеет право увеличивать вознаграждение сверх базовой ставки за повышение квалификации, стабильное выполнение работы. И это право оказывается для мастера еще одним источником разногласий, вынуждающим балансировать между требованиями менеджмента и ожиданиями рабочих. Реакция рабочих на новую систему оплаты труда – хрестоматийный пример феномена «работы с прохладцей»:

«Он приходит на работу и знает, что, будет он относиться к работе жаростно или прохладно, он все равно получит 80%. Пришел, получил...» [бригадир, прокатный цех].

Желание мастеров и начальников цехов использовать по максимуму фонд заработной платы, работу в выходные дни для получения двойной оплаты спровоцировало постоянные разбирательства между дирекцией по персоналу и начальниками цехов. Чтобы сгладить возросшую напряженность, в переговоры включился профсоюз. После бесед с рабочими была предложена схема, устроившая обе стороны:

«Сегодня ввели новое положение о премиальной системе. Есть цех, который выполняет план, а участок в цехе – не выполняет план. Так вот они [работники участка] не получают 20%. Получат, может, 15 или 10%. Новое положение дает право начальнику цеха давать премию тем, кто работает хорошо. Каким-то образом выделять, кто получит 20%, кто – 10% премии» [председатель профкома].

Профсоюз отстаивает трудовые права работников и путем организации протестных акций. С момента вхождения предприятия в состав ТНК было несколько коллективных выступлений рабочих с требованием повысить зарплату. В одном случае они были инициированы работниками вспомогательных цехов. В другом – заслуженные работницы завода выступили против новой системы оплаты труда, поскольку теряли свои преференции за выслугу лет. Затем зона напряжения возникла вокруг контроля машинистов насосных установок:

«Дело в том, что они не могут отлучиться от установки более чем на 20 минут. Может быть сбой подачи воды, что чревато взрывами, другими технологическими нарушениями. Мы добились того, что им исключили обеденный перерыв и включили его в рабочее время. На час прибавилась зарплата, они перестали зависеть от руководителей цехов» [председатель цехового комитета пресового цеха].

Информация о недовольстве работников попадает в первую очередь к председателям цеховых комитетов, которые обычно рекомендуют действовать по классической схеме: коллективные письма генеральному директору, директору по персоналу и в профсоюзный комитет – переговоры профсоюза с работодателем – решение вопроса. Сегодня переговоры

по поводу уровня заработной платы фактически сводятся к поиску возможностей повысить уровень жизни рабочих. Профсоюз предлагает руководству предприятия модели вознаграждения, которые учитывали бы интересы и работников, и работодателя.

При этом, стремясь повысить свою эффективность в новых условиях, профсоюз постепенно все более уподобляется коммерческой структуре в сфере услуг: деятельность его активных членов (постоянного штата) становится профессиональной, практики бюрократизируются⁴, все чаще профсоюз занимается решением индивидуальных проблем работников.

«Надо приспосабливаться к той деятельности, которой от нас требуют люди» [секретарь председателя профсоюза].

Общие рамки изменений связаны с омоложением профактива, с необходимостью привлечения квалифицированных специалистов – экономистов, юристов, – которые могли бы предложить жизнеспособные, экономически обоснованные схемы для повышения уровня жизни работников. Например, в ближайшее время для повышения экономической обоснованности предлагаемых схем расчета оплаты труда председатель намерен включить в состав профкома экономиста.

«Есть культурно-массовая комиссия и комиссия по культурно-бытовым мероприятиям. Они были актуальны, когда завод строил свое жилье и распределял его через комиссию. Сегодня этого нет. Нет экономиста, а он должен быть, потому что правовые акты по повышению заработной платы должны быть обоснованы...» [член профсоюза, освобожденный работник].

В свою очередь, меняется и интенсивность взаимодействия между членами профсоюза. Традиционных членских отношений в «спящем режиме» [Ильин 1995], сосредоточенных на умеренном обмене информацией с рабочими, оказывается недостаточно для подтверждения профсоюзом своей значимости. Чтобы выявить ожидания рабочих и оперативно наладить их диалог с работодателем, профсоюз инициирует проведение общих собраний, цеховых встреч:

«Мы организуем встречи. Собираем ожидания, чтобы не копились» [председатель цехового комитета пресового цеха].

Когда председатель профкома посетил профсоюз канадского предприятия, входящего в ТНК, изменились его представления об оперативности и отношении к способам работы с членской базой:

«...я выяснил для себя, что мы отстаем в уровне организации. Я понял, что нам надо очень много работать с людьми».

Организационные традиции российских предприятий предполагают автоматическое членство в профсоюзе практически всех работающих. На СМЗ за последние четыре года доля работников, входящих в профсоюз, сократилась на 4%. Среди выбывших – в основном так называемые «невозвращенцы», появившиеся вследствие вывода отдельных цехов, объектов социально-бытового обслуживания из структуры предприятия. Некоторый отток происходит и за счет квалифицированных рабочих, желающих сэкономить на профсоюзных взносах. Последняя тенденция в целом характерна и для других предприятий России, поэтому первичная профсоюзная организация СМЗ направила предложение в Горно-металлургический профсоюз России: установить фиксированную сумму членских взносов вне зависимости от зарплаты или зафиксировать эту сумму для отдельных категорий

⁴ Бюрократизация профсоюзных организаций как системное свойство современного российского трейд-юнионизма отмечалась в ряде работ [Алашеев 1995; Козина 2002; Ильин 2006]. Среди значимых черт, способствующих бюрократизации, исследователи указывали на высокую пассивность рядовых членов, снижение роли лидерских функций профсоюза, а также сокращение коллективных действий, основанных на солидарной активности рабочих.

работников, в зависимости от их стажа в профсоюзе (как заявил заместитель председателя профкома, «нас волнует моральная сторона дела»).

Выводы о сужении поля коллективных солидарных действий и общем снижении профсоюзного самосознания, к которым приходят современные исследователи трейд-юнионизма [Пато 2007], справедливы и для нашего профсоюза. Как результат, имеющиеся ресурсы профком все чаще направляет на решение индивидуальных вопросов работников. Например, на СМЗ в структуре профсоюза для этого специально образован правовой сектор. Тематика правозащиты работников возникла спонтанно, вследствие очередного ходатайства заводчан. Число «непроизводственных» запросов от работников завода растет:

«У нас сегодня открыта бесплатная юридическая консультация, мы специально взяли в штат юристов. По итогам 2006 года более 100 вопросов связаны не с производством, а с бытовыми проблемами...» [заместитель председателя профкома].

Среди запросов – просьбы помочь в составлении писем, исковых заявлений, подготовить документы по приватизации дачи, продаже квартиры. Таким образом, профсоюз выступает как организация в сфере услуг, реагирующая на запросы своих клиентов. Позитивным следствием вхождения предприятия в состав ТНК стала активизация защиты гражданских и трудовых прав работников, усиление контроля мер по обеспечению безопасности труда.

Профсоюз начал искать новые формы и механизмы взаимодействия с менеджментом завода. Перед руководством предприятия активно лоббируются перспективные модели вознаграждения, которые учитывали бы интересы как работников, так и работодателя. В спорных случаях (например, при оценке индивидуального вклада работника при расчете его вознаграждения) профсоюз выступает «клапаном» для сбрасывания недовольства работников. Хорошей основой для сотрудничества стала требовательность американцев к уровню проработки и обоснованности управленческих решений – профсоюз берет на себя подготовительную работу по сбору предложений и выяснению запросов рабочих (например, по вопросам организации их быта). Еще одна форма – совместное обсуждение ориентиров для социальных программ. Представители администрации (т.е. бизнес), со своей стороны, предлагают привлекательную модель корпоративной солидарности: на первом плане в ней общность интересов собственников, менеджеров и рабочих в конкурентной борьбе с другими компаниями. При этом политика ТНК представляется более продуманной по отношению к работникам предприятия, чем политика ее предшественника – российского алюминиевого холдинга:

«Лучше стало. Я не хочу сказать, что российская компания хуже, но по крайней мере к старости, к ветеранам войны американцы относятся более человечно, чем наши русские» [рабочий прокатного цеха].

Кроме того, по мнению председателя профсоюза, важную роль в диалоге профсоюза и работодателя играет фигура генерального директора завода.

В этой модели бюрократизация профсоюзных органов, ориентация «на клиента» являются предпосылками их превращения в партнеров администрации предприятия. Для обеспечения максимальной социальной стабильности предприятия профсоюз может стать проводником западных практик менеджмента, указывая способы и направления их адаптации к российской действительности.

Расширение горизонтальных связей между профсоюзами внутри ТНК

В транснациональной корпорации профсоюзы отдельных предприятий не только устанавливают собственные прямые контакты с работодателем, но и налаживают информационный обмен друг с другом. В нашем случае отдельные профсоюзы даже предлагали создать единую профсоюзную организацию корпорации.

Эта инициатива поступила от канадского профсоюза, стремящегося объединить усилия по защите прав работников на достойную оплату труда. Профсоюзы российских предприятий ТНК оказались не были готовы к такому объединению. Основным аргументом «против» было то, что централизация профсоюзной структуры грозит потерей маневренности на уровне конкретного предприятия. И если российская сторона, следуя сложившимся практикам российского трейд-юнионизма, видела роль профсоюза в качестве помощника администрации, а также канала передачи настроений рабочих, то иностранная сторона считала, что основная функция профсоюзов – защитная.

Как показало наше исследование, по вопросу объединения профсоюзов и создания единой профсоюзной организации ТНК (даже только в России, не говоря уже о международном уровне), общей позиции у профсоюзных лидеров двух российских предприятий, входящих в ТНК⁵, нет. Их профкомы сотрудничают на уровне обмена информацией. Создан специальный общий координационный совет, предприятия обмениваются информацией по вопросам своевременных выплат зарплаты, ее индексации, компенсации расходов на питание, т.е. занимаются традиционными вопросами советских профсоюзов. Внутрикorporативному объединению препятствует и традиционная схема отраслевой подчиненности профсоюзов: Белокалитвенское объединение входит в состав Федерации работников авиационной промышленности, а Самарский завод – в структуру Горно-металлургического профсоюза России. Организационное объединение профсоюзов требует учитывать специфические проблемы, обусловленные производственными и региональными различиями предприятий.

Таким образом, солидаризация профсоюзных организаций внутри ТНК ограничивается их общей бюрократизацией, приоритет остается за локальными интересами и спецификой региональных рынков труда. Как отмечает В. Дамье, «более радикальные предложения не встречают поддержки профсоюзной бюрократии» [Дамье 2007].

Влияние на содержание коллективного договора

Централизация управления сферой трудовых отношений и унификация коллективных договоров в крупных холдинговых компаниях приводит к рутинизации и малой изменчивости процедур подготовки и заключения коллективного договора, а также его содержания [Пуляева 1999]. В нашем случае с приходом нового собственника коллективный договор начал работать как инструмент «сглаживания разногласий между работодателями и наемными работниками» [Профсоюзы... 1997: 250], а его обсуждение оживило отношения между профсоюзами и работодателем:

«В течение двух месяцев идет борьба за каждый пункт коллективного договора, чтобы он был сделан в лучшую сторону» [рабочий прокатного цеха].

«Если раньше приняли какие-то обязательства, это не значило, что они будут выполнены. Нужно было согласовывать в Москве, дадут денег или не дадут – неизвестно. Сейчас не на кого ссылаться, что не хватает финансирования. На подготовительном этапе стали прорабатываться все вопросы, которые необходимо решить, и параллельно решается вопрос о финансировании» [начальник прессового цеха].

В коллективном договоре появились изменения в части охраны и безопасности труда, связанные с реорганизацией предприятия, новым техническим оснащением производства. Добавлены компенсационные условия при выходе на пенсию членов профсоюза. Обсуждается вопрос о перераспределении фонда оплаты труда: поскольку при увольнении работника его нагрузка перераспределяется между оставшимися на участке рабочими,

⁵ Помимо Самарского металлургического завода, в корпорацию Alcoa входит еще одно российское предприятие – ОАО «Белокалитвенское металлургическое производственное объединение».

последние, по мнению профсоюза, вправе получить компенсацию за возросший объем работы.

В результате коллективный договор фактически является приложением к бизнес-плану предприятия. При этом ориентация менеджмента на международные стандарты планирования деятельности, а также корпоративную социальную ответственность ограничивает деятельность профсоюза по подготовке и согласованию коллективного соглашения рабочих и работодателя.

Изменение роли профсоюза в реализации социальной политики предприятия

Традиционные профсоюзные организации, будучи частью менеджмента предприятия, всегда участвовали в распределении социальных благ [Ильин 1995; Козина 2002]. В условиях перехода к рынку эта функция несколько утратила свое значение, прежде всего из-за передачи части объектов соцкультбыта в муниципальную собственность. Руководство ТНК, купив предприятие, активно включилось в реализацию социальных программ. На переходном этапе сохраняются значимые для работников завода и традиционные для России мероприятия, финансируются общероссийские праздники: День победы, 23 февраля, 8 марта, 9 мая, Новый год, профессиональные праздники. Сохранены чествования ветеранов труда и «старожилов» завода.

«Они говорили, что не хотят ломать традиции, будут их только создавать. Принятые решения прошли согласование в Москве в центральном офисе, в Женеве, в Америке» [заместитель председателя профкома].

«18 лет назад [на предприятии] был создан фонд “Милосердие и здоровье” для связи с ветеранами завода, организации их досуга, оказания материальной помощи. В фонде есть магазин с продуктами питания, цех пошива одежды, парикмахерская – пенсионеры стригутся за 25–30 рублей. У них такого нет в Америке, они согласились финансировать Фонд. Финансирование составляет порядка 5 млн рублей. Профсоюзных около 150 тысяч в год, остальное – ТНК» [председатель профкома].

Однако в части полномочий и форм работы профсоюза в этой традиционной для него сфере наблюдаются изменения. Прежде всего, иной становится роль профсоюза в подготовке корпоративных социальных программ. За ним закрепляется роль распределителя информационных потоков: о нуждах и чаяниях рабочих – администрации, об инициативах предприятия – рабочим. Влияние профсоюза на реализацию социальных программ сокращается, поскольку его потеснили соответствующие профессиональные службы (департамент по работе с персоналом, юридический департамент, департамент по корпоративной культуре и др.).

По инерции профсоюз все еще воспринимается работниками как «организация, которая не только распределяет, но и обеспечивает социальные льготы и услуги на предприятии» [Козина 2007]. Деятельность по оказанию материальной помощи, культурно-массовая работа – вот направления профсоюзной работы, которые привычны и востребованы рядовыми членами профсоюза. Со своей стороны профсоюз благожелательно воспринимает действия менеджмента по расширению социального пакета:

«Договариваться стало легче. Американцы предоставляют информацию по финансовым показателям завода, по бюджету на следующий год... Легче планировать деятельность. Сейчас, в августе, у меня уже есть проект социальной программы на 2008 год» [председатель профкома].

Следуя общим тенденциям, активная социальная политика западного собственника будет служить еще одним ограничением для воспроизводства традиционной советской модели трейд-юнионизма и подталкивать профсоюз к активизации работы с членской базой, а также к поиску новых ниш для защиты работников.

Заключение

Вхождение предприятия в состав ТНК влечет за собой изменение профсоюзных практик. Позитивные практики связаны с активизацией деятельности профсоюза и модернизацией его защитной направленности. Профсоюз ищет новые формы и возрождает традиционные механизмы защиты прав рабочих. Более активно отстаиваются коллективные трудовые права работников, в том числе возрастает использование потенциала протестных акций.

Умеренный обмен информацией с рабочими оказывается недостаточным для поддержания активности членской базы, и профсоюз в срочном порядке изменяет позиции по отношению к запросам рабочих, сбору информации, скорости и методам решения вопросов (речь идет о протестных акциях, опережающей разработке и лоббировании зарплатных схем, большей активности в проведении собраний и т.п.).

В рамках ТНК профсоюзы разных предприятий (особенно иностранных) склонны призывать к объединению для передачи опыта и осуществления солидарных действий. Однако эта тенденция неоднозначна. С одной стороны, действительно усиливается информационный обмен между отраслевыми и международными профсоюзными организациями. С другой стороны, профсоюзные первичные организации ориентированы на локальные интересы и краткосрочные задачи, а также на социальное согласие в первую очередь с менеджментом своего предприятия.

Основная стратегия приспособления профсоюза к руководству ТНК на этом этапе связана с адаптацией привнесенных методов управления к сложившимся российским традициям и соответствующей модернизацией трудовых отношений. При этом профсоюз действует в рамках корпоративной модели солидарности. Взаимовыгодны для профсоюза и менеджмента вопросы модернизации схем оплаты труда, распределения социальных льгот и разработки социальных программ предприятия.

Происходит укрепление внутренней структуры самой профсоюзной организации накапливаются ресурсы (в штат привлекаются экономисты, юристы) для усиления позиций в переговорах с работодателем. Бюрократизация профсоюзов проявляется в стремлении обеспечить потребности «клиента» (т.е. работников предприятия) и профессиональной специализации внутри профкома. Расширение спектра правозащитных услуг со стороны профкома и индивидуализация процедур защиты все более приближают профсоюзную организацию к образу коммерческой структуры в сервисной сфере.

Бюрократизация профсоюзов отражает тенденцию сращивания с менеджментом предприятия. Однако очевидно, что иностранный собственник достаточно силен, самодостаточен и имеет разработанные программы действий. «Мы уже сейчас задумываемся, кому мы будем нужны: рабочим или администрации?», – это фраза одного из профсоюзных активистов. Выбор остается открытым.

ЛИТЕРАТУРА

- Будько В. Профсоюзная стратегия в условиях глобализации // Социальное партнерство. 2006. № 1. <http://www.oilru.com>
- Нойнхедфер Г. Профсоюз – каждодневная практика // Отечественные записки. 2007. № 4 (38). <http://www.strana-oz.ru/authors/?author=834>
- Ильин В.И. Членские организации: бумажный и реальный статус. <http://www.warwick.ac.uk/russia/Intas/Dec2006seminar.htm>
- Пато Т. Состояние профсоюзного движения в Европе // Скеписис. Научно-просветительский журнал. 2006. 5 октября. http://scepisis.ru/authors/id_304.html
- Алашеев С.Ю. Профсоюзное движение: солидарный или бюрократический путь развития? <http://www.warwick.ac.uk/fac/soc/complabstuds/russia/documents/>

- Козина И.М.* Российские профсоюзы: трансформация отношений внутри традиционной структуры // Экономическая социология. 2002. Т. 3. № 5. С. 75–92.
- Ильин В.И.* Российские профсоюзы и аппарат управления: тенденции взаимоотношений // Социологические исследования. 1995. № 10. С. 53–58.
- Козина И.М.* Постсоветские профсоюзы // Отечественные записки. 2007. № 4 (38). <http://www.strana-oz.ru/?numid=38&article=1505>
- Петрова Л.Е.* Как «умирают» советские профсоюзы // Мир России. 2001. № 3. С. 138–152. <http://ecsocman.edu.ru/mirros>
- Дамье В.* Самоорганизация наемных работников // Отечественные записки. 2007. № 4 (38). <http://www.strana-oz.ru/authors/?author=830>
- Пуляева О.Н.* Проблемы развития социального партнерства на предприятии // Социальный диалог в России. Серия публикаций по социально-трудовым вопросам в странах Восточной Европы и Средней Азии. Вып. 4. Издание Бюро МОТ. М., 1999.
- Профсоюзы // *Аберкромби Н., Хилл С., Тернер Б.С.* Социологический словарь / Пер. с англ. под ред. С.А. Ерофеева. Казань, 1997. С. 250.

ДЕБЮТНЫЕ РАБОТЫ

Е.В. Лисова

ДАУНШИФТИНГ: СТРАТИФИКАЦИОННЫЕ ЭФФЕКТЫ



ЛИСОВА Евгения Владимировна – слушатель Московской Высшей школы социальных и экономических наук.

Email: 1353124@gmail.com

В работе рассматривается феномен дауншифтинга – резкого добровольного изменения социального статуса в сторону (предположительно) его понижения, отказа от конвенциональных благ, престижа в пользу индивидуально комфортного образа жизни. Предпринята попытка встроить данное явление в существующие классификации и описать группу «дауншифтеров» на основе стратификационных критериев.

Ключевые слова: дауншифтинг, стратификационный анализ, социальная мобильность.

«а... с сегодняшнего дня прошу считать меня недействительным, весьма сомнительным. Пока пою, проверь свои предохранители. Путеводители. В пути – водители. По-моему, все врут твои производители, все врут...»

А. Васильев. «Всего хорошего»

And a good many top managers do not know what has hit them.

A. Toffler. «The Third Wave»

В человеческом обществе появляется все больше мирных социальных движений и групп. Обычно они дают своим членам лишь еще один, причем не самый важный для них статус в общественной иерархии. Однако ситуация становится более интересной, если с появлением такого движения сопряжена серьезная и неожиданная социальная проблема, которая оказывается причиной головолomных болей социологов. Одна из таких проблем в американском обществе получила название «увольнения менеджеров». Точнее, массовый уход квалифицированных управленцев можно отнести лишь к объективной стороне вопроса, верхушке айсберга. Если бы это было простой миграцией трудовых потоков, то мало кто обратил бы на нее внимание, кроме HR-менеджеров данной компании. Но речь идет о настоящей *стратегии* людей, которые сознательно отказываются от высокого дохода и ответственности, переходят на спокойные, низкостатусные, мирные должности или вовсе перебираются в сельскую местность, посвящая себя общению с природой и семьей. Нисходящая социальная мобильность, потеря престижа, карьеры, власти, высокого дохода знаменуют процесс, названный «дауншифтингом» [downshifting]. Однако

«дауншифтеры» себя несчастливыми отнюдь не считают, ведь их поведение – это результат желанный, основанный на долгой рефлексии и пересмотре системы ценностей.

Что же такое дауншифтинг – психологический синдром, социальное движение, процесс формирования нового класса, показатель глобальных изменений? Ни на один из этих вопросов нельзя ответить определенно, однако в данной работе мы попытаемся проанализировать феномен дауншифтинга, его стратификационные эффекты на основе анализа литературы, публицистики, материалов интернет-дискуссий – и нашего социологического воображения.

«Дауншифтинг – это...»

Дауншифтинг – очень новый и очень спорный термин, характеризующий последние изменения в социальной структуре развитых государств¹. Дауншифтинг – это явление капиталистических хозяйственных систем Америки, Великобритании, Австралии и других высокоразвитых и, как правило, англоговорящих стран. Однако говорить о научной разработанности данной проблемы не приходится, ведь даже ее название варьируется от страны к стране. Так, в Европе больше распространен термин дауншифтинг [downshifting], в США – «добровольная простота» [voluntary simplicity, simple living], а в Австралии – «резкое изменение» [sea change]. Тем не менее в 1995 г. дауншифтерами себя назвали 28% населения Америки, а результаты национального обследования Великобритании, проведенного Британским бюро маркетинговых исследований [British Market Research Bureau] в 2003 г.,² позволили исследователям говорить о 25%-ной доле дауншифтеров в стране.

Подобное противоречие – малая изученность весьма распространенного явления – ученые (те немногие, которые занимаются данной проблематикой) объясняют тем, что в развитых странах дауншифтинг является скорее укорененной социальной практикой, нежели предметом научных дискуссий [Hamilton, Mail 2003]. Действительно, об этом явлении практически нет не только научных, но даже публицистических статей. При этом, как ни странно, больше всего в деле изучения дауншифтинга продвинулись австралийские исследователи, которые рассматривают его как «добровольные, долгосрочные изменения в стиле жизни, основанные на уменьшении значимости доходов» [Там же]. Безусловно, говорят они, модели дауншифтинга в странах Европы, Америке и Австралии имеют значимые различия, так как оптимальное соотношение «работа – жизнь» может быть реализовано множеством способов (см. табл. 1.). К последним они относят: сокращение числа рабочих часов, смену вида трудовой деятельности, временную занятость, переход с престижной должности на позицию с более низким уровнем ответственности и заработной платы, работу дома, самозанятость или вовсе увольнение [Levy 2005].

¹ Предположительно, автор термина – Джеральд Селенти [Gerald Celente], руководитель нью-йоркского Института по изучению трендов [Trends Research Institute]. Скорее всего, такое название не приживется, поскольку имеет негативную коннотацию (down – скатывание вниз), в то время как выражаемая им идеология предполагает и переосмысление ценностных оппозиций «хорошее – плохое» (и, значит, мобильный субъект вовсе не обязательно будет воспринимать свою мобильность как нисходящую). Здесь напрашивается параллель с названием движения «чайлдфри», чье сообщество образовалось с выдвижения лозунга: «childless» – «childfree» (смена коннотативного значения: ты не лишен чего-то, напротив – ты свободен).

² Случайная выборка телефонного опроса составила 1176 респондентов в возрасте от 30 до 59 лет.

Таблица 1. Модели дауншифтинга, % от общего числа опрошенных

Изменения в рабочем режиме	Великобритания	Австралия
Переход на менее оплачиваемую работу	11	23
Сокращение рабочих часов	22	29
Увольнение с оплачиваемой должности	30	19
Смена вида деятельности	20	18
Возвращение к обучению	12	–
Другое	6	11

Источник: [Hamilton 2003: 7].

С нашей точки зрения, австралийские авторы слишком широко трактуют рассматриваемое явление, смешивая дауншифтинг и естественную нисходящую мобильность или считая их тождественными. Опросы, построенные на этом допущении, показывают, что речь идет не только о перемещении довольно узкой социальной страты менеджеров среднего и высшего звена, но и о колебаниях среди «синих воротничков». Доля страты дауншифтеров при таком расчете заметно увеличивается – до четверти населения страны.

А. Этциони предлагает иной подход, заметно отличающийся от подхода австралийских ученых, и рассматривает дауншифтинг как процесс изменения культуры потребления, духовную революцию, в том числе в виде отказа от экономических благ, ухода от материалистических ценностей; образ жизни, основанный на балансе жизненных и духовных потребностей. Анализ данного явления с таких позиций уводит исследователей к философии хиппи и буддизма [Etzioni 1998]. Подобные гипотезы, безусловно, имеют право на существование, однако они не согласуются с результатами работ социологов из Британского бюро маркетинговых исследований, занимающихся изучением мотивационных предпосылок для столь резких изменений в поведении индивидов (см. табл. 2). Легко увидеть, что отказ от материалистических ценностей трудно считать главной причиной для принятия решения об изменении стиля жизни.

Таблица 2. Причины дауншифтинга жителей Великобритании, % от общего числа опрошенных

Основные причины жизненных изменений	Доля ответивших
Стремление к более сбалансированному стилю жизни	12
Стремление проводить больше времени с семьей	32
Стремление к самореализации и большему контролю над своей жизнью	18
Стремление к более здоровому образу жизни	13
Стремление к менее материалистическому образу жизни	5
Стремление к большей финансовой независимости	4
Затрудняюсь ответить	16

Источник: British Market Research Bureau, 2003.

Таким образом, если признать факт существования дауншифтинга, то перед исследователями возникает множество вопросов: как его классифицировать в ряду сопряженных явлений; изменяется ли тип хозяйствования, рациональность новой группы; можно ли списать это явление на статусную неконсистентность; влияет ли оно на социальное расслоение, вносит ли существенные изменения в набор групповых характеристик; насколько дауншифтинг распространен и может ли повлечь какие-либо социальные преобразования.

Безусловно, все эти вопросы требуют отдельных исследований. Мы же сосредоточимся на встраивании данного явления в существующие классификации и описании новой группы на основе стратификационных критериев. Под дауншифтерами мы будем понимать новую

социальную страту, представители которой ранее принадлежали к высше-среднему классу, однако потеряли высокий статус в трудовой иерархии в результате добровольного решения об изменении стиля жизни.

Масштабность явления в разных оценках варьируется, однако в любом случае речь идет о естественном процессе образования нового социального слоя – формировании реальной группе со специфическими особенностями поведения и потребления, которую можно подвергнуть стратификационному анализу. И хотя многие сегодня говорят об антибизнес-движении, на наш взгляд, здесь нельзя отказываться от модели экономического человека: дауншифтинг призывает меньше тратить и меньше работать, а не прекратить работу и потребление. Более того, модель экономического человека обладает достаточной объяснительной силой для анализа рациональности дауншифтинга. Действительно, ведь данную жизненную стратегию нельзя назвать иррациональной – она основана на хозяйственном расчете при соблюдении знаменитого принципа «экономии сил»: достижение оптимального соотношения между результатами и необходимыми затратами [Вебер 2005: 50].

Дауншифтинг: трудовые корни и глобальные тенденции

Хотя на данный момент исследователи-стратификаторы не слишком интересуются феноменом дауншифтинга, нельзя сказать, что это абсолютно новое явление в социальной реальности. Так, малообъяснимое поведение успешных людей среднего возраста – их потеря интереса к прежнему делу, разрыв социальных связей и резкий переход на совершенно другое поле профессиональной деятельности – получило в психологии название «синдрома Гогена». Однако в нашей работе речь пойдет не о психологических склонностях конкретных людей (которые, безусловно, чрезвычайно важны), а о социальном преобразовании и возможности его интерпретации с точки зрения социологических концепций.

Марксистский подход

Некоторые исследователи указывают на значительную однородность данной группы по критериям возраста, уровня образования, сферы деятельности, этнической принадлежности, что дает им основание говорить о «классе дауншифтеров» [Sutcliffe 2006]. С нашей точки зрения, выделение дауншифтеров в социальный класс проблематично, так как здесь не соблюдается ряд принципиальных условий.

Во-первых, выделенная группа не осознает себя как «класс-для-себя». Более того, большинство ее представителей уверены, что дауншифтинг – это явление скорее индивидуальное, чем социальное.

Во-вторых, исходя из логики теории К. Маркса, нисходящая мобильность (неотъемлемая характеристика дауншифтеров) ведет к увеличению численности пролетариата, который «с прогрессом промышленности не поднимается, а все более опускается ниже условий существования своего собственного класса» [Маркс, Энгельс 1955: 435]. Происходит своеобразная революция «революции менеджеров», когда контроль и ответственность возвращаются к законному владельцу капитала. Соответственно, увеличивается «новый рабочий класс», представители которого постепенно понимают, «что перспективные исследования, творческая разработка оригинальных проблем, любовь к совершенству несовместимы с критериями капиталистической выгоды... В такой ситуации становится очевидным, что борьба за исполненную смысла жизнь есть борьба против власти капитала и эта борьба должна вестись без всякого перерыва» [Белл 1999: 204]. Увеличение классовой поляризации по этой логике неминуемо ведет к актуализации проблемы эксплуатации, при которой пролетариат должен нарастить внутреннюю противоборствующую силу, направленную на улучшение своего материального благополучия. Однако дауншифтеры не

обладают таким зарядом и, более того, не готовы на какие-то усилия для получения материальных благ. Выходит, что работники, ориентированные на экономические привилегии, и дауншифтеры, стремящиеся к сокращению своего рабочего времени, имеют сходные структурные позиции, однако не демонстрируют сходство мировоззрений и интересов.

К тому же в данную концепцию не вписывается мотивация дауншифтеров – едва ли на их примере можно прийти к выводу марксистских исследователей о том, что именно труд и неосознанное стремление человека к нему являются движущей силой развития общества и индивида.

Теории менеджмента

Для лучшего понимания происхождения новой социальной группы можно обратиться к исследованиям тех, кто первыми столкнулся с проблемой исчезновения социального капитала, т.е. к специалистам по персоналу крупных корпораций. Поразительно, но именно большие международные компании, такие как Procter&Gamble, Mars, Big4, British American Tobacco, Marriot International и т.д., являются основными производителями дауншифтеров. Каким образом работа в огромных корпорациях может стимулировать такое оригинальное переосмысление жизни? Рассмотрим вкратце специфику корпоративной среды таких компаний.

Корпоративная культура и корпоративная политика

Возникновение школ научного менеджмента можно датировать 1920–1930 годами, когда Фредерик Тейлор разработал систему оптимизации ручного труда с помощью стимулирования личной заинтересованности. Будучи сторонником модели Homo economicus, он полагал, что экономические мотивы являются самым сильным побудителем к труду при постоянном нарастании интенсивности работы [Ромашев 2001: 21–26]. За шестьдесят с лишним лет выяснилось, что человеческие ресурсы как инструмент и активная сила производства нуждаются не только в таких прямолинейных решениях.

В настоящее время политика многих крупных компаний направлена на «закрытие» своей корпоративной культуры. Сильные организационные структуры «защищены сетью культурных артефактов», на основе которых даже самые мелкие детали повседневности «вписываются на страницы настоящего в историю организации»³. Соединение субкультур подразделений приводит к максимальному снижению неопределенности. Бесспорность корпоративных принципов и норм достигается также путем замыкания социальных связей сотрудников в корпоративной структуре, когда работник проводит в трудовом дискурсе не только рабочие часы, но и свое свободное время. Постоянные тренинги, team-building, обучение, продвижение, материальное стимулирование, жизнь в постоянной готовности и мобильности, командировки, широкий спектр возможностей, предоставляемых компанией, сильно повышают значимость трудовой деятельности, которая не может не противоречить традиционным ценностям семьи, дружбы и всестороннего развития личности. Четыре желания, определяющие человеческое поведение, по мнению социолога У. Томаса, – уверенности, новых впечатлений, ответных чувств и признания, – могут быть исполнены в рамках корпорации [Белл 1999: 390]. Корпоративная понятийная дихотомия «downscaling – upscaling» четко указывает направление движения для развития, однако «downshifting» не

³ Здесь и далее используются материалы Института корпоративной политики. <http://corpculture.ru>.

приравнивается к «downscaling», т.е. это профессиональное перемещение указывает на процесс выхода за рамки корпоративной лестницы.

«Исчезновение трудового капитала» стало не только кошмаром HR-менеджеров, но и проблемой, требующей позитивных решений, – так родился менеджмент увольнений. Средствами борьбы корпораций становится политика «дауншифтинг вместо увольнения»⁴, когда появляется возможность частичной занятости, с одной стороны, и сильно снижаются пенсионные выплаты при раннем уходе с рынка труда, с другой [Vickerstaff, Cox, Keen 2003: 283]. Таким образом, с точки зрения корпоративной идеологии, явление дауншифтинга – это продукт трудовой деятельности и может контролироваться гибкой системой управленческих решений.

Трудно ответить на вопрос, когда наступил переломный момент, «новое поветрие среди менеджеров» и что именно ему послужило катализатором. Вероятно, это не только специфика трудовых будней, но и глобальные тенденции.

Теории общественных изменений

И здесь нельзя обвинить ученых в том, что они мало трудились над разработкой социологии будущего, предсказывающей появление нового типа обществ. «Общество сервисного класса», посткапиталистическое, управленческое, праздное, потребительское, развитое индустриальное, массовое⁵ – это лишь беглый просмотр социологических теорий с разными долями откровений и банальностей. Безусловно, как говорили многие из социологов, «я достаточно знаю историю, чтобы понять, что обстоятельства не всегда складываются по законам логики» [Белл 1999: 65]. Однако можно сопоставить логику авторов по единому основанию – через их прогнозы по поводу развития сферы трудовой деятельности.

Элвин Тоффлер в своей праптопии описал общества второй и третьей волны, имеющие ряд существенных отличий друг от друга. Цивилизация второй волны упорядочивает дневную жизнь человека под ритм машин, когда множество людей просыпаются в одно и то же время, идут одновременно на работу, возвращаются домой, ложатся спать. В течение многих поколений воспроизводился ритм «пять дней в неделю по девять часов», какими бы ни были индивидуальные особенности биологических ритмов. Тоффлер подробно описывает механизмы синхронизации, стандартизации, специализации и приходит к выводу, что стремление к унификации породило контртенденцию, когда трудовой день становится все более индивидуальным, различия между работой и «неработой» растворяются, а человек становится хозяином своего времени.

Дэниел Белл, напротив, указывает на то, что в постиндустриальном обществе «свободное время», как и трудовое, подлежит измерению, а «эффект от времени», затраченного на досуг, является равноценным доходу от рабочего времени [Белл 1999: 642]. Люди будут настолько ценить свои свободные минуты, что предпочтут воспользоваться услугами для его экономии, наращивая тем самым потребление.

⁴ Сегодня такая политика применяется, например, в компаниях Ernst&Young, Marriot International.

⁵ Постиндустриальное общество (Д. Белл.); постмодернистские теории об обществе и культуре (Ж.-Ф. Лиотар, Ж. Бодрийяр, Ф. Джеймсон, М. Постер, З. Бауман); теории о гибкой (приспосабливающейся) специализации [flexible specialisation]; теории, подчеркивающие информационный тип развития (М. Кастельс).

Критерии стратификации дауншифтеров⁶

В этой части работы прежде всего необходимо разобраться с проблемой неравенства, с которой начинается любое повествование о социальной стратификации. Если рассматривать неравенство как положение, при котором люди не имеют равного доступа к социальным благам [Смелзер 1994: 656], то получается, что дауншифтеры равноположены высше-среднему классу, к которому они принадлежали ранее, по многим пунктам, кроме экономического. А это в свою очередь делает неактуальными первостепенные стратификационные критерии – доход и род деятельности, но увеличивает вес культурной и эмоциональной составляющих, неудобных для стратификационного анализа. На эмпирическом уровне проблемы могут возникнуть тогда, когда окажется, что гипотеза о высокой взаимной корреляции социальной и экономической стратификаций (т.е. для описания экономических классов берутся источники и размер дохода) не работает. Кроме того, в нашем случае на данный момент проблематично выявить способы передачи неравенства от одного поколения другому, так как у дауншифтеров еще не выросли наследники.

И все же, несмотря на некоторые ограничения, а также отсутствие социологических исследований по данной тематике, можно проанализировать основные критерии, позволяющие выделить дауншифтеров в отдельную страту.

Наличие первоначального капитала

По мнению исследователей, наиболее резкие смещения в социальном статусе свойственны людям, которые многие годы посвящали себя работе и соответственно накопили достаточный капитал. По свидетельству американского социолога Джулиет Шор, многие состоятельные граждане признаются, что не могут купить *все*, что им необходимо, хотя Америка является одной из самых богатых стран в мире [Schor 1998]. Разочарование в своих финансовых возможностях, физическая усталость и постоянный стресс вводят их в состояние фрустрации, ведущей к ранним увольнениям. Значение власти, престижа, статуса теряется на фоне осознания упущенных возможностей общения с семьей, детьми, путешествий, социально полезных дел, свободы личного времени. По словам публицистов, люди начинают понимать, что они «теряют не только субботы, но и часть себя» и, более того, что «лучшие вещи ничего не стоят».

Однако такое поведение можно рассматривать и как своеобразный механизм психологической защиты для тех, кто не смог вынести трудностей конкурентной борьбы. Действительно, многие участники упомянутого нами британского опроса [Hamilton 2003: 8] указали, что одной из причин, повлиявших на решение, было резкое ухудшение здоровья [Hamilton 2003]. С функциональной точки зрения данная стратегия оправдана и объясняет многие схемы перехода к «добровольной простоте», однако сами дауншифтеры заявляют, что социальный неудачник далек от норм дауншифтинга. Итак, в рамках нашего анализа можно зафиксировать, что данная страта обладает достаточным социальным, культурным, человеческим и экономическим капиталами.

Появление досуга

В нашей логической модели одним из основных побудительных мотивов дауншифтинга, влекущего за собой изменение структуры общества, является переосмысление ценности

⁶ Сразу оговоримся, что, ввиду отсутствия эмпирических исследований по данной теме, предложенные критерии для стратификации основаны только на анализе теоретических работ.

свободного времени или досуга. Безусловно, досуг не является феноменом именно современного общества, однако воспринимается как функция работы. Чтобы понять формулу взаимоотношения этих явлений, можно обратиться к истории.

Так, в Древней Греции досуг относился к высшим ценностям, таким как истина, красота, знание, и определялся словом «skhole». Skhole, погруженное состояние мирного созерцания и творчества, предполагало индивидуальный выбор режима работы в интеллектуальной или гражданской деятельности, было доступно только элите и являлось хорошим критерием для стратификационного анализа древнегреческого общества. Трактровка досуга в Древнем Риме значительно отличалась. Римский *otium* воспринимался как некая передышка, время покоя, необходимого для возвращения к работе, которое не зависело от социального статуса, а просто обозначало период после продуктивной активности. В средние века досуг отождествлялся с праздностью и считался одним из десяти смертных грехов, однако также служил индикатором высокого положения и богатства [здесь и далее по: Juniu 2000]. Индустриальная революция повлекла за собой увеличение рабочего времени, главной целью которого являлось увеличение продуктивности. Чрезмерная эксплуатация породила множество рабочих движений за уменьшение трудового дня при увеличении заработной платы. Однако нерабочее время начало восприниматься как «пустые часы» праздности. По словам Ю. Хабермаса, «досуг был деформирован под увеличение потребления и товарности».

Этимология русских аналогов греческого «skhole» не отражает сущности явления, а наоборот указывает на определенный временной промежуток – «до» действия (*досуг*), свободы «от» действия (*отдых*). Человек досужий – не дауншифтер, так как последний зачастую занят «работой вне работы»: в общественных, некоммерческих, благотворительных, правозащитных и экологических организациях. Более того, идеология дауншифтинга предполагает определенную рационализацию рутинных праздных практик досуга, демонстрируя, что само отсутствие работы ведет к естественному сокращению потребления, так как больше не надо поддерживать статусный образ. В частности, дауншифтинг указывает на те явления, которые оказываются избыточными при сокращении значимости работы, а именно:

- посещение ресторанов, кафе обусловлено многочасовой трудовой занятостью, когда люди не имеют возможности есть дома;
- проблема гиподинамии решается с помощью не только дорогих фитнес-центров, но и прогулок в парках;
- одежда дорогих фирм символизирует скорее принадлежность к определенной группе, чем означает качество изделия.

Интенсивная вертикальная мобильность

Необходимо указать на относительность эффектов дауншифтинга. Многие представители этой страты как были, так и остаются в среднем классе, более того дауншифтинг отчасти стимулирует развитие последнего, создавая идейную основу для самостоятельных решений и самореализации. Но значительная часть дауншифтеров попадает в рабочий класс, в группу предпринимателей или безработных. Правда, в каждой из этих групп они занимают особую позицию.

Наиболее полно идеология дауншифтинга раскрывается в практиках предпринимательской деятельности. Однако здесь следует брать лишь те виды индивидуальной трудовой деятельности, которые не предполагают усиленного вложения материальных, временных ресурсов и чаще всего осуществляются в рамках самозанятости [Ильин, Ильина 1999].

Дауншифтеры-безработные также не могут быть однозначно причислены к бедным или андерклассу, так как их низкий уровень запросов возник не в результате «недостижительских ценностей, иждивенчества, безответственности, беспомощности, лени и асоциальных способов поведения» [Балабанова 1999], а в результате переосмысления собственных потребностей. По мнению дауншифтеров из этой группы, бедность противоположена дауншифтингу, так как «бедный человек ограничен в возможностях и много времени уделяет борьбе за существование»⁷.

Что касается рабочих, то и здесь дауншифтеры занимают специфические профессии. Как пишет один из российских дауншифтеров, «удивительно, но, оказывается, из менеджера или бухгалтера получаются отличные сторожа, дальнобойщики, частные лавочники и фермеры»⁸. Представители данной группы не только вертикально мобильны, но и интенсивно перемещаются в пространстве – совершают переезды в пригороды, поездки внутри страны, иммигрируют в теплые развивающиеся страны (так называемый «гоашифтинг»).

Заключение

Таким образом, в настоящий момент дауншифтинг является трудной категорией для стратификационного анализа, скорее внося смущение в существующие категории и концепции, чем объясняя сущность и последствия этого явления. Стратификация, основанная только на измерении обладания экономическими благами, не позволяет определить масштаб страты дауншифтеров, так как снижение потребления зависит не столько от нехватки финансовых средств, сколько от рационального решения о бережливости и экономии.

Несмотря на расхождения в оценках значимости и распространенности дауншифтинга, можно отметить, что в развитых странах существует тенденция к уменьшению рабочего времени. Однако с функциональной точки зрения такое последствие дауншифтинга не обязательно негативно. С одной стороны, да, это потеря квалифицированного трудоспособного социального капитала, что препятствует росту национального благосостояния. С другой стороны, по демографическим прогнозам, выход на пенсию поколения, родившегося во время послевоенного бэби-бума, и низкая рождаемость приведут к нехватке квалифицированной рабочей силы и кризиса рабочих мест, который начнется в 2010⁹, что дает нам основание предполагать рост занятости людей в пенсионном возрасте и гибкую политику компаний по удержанию сотрудников. В данном ракурсе дауншифтинг может стать социальным процессом, которому подвержены многие слои общества.

Что касается российского общества, то несмотря на то, что в рунете в последнее время появляются разнообразные сообщества дауншифтеров, на наш взгляд, еще рано говорить о формировании данной страты в стране. В России по-прежнему очень высока значимость материальных ценностей, стабильности и достатка, а дауншифтинг – скорее следствие определенной пресыщенности ими вследствие высокого экономического развития, стабильности и социальных гарантий, которые в нашей стране пока не достигли уровня развитых стран. Сегодня дауншифтинг в России скорее сводится к гоашифтингу – переезду в места с более низким уровнем жизни, что позволяет людям с достаточным накопленным капиталом сохранять достойное социальное положение при малоинтенсивной занятости.

⁷ По материалам дискуссий в живом журнале: <http://www.liveinternet.ru/users/1305985/post46704472/>

⁸ По материалам сайта «Сообщество дауншифтеров в России»: <http://www.downshifting.ru/digest/01-04-2007/99>

⁹ См.: Future Survey. October 2006. Vol. 28. No. 10. P. 451–500. <http://www.wfs.org/fsrvoct06.htm>

Дальнейшее изучение феномена дауншифтинга интересно с точки зрения формирования новой страты в социальной структуре общества, которую трудно описать прежними критериями стратификационного анализа. Данная «игра на понижение» не может не вносить изменений в структуру общества: группы рабочих и безработных становятся более гетерогенными, а следовательно, необходимо вводить новые ограничения, так как старые не дают нам информацию о «типологических групповых характеристиках хозяйственного действия» [Радаев 2005: 392] и рациональности.

Литература

- Балабанова Е.С. Андеркласс: Понятие и место в обществе // Социологические исследования. 1999. № 12. С. 65–70. <http://ecsocman.edu.ru/socis>
- Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования. М.: Academia. 1999.
- Вебер М. Хозяйство и общество. Глава II: Основные социологические категории хозяйствования / Пер. с нем. А.Ф. Филиппова // Экономическая социология. 2005. Т. 6. № 1. С. 46–69.
- Ильин В.И., Ильина М.А. Самозанятость как социальный феномен российского общества // Рубеж (альманах социальных исследований). 1999. № 13–14. С. 156–178. <http://ecsocman.edu.ru/rubezh>
- Маркс К., Энгельс Ф. Манифест Коммунистической партии // Маркс К., Энгельс Ф. Сочинения. 2-е изд. Т. 4. М., 1955. С. 419–459.
- Радаев В.В. Экономическая социология. М.: Издательский дом ГУ–ВШЭ, 2005.
- Ромашев О.В. Социология труда. М.: Гардарика, 2001. С. 21–26.
- Смелзер Н. Социология. М.: Феникс, 1994.
- Block F. Postindustrial Possibilities: A Critique of Economic Discourse. L.: University of California Press, 1990.
- Etzioni A. Voluntary Simplicity: Characterization, select psychological implications, and societal consequences // Journal of Economic Psychology. 1998. Vol. 19. P. 619–643.
- Hamilton C. Downshifting in Britain: A sea-change in the pursuit of happiness // Discussion Paper. 2003. No. 58.
- Hamilton C., Mail E. Downshifting in Australia: A sea-change in the pursuit of happiness // Discussion Paper. 2003. No. 50.
- Juniu S. Downshifting: regaining the essence of leisure // Journal of Leisure Research. 2000. Vol. 32. No. 1. P. 69–73.
- Leicht K. (ed.). Research in Social Stratification and Mobility. Amsterdam: JAI, 2001. Vol. 18.
- Levy N. Downshifting and meaning in life // Ratio. 2005. Vol. 18. P. 6–34.
- Robert H. Frank Luxury Fever: Why Money Fails to Satisfy in an Era of Excess. N.Y.: The Free Press, 1999.
- Schor J.B. The Overspent American: Upscaling, Downshifting, and the New Consumer Culture. N.Y.: Basic Books, 1998.
- Sutcliffe S.J. Re-thinking “New Age” as a popular religious *habitus*: a review essay on the spiritual revolution // Method & Theory in the Study of Religion. 2006. Vol. 18. No. 3. P. 294–314.
- Toffler A. Third Wave. L.: Pan; Collins, 1981.
- Veblen T. The Theory of the Leisure Class. New Brunswick: Transaction Publishers, 1992.
- Vickerstaff S., Cox J., Keen L. Employers and the Management of Retirement // Social Policy and Administration. 2003. Vol. 37. No. 3. 271–287.

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ОБЗОРЫ

А.В. Шевчук

СРАВНИТЕЛЬНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ МОДЕЛЕЙ КАПИТАЛИЗМА¹

Часть 1. Современные классики



ШЕВЧУК Андрей Вячеславович – к.э.н., доцент кафедры экономической социологии ГУ–ВШЭ.
Email: andreyshevchuk@mail.ru

Социально-экономическая компаративистика имеет долгую историю. На протяжении большей части XX века исследовательский интерес был в основном прикован к противостоянию хозяйственных систем капитализма и социализма, хотя и тогда присутствовало понимание того, что сами эти системы далеко не однородны. В конце 1980-х – начале 1990-х годов падение социализма, усиление международной конкуренции и разворачивающийся процесс глобализации мировой экономики актуализировали вопрос о различных моделях рыночной экономики, их экономических и социальных качествах, а также конкурентных преимуществах. Можно сказать, что с этого времени начинается новый этап в сравнительном анализе хозяйственных систем.

В данном обзоре речь пойдет о крупнейших научных фигурах, которых с полным основанием можно называть классиками современной социально-экономической компаративистики. Они инициировали дискуссии о разнообразных моделях капитализма и до сих пор задают в них тон. Будут представлены семь ученых: Мишель Альбер, Робер Буайе, Рональд Дор, Питер Холл, Дэвид Соскис, Вольфганг Штрек, Ричард Уитли. Конечно, сам выбор конкретных исследователей во многом субъективен, и существует еще ряд авторитетных специалистов в данной проблематике. Но мы остановились на этих исследователях, так как их объединяют следующие общие черты:

- это представители старшего поколения исследователей, почти всем за шестьдесят. В начале 1990-х, когда начались активные дискуссии о моделях капитализма, они уже были сложившимися учеными, имевшими определенные наработки в области социально-экономической компаративистики;
- количество книг, авторами или научными редакторами которых каждый из них является, исчисляется десятками, а количество статей давно перевалило за сотню.

¹ Работа выполнена при поддержке Научного фонда ГУ–ВШЭ. Грант ректора ГУ–ВШЭ № 07-01-166.

Подавляющее большинство работ посвящено сравнительному анализу хозяйственных систем;

- в рамках заявленной проблематики им принадлежат ключевые термины и концепции, а их работы являются наиболее цитируемыми. Вокруг этих ученых формируются исследовательские сообщества и новое поколение компаративистов;
- они не только глубоко исследуют частные аспекты проблемы, но прежде всего говорят о моделях капитализма в целом, разрабатывая общую методологию сравнительного анализа хозяйственных систем;
- среди них есть экономисты, социологи, представители политической науки, но всех их объединяет широкий междисциплинарный подход к проблеме, который постулируется как один из основных исследовательских принципов, отличающийся от подхода с позиции неоклассической экономической теории;
- в центре внимания находятся институты и их специфические конфигурации, формирующие облик хозяйственных систем. Поэтому этих исследователей можно считать институционалистами.

В данном обзоре представлены сведения о жизни, научных достижениях и конкретных работах перечисленных выше ученых. Биографические сведения черпались из открытых источников, а анализ научного вклада во многом представляет собой авторские оценки. Более подробную информацию об ученых и их работах (в том числе ссылки на полный текст или его отрывки) можно найти на Федеральном образовательном портале «Экономика. Социология. Менеджмент» (<http://ecsocman.edu.ru>).



Мишель Альбер [Michel Albert], р. 1930, Франция

Домашняя страничка на сайте французской Академии моральных и политических наук:
http://www.asmp.fr/fiches_academiciens/ALBERT.htm

Страничка на Федеральном образовательном портале «Экономика. Социология. Менеджмент»:
<http://www.ecsocman.edu.ru/db/msg/321558.html>

Французский экономист М. Альбер является знаковой фигурой для социально-экономической компаративистики. Без преувеличения можно сказать, что в начале 1990-х годов он инициировал новый виток дискуссий о моделях современного капитализма.

М. Альбер – выпускник Национальной школы управления [[Ecole Nationale d'Administration](#)] по специальности «инспектор финансов». Он сделал блестящую карьеру и занимал немало ответственных постов на государственной службе, в бизнесе и общественных организациях. Приведем лишь некоторые из них:

- главный уполномоченный при Комиссариате государственного плана Франции (1976–1981 гг.);
- председатель и генеральный директор Генеральной страховой компании Франции [Assurances Générales de France, A.G.F.] (1982–1994 гг.);
- президент Международного христианского союза предпринимателей (UNIAPAC) (1989–1993 гг.);
- член правления Банка Франции (1994–2003 гг.).

С 1994 г. М. Альбер является членом Академии моральных и политических наук при Академии наук Франции. В 2006 г. был избран почетным президентом Международного центра европейского образования [[Centre international de Formation européenne, C.I.F.E.](#)].

М. Альбер – автор многих известных экономических и социальных эссе. Еще в 1967 г. он совместно с Жан-Жаком Серван-Шрайбером выпустил свой первый бестселлер «Американский вызов», переведенный на 15 языков. Но подлинную мировую известность ему принесла вышедшая в 1991 г. книга «Капитализм против капитализма», изданная уже на 19 языках, включая русский [[Альбер М. Капитализм против капитализма. СПб: Экономическая школа, 1998](#)].

Отметив, что традиционная для XX века дихотомия «капитализм-социализм» потеряла свою значимость со смертью последнего, М. Альбер поставил вопрос о новом противостоянии систем. Он обращает внимание, что сам капитализм далеко не монолитен как в социально-экономическом, так и в политическом и идеологическом отношении. По мнению Альбера, все многообразие рыночных экономик стремится к биполяризации, разделению на два основных типа: англосаксонский (неоамериканский) и рейнский. Главным образом он проводит сравнение между хозяйственными системами США и Германии. Англосаксонская модель основана на ведущей роли рынка, дерегулировании, индивидуалистической идеологии, максимизации прибыли в краткосрочной перспективе. Рейнская модель подразумевает большее участие государства в регулировании экономики, высокий уровень социальной защищенности, практику долговременной кооперации на всех уровнях и т.п.

М. Альбер не стесняется оценочных суждений и отдает явное предпочтение рейнской модели. Он утверждает, что в экономическом плане она более эффективна, а в социальном – более справедлива. Более того, иногда он даже позволяет себе говорить о «плохом» (англосаксонском) и «хорошем» (рейнском) капитализме. Тем не менее Альбер сдержанно оценивает перспективы рейнской модели в развернувшемся противостоянии, привлекая внимание общественности к тому, что победа «плохого капитализма» вполне реальна.

Оригинальность и своевременность идей, их популярное изложение и полемический характер сделали книгу М. Альбера бестселлером, а выделение двух типов капитализма стало каноническим.



Робер Буайе [Robert Boyer], р. 1943, Франция

Домашняя страничка на сайте Центра экономических и прикладных исследований:
<http://www.jourdan.ens.fr/~boyer/>

Страничка на Федеральном образовательном портале «Экономика. Социология. Менеджмент»:
<http://www.ecsocman.edu.ru/db/msg/49720.html>

Робер Буайе – французский экономист, один из идейных лидеров «теории регуляции», уходящей корнями в марксизм и институционализм традиционного толка. На русском языке издана его книга, посвященная этой проблематике: [Буайе Р. Теория регуляции. Критический анализ. М., 1997](#).

Работал в Министерстве промышленности, Центре изучения цен и доходов населения, был членом Совета по экономическому анализу. В настоящее время Р. Буайе:

- экономист Центра экономических и прикладных исследований [[Centre pour la Recherche Economique et ses Applications, CEPREMAP](#)];
- старший научный сотрудник Национального научно-исследовательского центра Франции [[Centre national de la recherche scientifique, CNRS](#)], директор научного коллектива «Регуляция, человеческие ресурсы и общественные блага».

Р. Буайе – профессор Высшей школы социальных наук [[L'Ecole des Hautes Etudes en Sciences Sociales, l'EHESS](#)], один из организаторов докторской программы (Ph.D.) по институциональной экономике.

Президент Ассоциации исследований и регуляции [[Association Recherche et Régulation](#)], существующей с 1994 г., и член исполнительного совета «Общества развития социэкономике» [[Society for the Advancement of Socio-Economics, SASE](#)]. Входит в редколлегии нескольких журналов, в том числе «[Socio-Economic Review](#)».

Автор и научный редактор более трех десятков книг.

До середины 1990-х годов был сосредоточен на историческом анализе капитализма, разработке концепций «фордизма» и «постфордизма». Со второй половины 1990-х исследовательские интересы все более смещаются в сторону сравнительного анализа моделей капитализма и дискуссий о глобализации. При этом Р. Буайе сохраняет верность теории регуляции и пытается развить ее применительно к новой проблематике.

В статье «Чем и почему различаются модели капитализма» [[Boyer R. How and Why Capitalisms Differ // Economy and Society. 2005. Vol. 34. No. 4. P. 509–557](#)] наиболее полно представлено сравнение подходов к данной проблеме с позиций теории регуляции [regulation theory] и концепции «разнообразия капитализма» [varieties of capitalism]. Р. Буайе отмечает немало сходств и заостряет внимание на различиях, призывая сторонников обоих подходов к сотрудничеству ввиду общности исследовательских ориентаций. В данной и других своих работах Р. Буайе, в отличие от многих исследователей, которые оперируют ставшей традиционной дихотомией «англосаксонский (либеральный, несоординированный) – рейнский (нелиберальный, скоординированный) капитализм», выделяет четыре типа: рыночный (США, Великобритания), корпоративный (Япония), социал-демократический (Швеция, Австрия) и стейтистский (Франция).

Следует особенно выделить две книги по редакции Р. Буайе. Одна из них «Современный капитализм: укорененность институтов» [[Contemporary Capitalism. The Embeddedness of Institutions / Ed. by J. Hollingsworth, R. Boyer. Cambridge: Cambridge University Press, 1997](#)] сочетает в себе исторический и сравнительный подходы к анализу капитализма. Двумя центральными темами являются «способы координации хозяйственной деятельности» (на различных уровнях, включая транснациональный) и «социальные системы производства» [social systems of production]. Последняя категория фиксирует взаимосвязь технологической и социальной организации производственного процесса. В частности анализируются: стандартизированное массовое производство (фордизм), диверсифицированное массовое производство качественных товаров, гибкая специализация и др. В целом это издание может рассматриваться как солидная хрестоматия по указанным проблемам.

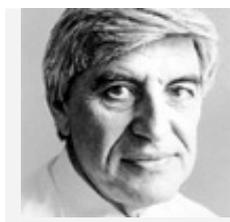
Вторая книга – «Кризис японского капитализма» [[The Japanese Capitalism in Crisis / Ed. by R. Boyer, T. Yamada. L.: Routledge, 2000](#)]. Теория регуляции, которая началась с анализа американского, а позднее европейского капитализма, обратила свой взгляд на Японию. В книге рассматриваются характерные черты институциональной модели, обеспечившей экономический взлет страны после Второй мировой войны, а также кризисные явления последнего времени. Они, в частности, связываются с изменением роли Японии в мировой экономике (окончанием этапа догоняющего развития) и соответственно новыми задачами, стоящими перед ней в условиях постиндустриального общества. Решение этих задач связано с определенным институциональным переустройством, что является уже вопросом политического выбора и компромисса между основными социальными силами. При этом как сохранение в неизменном виде прежней модели, так и отказ от нее в пользу англосаксонского рыночного капитализма рассматриваются как менее вероятные сценарии. Скорее всего, будет иметь место гибридизация – процесс изменения и адаптации японской

модели к новым условиям. Р. Буайе – ярый противник тезиса о конвергенции моделей капитализма к англосаксонскому типу, что прослеживается во многих его работах.

В целом для Р. Буайе характерен теоретико-методологический уклон: он скорее сосредоточен на разработке исследовательских схем, категорий и типологий для анализа социально-экономического развития, а не на получении новых эмпирических данных. При этом Р. Буайе пытается разработать универсальный методологический инструментарий (своего рода общую теорию капиталистического развития), позволяющий анализировать типы капитализма как в пространстве (национальные модели), так и во времени («режимы накопления», «модели экономического роста»).

Преимущественными темами современных исследований Р. Буайе являются следующие:

- национальные модели в эпоху глобализации, дискуссии о конвергенции и дивергенции;
- французская модель капитализма;
- системы инноваций.



Рональд Дор [Ronald Dore], р. 1925, Великобритания

Домашняя страничка на сайте Центра экономического развития в Лондонской школе экономики:
<http://cep.lse.ac.uk/new/staff/person.asp?id=705>

Страничка на Федеральном образовательном портале «Экономика. Социология. Менеджмент»:
<http://www.ecsocman.edu.ru/db/msg/49365.html>

Рональд Дор – английский социолог, один из самых известных специалистов по Японии. Область его научных интересов простирается от проблем образования, сельской и городской жизни до трудовых отношений, организации бизнеса и вопросов социально-экономической политики. Р. Дор в совершенстве владеет японским языком, на котором написаны и изданы многие его работы. Он также провел немало собственных эмпирических исследований непосредственно в Японии.

Интересно, что один из ведущих японистов стал таковым во многом благодаря случайности. В годы Второй мировой войны он стал изучать язык противника в интересах обороноспособности Великобритании, и только травма ноги уберегла его от использования полученных знаний по первоначальному назначению. В итоге в 1947 г. Р. Дор получил диплом Лондонского университета по специальности «японский язык и литература» за счет армии. И уже позже при подготовке докторской диссертации по истории образования в Японии он по личной инициативе начал знакомиться с основами социологии, посещая курсы и семинары в Лондонской школе экономики.

В научном сообществе Р. Дор во многом является фигурой междисциплинарной и в определенной степени маргинальной. Не позиционируя себя однозначно как социолога или экономиста, он не интегрирован в сложившиеся профессиональные группы. Сам Дор признается, что «вошел в научное сообщество с заднего входа» и «не подвергся социализации в каком-либо дисциплинарном клане». Эта его принципиальная позиция, которая, естественно, связана с соответствующими издержками.

Р. Дор преподавал на факультетах социологии и политических наук в ведущих университетах мира: Лондонской школе экономики [[London School of Economics and Political Science](#)], Гарвардском университете [[Harvard University](#)], Массачусетском технологическом институте [[Massachusetts Institute of Technology](#)], канадском Университете британской Колумбии [[University of British Columbia](#)]. В настоящее время является старшим научным сотрудником Центра экономического развития в Лондонской школе экономики [[Centre for Economic Performance](#)]. Дор – член Британской академии, а также почетный зарубежный

член академий США и Японии. Входит в редакции нескольких научных журналов: «[Asian Business and Management](#)», «[Industrial and Corporate Change](#)», «[Journal of Socio-Economics](#)», «[Industry and Innovation](#)» и др. В настоящее время проживает в Италии.

Р. Дор – автор двух десятков книг, многие из которых переведены на другие языки. В них, как правило, проводится сравнение социально-экономических систем Японии и Великобритании. Все работы Дора написаны хорошим языком в довольно простой и доступной для понимания широкому кругу читателей форме.

В 1976 г. увидела свет одна из первых работ Р. Дора «Британская фабрика, японская фабрика», переизданная в 1990 г. с новым послесловием [[Dore R. British Factory, Japanese Factory: The Origins of National Diversity in Industrial Relations. Berkeley: University of California Press, 1990](#)], которая является классикой социально-экономической компаративистики и переведена на несколько языков. В ней на примере конкретных британских и японских компаний раскрыты различия моделей трудовых отношений. В частности, выделены неотъемлемые элементы японской системы: пожизненная занятость, оплата по старшинству, развитая корпоративная система социального обеспечения, компанейские профсоюзы и др.

В 1983 г. опубликована наиболее известная и по сей день самая цитируемая статья Р. Дора «Добрая воля и дух рыночного капитализма» [[Dore R. Goodwill and the Spirit of Market Capitalism // British Journal of Sociology. 1983. Vol. 34. No. 4. P. 459–482](#)], которая затем неоднократно перепечатывалась в различных сборниках и хрестоматиях. В статье обсуждается характерный для японской экономики тип хозяйственных взаимодействий на основе долгосрочных взаимных обязательств – «отношенческая контракция» [relational contracting], разительно отличающийся от распространенной в англосаксонских странах ориентации на разовые рыночные транзакции.

В дальнейшем вышла целая серия книг Дора, в которых он развивает свой анализ специфики японского капитализма. В работе «Гибкость жестких структур» [[Dore R. Flexible Rigidities: Structural Adjustment in Japan: 1970–1982. Stanford: Stanford University Press, 1986](#)] он доказывает, на первый взгляд, парадоксальный тезис: Япония добилась экономических успехов не вопреки, а благодаря отсутствию гибкости в ее традиционном понимании. В отличие от многих современных исследователей и политиков, Р. Дор убежден, что устойчивые сетевые связи, долговременные отношения и взаимные обязательства не подрывают конкурентоспособности японских предприятий, а напротив являются ее основой, создавая условия для сотрудничества и стремления к достижению общих целей. Таким образом, приспособление к нарастающим структурным изменениям и усиливающейся международной конкуренции достигается за счет долговременной кооперации, а не за счет рыночной автономии как в англосаксонских странах.

В работе «О Японии всерьез» [[Dore R. Taking Japan Seriously: A Confucian Perspective on Leading Economic Issues. Stanford: Stanford University Press, 1987](#)] Дор делает акцент на роли моральных норм в экономических успехах Японии. Он утверждает, что в основе отношений сотрудничества и доверия на японских предприятиях лежит укорененное в культуре и разделяемое всеми чувство справедливости сложившейся системы. Поэтому работники преданны фирме и готовы ради нее на любые жертвы, что, несомненно, сказывается на экономической эффективности. Р. Дор предлагает англосаксонским странам задуматься о категории «справедливости» и социальном консенсусе. В отсутствие соответствующих культурных традиций основная ответственность за это должна лечь на плечи государства.

Специально следует отметить книгу «Как японцы учатся работать» (в соавторстве с Мари Сакко), которая впервые появилась в 1989 г., а через десять лет выдержала второе дополненное издание [[Dore R., Sako M. How the Japanese Learn to Work. N.Y.: Routledge, 1998](#)]. Это прекрасный обобщающий труд по системе профессионального образования в

Японии, охватывающий практически все его аспекты: роль школы и фирмы, обучение на рабочем месте и вне его, формальное и неформальное. Специфика образования увязывается с развитым внутрифирменным рынком труда и системой пожизненного найма. В частности, отмечается, что при приеме на работу оценивается скорее способность человека к дальнейшему обучению, чем обладание определенной суммой знаний и навыков.

С точки зрения сравнительного анализа хозяйственных систем наибольший интерес представляет последняя книга Р. Дора «Капитализм фондового рынка и капитализм благосостояния» [[Dore R. Stockmarket Capitalism, Welfare Capitalism: Japan and Germany versus the Anglo-Saxons. Oxford: Oxford University Press, 2000](#)]. Она уже переведена на японский, итальянский, китайский и испанский языки. В книге рассматривается тенденция к англосаксонизации японской и немецкой экономик, возрастающее влияние либеральной идеологии и финансовых рынков. Работа во многом имеет полемический характер, автор не скрывает своего отрицательного отношения к данным явлениям и связывает с ними новые опасности для общественной жизни. По своему духу и стилю изложения она напоминает знаменитую книгу М. Альбера «Капитализм против капитализма», с той лишь разницей, что Р. Дор делает больший упор на Японии, а не Германии. В этом отношении книгу можно рассматривать как продолжение дискуссии на новом витке развития (десять лет спустя).

Следует отметить, что Р. Дор – не только глубокий ученый, но и искренний проповедник иных хозяйственных ценностей в либеральном и ультралиберальном англосаксонском мире. Он является сторонником демократизации трудовых отношений, восприятия фирмы как человеческого сообщества (по примеру японской модели фирмы как семьи), все члены которого имеют определенные права.

Масштабность и многогранность проделанной Р. Дором исследовательской работы вызвали необходимость издания компиляций, дающих представление о его научных достижениях. Уже увидели свет два собрания его сочинений:

- [Dore R. Social evolution, Economic Development and Culture: What it means to take Japan seriously. Selected writings of Ronald Dore. Cheltenham: Edward Elgar, 2001](#). Книга представляет собой компиляцию множества довольно коротких отрывков из работ разных лет, подобранных по темам, что позволяет познакомиться со взглядами Р. Дора по тому или иному вопросу. При этом в книге не содержится самостоятельных логически законченных произведений. В предисловии рассказывается о жизненном и научном пути Р. Дора.
- [Collected Writings of Ronald Dore. L.: Routledge, 2002](#). Сборник статей с предисловием автора.

На русском языке доступна одна из статей Р. Дора, переведенная автором данного обзора: [Дор Р. Различия японской и англо-саксонской моделей капитализма // Экономическая социология. 2008. Т. 9. № 1. С. 65–78](#).

В интернете размещено обстоятельное видео-интервью с Р. Дором (2003 г.), продолжительностью 1 час 20 мин. Ученый рассказывает об интересных фактах своей биографии и излагает взгляды на ряд социально-экономических проблем: <http://www.alanmacfarlane.com/ancestors/dore.html>.

**Питер Холл [Peter A. Hall], р. 1950, Канада**

Домашняя страничка на сайте Гарвардского университета: <http://www.gov.harvard.edu/faculty/phall/>

Страничка на Федеральном образовательном портале «Экономика. Социология. Менеджмент»: <http://www.ecsocman.edu.ru/db/msg/49577.html>

Питер Холл – один из авторов, популяризовавших термин «разнообразие капитализма» [varieties of capitalism], вокруг которого сегодня сосредоточены дискуссии о современных хозяйственных моделях.

П. Холл изучал политические и экономические науки в Университете Торонто [[University of Toronto](#)], а затем в Оксфордском университете [[Balliol College, Oxford University](#)].

С конца 1970-х работает в Гарвардском университете. В 1982 г. защитил там докторскую диссертацию по политическим наукам. В настоящее время профессор факультета государственного управления [[Department of Government, Harvard University](#)], который является частью Центра европейских исследований [[Minda de Gunzburg Center for European Studies](#)]. В 2001–2006 гг. был директором этого центра. Преподает «Сравнительную политэкономия» и несколько курсов по теории и методам политической науки, а также сравнительной политологии.

С 2003 г. содиректор программы «Успешные общества» в Канадском институте перспективных исследований [[Program on Successful Societies, Canadian Institute for Advanced Research](#)]. Являлся членом нескольких французских, немецких, испанских научных центров. Входит в редколлегии многих научных журналов: «[British Politics](#)», «[Socio-Economic Review](#)», «[Japanese Journal of Political Science](#)», «[British Journal of Politics and International Relations](#)», «[Journal of Public Policy](#)», «[Comparative Political Studies](#)», «[Comparative European Politics](#)» и др.

Автор и научный редактор более десятка книг.

Книга под редакцией П. Холла и Д. Соскиса «Разнообразие капитализма: институциональные основы сравнительных преимуществ» [[Varieties of Capitalism: The Institutional Foundations of Comparative Advantage / Ed by P. Hall, D. Soskice. Oxford: Oxford University Press, 2001](#)] является ключевой для современных дебатов о моделях капитализма. С легкой руки авторов сам термин стал чрезвычайно популярным и сегодня зачастую применяется для обозначения данной исследовательской сферы. Открывающая том статья П. Холла и Д. Соскиса «Введение в разнообразие капитализма» [An Introduction to Varieties of Capitalism] является своего рода программной, без ссылки на нее сегодня не обходится, пожалуй, ни одна работа по данной проблематике.

В отличие от более ранних и преимущественно описательных подходов М. Альбера и Р. Дора, авторы попытались разработать методологию сравнительных исследований капитализма с точки зрения институционального подхода. При этом они выделяют по сути те же два основных типа капитализма, которые именуют «либеральная рыночная экономика» и «скоординированная рыночная экономика». В первом случае основным механизмом, координирующим деятельность хозяйствующих субъектов, является рынок, во втором важна роль разнообразных нерыночных механизмов: деловых сетей, бизнес-ассоциаций и профсоюзов, государственного регулирования. П. Холл и Д. Соскис выделяют четыре сферы (корпоративное управление, трудовые отношения, межфирменные отношения, система подготовки кадров), влияющие на поведение фирмы как основного экономического актора, и сравнивают их институциональное оформление в двух моделях. Авторы демонстрируют, как специфические конфигурации институтов формируют облик хозяйственных систем. Они вводят термин «институциональная комплементарность» [institutional complementarities] для

описания взаимозависимости институтов, их взаимоподдерживающего и усиливающего влияния. В итоге П. Холл и Д. Соскис приходят к выводу о существовании «сравнительных институциональных преимуществ» [comparative institutional advantage]: специфические институты, существующие в той или иной модели, дают фирмам определенные преимущества в одних видах деятельности и ограничивают в других.

В последующих работах П. Холл продолжает развивать данный подход, реагирует на критику оппонентов, уточняет определения. Так, в статье «Разнообразие капитализма и институциональная комплементарность в макроэкономике» [[Hall P., Gingerich D. Varieties of Capitalism and Institutional Complementarities in the Macroeconomy: An Empirical Analysis // MPIfG Discussion Paper 04/5](#)] он пытается найти эмпирическое подтверждение идеи о взаимозависимости институтов путем конструирования «индексов координации».

В одной из последних статей «Эволюция моделей капитализма в Европе» [[Hall P. The Evolution of Varieties of Capitalism in Europe // Beyond Varieties of Capitalism / Ed. by V. Hancke, M. Rhodes, M. Thatcher. Oxford: Oxford University Press, 2007](#)] рассматривается историческое развитие и перспективы хозяйственных моделей Великобритании, Франции, Германии и Швеции с акцентом на политику занятости и социального обеспечения.



Дэвид Соскис [David Soskice], р. 1942, Великобритания

Домашняя страничка на сайте Университета Дьюка:

<http://fds.duke.edu:80/db/aas/PoliticalScience/faculty/soskice>

Страничка на Федеральном образовательном портале «Экономика. Социология. Менеджмент»:

<http://www.ecsocman.edu.ru/db/msg/49579.html>

Дэвид Соскис прежде всего известен по совместной работе с П. Холлом «Разнообразие капитализма», о которой мы подробно рассказали выше.

Д. Соскис получил образование в Оксфордском университете, а затем работал там с 1969 по 1990 г. Преподавал во многих университетах мира, включая Университет Калифорнии в Беркли [[University of California at Berkeley](#)], Гарвардский университет [[Harvard University](#)], Йельский университет [[Yale University](#)], Университет Висконсин-Мэдисон [[University of Wisconsin-Madison](#)] и др.

В настоящее время Соскис является профессором Лондонской школы экономики [[London School of Economics](#)], а также каждый весенний семестр преподает на факультете политических наук Университета Дьюка [[Department of Political Science, Duke University](#)].

Продолжительное время, с 1990 по 2007 г., работал в Берлинском научном центре социальных исследований [[Wissenschaftszentrum für Sozialforschung Berlin, WZB](#)]. До 2001 г. являлся директором исследовательского направления «Занятость и экономические изменения».

В 1998–1999 гг. участвовал в работе правительственной комиссии Великобритании по разработке долгосрочной программы развития образования и профессиональной подготовки.

Входит в редколлегии нескольких научных журналов: «[European Journal of Industrial Relations](#)», «[Labour: Review of Labour Economics and Industrial Relations](#)», «[Socio-Economic Review](#)» и др.

Автор и научный редактор 7 книг.

Преимущественной сферой интересов Д. Соскиса является занятость. Из всех включенных в наш обзор ученых он имеет наибольшую склонность к использованию математического аппарата, поэтому некоторые его работы по внешнему виду трудно отличить от трудов ортодоксальных экономистов.

Д. Соскис еще с конца 1980-х годов, задолго до сотрудничества с П. Холлом разрабатывал типологию моделей капитализма в зависимости от форм координации. Позднее он обобщил свои взгляды в работе «Различные производственные системы: координированные и некоординированные рыночные экономики в 1980-х и 1990-х» [*Soskice D. Divergent Production Regimes: Coordinated and Uncoordinated Market Economies in the 1980s and 1990s // Continuity and Change in Contemporary Capitalism / Ed. by H. Kitschelt et al. Cambridge: Cambridge University Press, 1999*].

Хотелось бы обратить внимание еще на одну интересную статью, представленную в книге «Разнообразие капитализма», соавтором которой является Д. Соскис: «Социальная защита и формирование навыков» [*Estevez-Abe M., Iversen T., Soskice D. Social Protection and the Formation of Skills: A Reinterpretation of Welfare State // Varieties of Capitalism: The Institutional Foundations of Comparative Advantage / Ed. by P. Hall, D. Soskice. Oxford: Oxford University Press, 2001*]. В ней рассматривается один из примеров институциональной комплиментарности: влияние институтов социальной защиты на формирование в экономике определенного типа профессиональных навыков. Авторы приходят к выводу, что либеральные рыночные экономики наиболее успешны в создании общепрофессиональных навыков, а координированные – специальных (отраслевых и внутрифирменных) навыков.



Вольфганг Штрек [Wolfgang Streeck], р. 1946, Германия

Домашняя страничка на сайте Института общественных исследований имени Макса Планка:
http://www.mpifg.de/people/ws/index_en.asp

Страничка на Федеральном образовательном портале «Экономика. Социология. Менеджмент»: <http://www.ecsocman.edu.ru/db/msg/298413.html>

Вольфганг Штрек – авторитетный специалист в области трудовых отношений, а также один из пропагандистов экономической социологии в Германии.

В. Штрек изучал социологию в конце 1960-х – начале 1970-х во Франкфурте, а затем в Нью-Йорке в Колумбийском университете. Среди его учителей такие всемирно известные ученые, как Юрген Хабермас, Амитаи Этциони, Питер Блау.

В конце 1980-х – начале 1990-х В. Штрек преподавал в США в Университете Висконсин-Мэдисон [[University of Wisconsin-Madison](#)], а по возвращении на родину – в Университете Гумбольдта в Берлине [[Humboldt-Universität zu Berlin](#)]. В настоящее время преподает на факультете экономики и социальных наук в Кельнском университете [[University of Cologne](#)]. Ведет семинары: «Основы экономической социологии», «Экономическая социология и политическая экономия», «Основы теории институтов», «Глобализация».

С 1995 г. В. Штрек является содиректором Института общественных исследований им. Макса Планка [[Max-Planck-Institut für Gesellschaftsforschung, MPIfG](#)]. По собственному признанию, как руководитель научного центра стремится «наладить продуктивный диалог между политической экономией и экономической социологией, чтобы содействовать развитию обеих дисциплин».

Штрек участвовал в деятельности нескольких комиссий, выполняющих исследования трудовых отношений по заказу правительства Германии. В частности, в 2005–2006 гг. он был

членом комиссии по модернизации системы со-правления на немецких предприятиях. В.Штрек является активным участником научных и политических дискуссий по проблемам социально-экономической политики в Германии.

Является главным редактором журнала «[Socio-Economic Review](#)», членом редколлегии «[Comparative European Politics](#)» и «[Work, Employment and Society](#)». В 1997–1998 гг. был президентом «Общества развития социэкономике» [[Society for the Advancement of Socio-Economics, SASE](#)].

Автор и редактор более трех десятков научных монографий на немецком и английском языках.

Сфера его научных интересов лежит на пересечении политэкономии (как экономической науки, принимающей во внимание категории хозяйственных интересов и власти), с одной стороны, и социологии (особенно экономической), с другой. В центре исследований находится фундаментальная проблема взаимоотношений капитализма и демократии. В хозяйственной сфере демократия находит воплощение прежде всего в развитой системе институтов социальной политики (так называемое «государство благосостояния») и регулирования трудовых отношений. Основное внимание в работах В. Штрека уделяется взаимодействию между организованными группами интересов (предпринимательские ассоциации и профсоюзы) и государством. Все вышеперечисленные аспекты нашли отражение в одной из последних работ под редакцией В. Штрека «Многообразие демократии: корпоратизм, социальный порядок и политический конфликт» [[The Diversity of Democracy: Corporatism, Social Order and Political Conflict / Ed. by C. Crouch, W. Streeck. L.: Edward Elgar, 2006](#)].

В настоящее время исследовательскими приоритетами В.Штрека являются: в более теоретическом плане – проблема институциональных изменений, а в более эмпирическом – трансформация германской модели капитализма. Эти проблемы представлены в книге «Институциональные изменения в развитых экономиках» [[Beyond Continuity: Institutional Change in Advanced Political Economies / Ed. by W. Streeck, K. Thelen. Oxford, N.Y.: Oxford University Press, 2005](#)].

Особый интерес представляют два тома историко-сравнительного исследования, подготовленные в сотрудничестве с К. Ямомура. В них прослеживается формирование ключевых институтов германского и японского хозяйств, которые объединены термином «нелиберальный капитализм» (в отличие от либерального капитализма англо-саксонских стран), а также рассмотрены проблемы его трансформации на современном этапе [[The Origins of Nonliberal Capitalism: Germany and Japan / Ed. by W. Streeck, K. Yamomura. Ithaca: Cornell University Press, 2001](#); [The End of Diversity? Prospects for German and Japanese Capitalism / Ed. by W. Streeck, K. Yamomura. Ithaca: Cornell University Press, 2003](#)].

Среди статей В. Штрека стоит выделить работу «Ограничения, приносящие выгоду» [[Streeck W. Beneficial constraints: on the economic limits of rational voluntarism // Contemporary Capitalism: the Embeddedness of Institutions / Ed. by J. R. Hollingsworth, R. Boyer. N.Y., Cambridge: Cambridge University Press, 1997. P. 197–219](#)]. Она вызвала полемику в научном сообществе и довольно часто цитируется. Основной тезис статьи заключается в следующем: институциональные ограничения экономической свободы (законодательные и культурные), которые, на первый взгляд, не способствуют конкурентоспособности бизнеса, могут порождать неожиданные конкурентные преимущества. Этот феномен и получил название «приносящие выгоду ограничения» [beneficial constrains].



Ричард Уитли [Richard Whitley], р. 1944, Великобритания

Домашняя страничка на сайте Манчестерской школы бизнеса:

<http://www.mbs.ac.uk/Research/academicdirectory/viewProfile.aspx?sid=5029600&action=ShowProfile>

Страничка на Федеральном образовательном портале «Экономика. Социология. Менеджмент»:

<http://www.ecsocman.edu.ru/db/msg/159822.html>

Ричард Уитли – один из ведущих британских специалистов в области сравнительной социологии организаций.

В 1960-х годах окончил университет Лидса по специальности «социология», а затем получил магистерский диплом в университете Пенсильвании по специальности «коммуникации».

Всю свою академическую карьеру с конца 1968 г. провел в Манчестерской школе бизнеса [[Manchester Business School](#)] при Манчестерском университете. С 1990 г. преподает социологию организаций. В настоящее время читает на программах поствузовского образования (M.B.A., M.Sc., Ph.D) курсы «Сравнительный и мультинациональный менеджмент», «Сравнительный анализ бизнес-систем», «Организационное поведение», «Теория поведения фирмы» и др. Также читал курсы лекций в университетах Голландии, Франции, Японии и Гонконга.

Р. Уитли глубоко интегрирован в научное сообщество. Занимал немало административных постов, принимал участие в организации более десятка научных конференций, выступал в роли эксперта-рецензента для ряда грантовых программ и издательств (в том числе Cambridge University Press, Oxford University Press, Routledge, Sage и др.). В 1999–2000 гг. был президентом «Общества развития социэкономике» (SASE). В настоящее время является директором по исследованиям в Манчестерской школе бизнеса.

Уитли – член редколлегии нескольких научных журналов: «[Competition and Change](#)», «[Journal of Institutional Economics](#)», «[Journal for East European Management Studies](#)», «[Journal of Asian Business](#)», «[Journal of Business Economics and Management](#)» и др.

Автор и редактор более двух десятков научных монографий. Его работы часто цитируются.

В довольно широком круге научных интересов Р. Уитли можно выделить три группы проблем:

- национальные бизнес-системы (в странах Восточной Азии, Западной Европы, а также Центральной и Восточной Европы);
- мультинациональные компании;
- системы инноваций.

Кроме того, Уитли – автор ряда работ по социологии науки.

Р. Уитли развивает концепцию «национальных бизнес-систем», представляющих собой различные модели организации бизнеса. Известность ему принесли исследования азиатских организационных форм и, в частности, книга: «Бизнес-системы в Восточной Азии: фирмы, рынки, общества» [[Whitley R. Business Systems in East Asia: Firms, Markets and Societies, L.: Sage, 1992](#)].

Сравнительный анализ бизнес-систем получил развитие в последующих работах, в частности: «Модели капитализма: социальная структура и изменения бизнес-систем» [[Whitley R. Divergent Capitalisms: The Social Structuring and Change of Business Systems, Oxford: Oxford University Press, 1999](#)], а также недавно увидевшей свет «Бизнес-системы и организационные возможности: институциональная структура конкурентных преимуществ»

[Whitley R. Business Systems and Organisational Capabilities: The Institutional Structuring of Competitive Competences. Oxford: Oxford University Press, 2007].

Этой проблематике посвящены также несколько коллективных монографий, вышедших под редакцией Уитли. Специально следует отметить увесистый двухтомник «Конкурирующие модели капитализма» [Competing Capitalisms: Institutions and Economies / Ed. by R. Whitley. Cheltenham: Edward Elgar, 2002]. Этот тщательно подготовленный сборник, в который вошли 30 статей ведущих ученых, – отличная хрестоматия по сравнительному анализу хозяйственных систем.

Отличительной чертой подхода Р. Уитли к сравнительному анализу организационных форм является то, что он выделяет и рассматривает не только национальные, но также транснациональные и отраслевые модели.

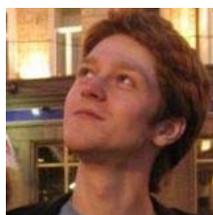
НОВЫЕ КНИГИ

Д.А. Крылов

Размышления о книге

Валерия Панюшкина и Михаила Зыгарь «ГАЗПРОМ: НОВОЕ РУССКОЕ ОРУЖИЕ»

(М.: Захаров, 2008)



КРЫЛОВ Дмитрий Александрович – студент факультета социологии ГУ–ВШЭ.

Email: dkrylov@hse.ru

Введение. Реальность за окном, книга – на столе

«Богатство представляет собой совокупность орудий экономических и политических», – наставляет учеников Ликеи и, возможно, наиболее близкого своего слушателя Александра Македонского античный философ Аристотель [Аристотель 2005: 36]. Вождь «мирового пролетариата» спустя два с половиной тысячелетия будет учить нас тому, что политика, как ни крути, есть концентрированное выражение экономики. И оба правы. Но оба забудут чудака Сократа, презревшего богатство и земной комфорт, чьими устами Платон скажет: «Не от денег рождается доблесть, а от доблести бывают у людей и деньги, и прочие блага». В лучшем из миров подобное утверждение звучит наивно, но от этого не теряет своей пронизательности.

Экономисты, социологи, политологи и прочие эксперты, описывая историю развития постсоветской России, нет-нет да используют в работах военные термины: «стратегия», «захват», «ослабленные позиции федерального центра», «экспансия», «коалиция» и т.д. Отечественные исследователи искусно очерчивают диспозиции разнонаправленных сил, описывают их тыловые и фронтовые маневры, снабжая своего читателя обрывками с полей сражений, осевших на страницах российской прессы, анализируют силу и слабость того или иного шага и предпринимают еще множество усилий, чтобы собрать воедино целостную картину «лихих девяностых» [Зудин 2001; Волков 2002; Яковлев 2005; Аузан 2006]. Не «Война и мир», конечно, но захватывает.

Захватывает, если включить в исследовательскую перспективу такое понятие как «институт» (под которым понимаются правила игры, ограничивающие и стимулирующие активность экономических и политических акторов). Использование понятия, подпитываемое мощной исследовательской

традицией, открывает дополнительные возможности для описания «реальности».

Делая выбор из двух конкурирующих исследовательских перспектив (секторального и институционального) изучения формального и неформального порядка функционирования экономики в пользу последнего мы утверждаем, что «лихие девяностые» можно описать не менее интересно, чем в «военных» терминах. Конечно, этот подход не является новым, и некоторые из упомянутых исследователей не избегали его. Но мы постараемся сконцентрироваться на этом структуралистском подходе, чтобы проанализировать историю 1990-х годов на примере книги «Газпром: новое русское оружие», которая вышла в издательстве «Захаров» в начале февраля 2008 года. Ее авторы – Валерий Панюшкин и Михаил Зыгарь. Оба, нужно отметить, действующие журналисты: Панюшкин работает в ежедневной газете «Ведомости», Зыгарь – в еженедельном журнале «Коммерсантъ. Власть». Наша работа – квазирецензия на книгу с элементами собственного рассуждения с опорой на дополнительные источники информации.

Вначале – несколько слов о книге. Книга читается за три дня. 253 страницы, 12 глав, предисловие и послесловие пролетают незаметно. Нужно отдать должное перу двух журналистов, которые сумели соединить в книге три ингредиента: историю развития газового монополиста, описанную через голоса непосредственных участников процесса; журналистскую аналитику, представленную через оценки и комментарии инсайдеров и аутсайдеров компании; и интригу, которая неизбежно возникает вокруг компании, капитализация которой за несколько лет достигла 250 млрд долларов (а в отдельные моменты – и 300 млрд, что сопоставимо с такими мировыми гигантами как Microsoft, ExxonMobile, General Electric).

Кому будет интересна книга? Тем, кто имеет самые общие представления о деятельности компании. Кто знает, что «Газпром» – газовый монополист, обладающий самыми большими доказанными и потенциальными запасами этого блага; что это – крупнейшая российская и мировая компания; что в ее руководстве всегда присутствуют крупные политические фигуры; что начиная с 2004 г. «Газпром» все время ведет малоуспешные переговоры по поводу поставок газа то с Украиной, то с Белоруссией, то с Европейским Союзом. Если недавние события, активно освещаемые российскими СМИ – арест разыскиваемого ФБР и Интерполом «предпринимателя» Семена Могилевича в Москве и препирательства с премьер-министром Украины Юлией Тимошенко, – ставят перед вами множество дополнительных вопросов, но не ответов, то книга будет полезной. Она упорядочивает события во времени и пространстве, что облегчает восприятие информации. Работа Панюшкина и Зыгарь будет интересна именно тем, кому не доставало некоего «общего знаменателя» или объединяющего «пятого элемента».

По отзывам в русскоязычном сегменте интернета, а также немногочисленным (пока) рецензиям, книга не произвела фурора, так как специалисты «и так все знали», а ожидаемого разоблачения не получилось. «Эксперты» и «специалисты» отмечали удачность отдельных пассажей книги и смелость авторов, одновременно указывая на отсутствие новых данных и фактов. Для нас работа двух журналистов стала полезным материалом для дальнейших размышлений.

Прежде чем перейти к сути нашей работы, скажем пару слов о ее оформлении. На обложки книги – символ компании: буква «G», на переднем плане – труба, красный газовый вентиль и фигура в деловом костюме (манжеты рубашки убраны запонками в форме красной советской звезды), опирающаяся на него. Лицо человека скрыто крупными пикселями, но оно легко реконструируется – это Владимир Путин. Рисунок обложки сделан немецким художником Юргеном Гавроном (за месяц до выхода на московских прилавках книга продавалась в Германии на немецком языке с фаустовским названием «Газпром: сделка с властью»). Стоит отметить, в немецком варианте лицо Путина не скрыто, в российском издании – корректно подправлено. Это ли самоцензура? Вряд ли – авторы вербально позволяют себе

гораздо больше. Это ли политкорректность? Не думаем. Интрига? Возможно. Хотя цензура была бы намного опаснее.

«Военное» название русскоязычного варианта книги проясняется самыми первыми строками (впрочем, Панюшкин и Зыгарь этим и заканчивают): «Если вы держите эту книгу в руках, это значит, нам удалось разобрать это оружие, такой опасный предмет нашего любопытства – и не взорваться. Возможно, впрочем, что, разбирая оружие Газпром, мы не дошли до взрывателя, не коснулись детонатора и вообще ничего не поняли в том, как эта штука работает. Возможно» [Панюшкин и др. 2008: 253]. Возможно, используя иные исследовательские перспективы можно объяснить феномен, который наравне со словами «*sputnik*» и «*perestroika*» вошел в лексикон европейцев.

«Газпром» на языке институтов

Как смогла сохраниться газовая отрасль промышленности Советского Союза под обломками государственности – не секрет: «Советское министерство – это <...> система, жестко привязанная к авторитарной власти. Министерство жило, пока выполнялись команды. Для того чтобы выполнялись команды, нужна вооруженная власть, – объясняет значение силовых стимулов Егор Гайдар в интервью авторам книги. – Как только вооруженная власть ослабла, управлять командными методами стало не возможно. <...> Черномырдин придумал, что ради сохранения газовой отрасли заставлять людей работать можно не силой, а из интереса» (с. 17). Таким способом структура из полутора миллионов человек смогла реорганизоваться в полумиллионную организацию за счет изменения стимулов деятельности, которые в конечном счете привели к институциональным изменениям внутри компании. Проницательность основателя газовой империи Виктора Черномырдина подтверждает Нобелевский лауреат Дуглас Норт: «Поскольку институциональная система любой экономики порождает как продуктивные, так и контр-продуктивные стимулы для организаций, экономическая история любой страны представляет собой соединение разных тенденций развития» [Норт 1997: 129]. Становление «Газпрома» – один из примеров удачной тенденции развития.

Уникальность положения газового монополиста сохранилась и в период «ваучерной» приватизации, когда «номенклатурная» приватизация, казалось бы, уже сошла на нет усилиями младореформаторского правительства. Но Черномырдину и его команде удалось добиться приватизации без реструктуризации, т.е. никто из владельцев акций не мог свободно продавать или покупать ценные бумаги без согласия правления. Таким способом им удалось провести разгосударствление по такому сценарию, когда издержки приватизации несет государство, а выгоды производства – частные лица [Чепуренко 2007].

К тому же выкупленные у государства 10% акций с большим дисконтом к рыночной цене «Газпром» направил на внешний фондовый рынок, остальные – внутри страны, причем это разделение закреплялось формальным образом. Подобный институциональный компромисс не только препятствовал увеличению рыночной капитализации компании, но и стал «миной замедленного действия», которая не преминула взорваться под действием ряда случайных факторов. Поэтому авторам на протяжении первых пятидесяти страниц книги удается сохранить интригу, которая, конечно же, в жизни была «закручена» сильнее (но от этого интрига не потеряла своего свойства): удастся ли Рему Вяхиреву, на тот момент – председателю правления компании, и его команде «прибрать» к рукам весь «Газпром». Причем шанс заполучить актив формальным образом у Вяхирева имелся, так как его протезе вице-премьер Черномырдин способствовал махинации весьма активно – речь идет о «трастовом договоре». Согласно его положениям, Вяхирев к 1999 г. мог получить 40% акций «Газпрома» по цене в двести пятьдесят тысяч раз (!) меньше справедливой. Как это классифицировать? Коррупция? Нет. Казнокрадство? Да. Однако стоит отметить, что

процедура выкупа ценных бумаг была не только формально разработана, но и одобрена правительством.

Эффектное разрешение драмы, которое стоило Борису Немцову его должности в правительстве, можно найти на страницах книги (глава 3). Для нас это пример того, как не только формальные институты работают не эффективно, но и неформальные приводят к разрушительным по своему характеру последствиям для всех участников взаимодействия: Рем Вяхирев и Виктор Черномырдин не только потеряли контроль над своим детищем, но и впали в немилость при Владимире Путине, нынешнем владельце «Газпрома» (сегодня оба лица находятся в политической «ссылке»). Поэтому вопрос об эффективности институциональной матрицы государства, на наш взгляд, стоит рассматривать и под тем углом зрения, который Макс Вебер называл «конstellационным». Не будь Немцова на своем посту или Ельцина, судьба «Газпрома» сложилась бы иначе. А там – и история России. Но не только ее.

Главы книги о роли крупнейшей компании в истории становления деспотических режимов (белорусского и туркменского) на постсоветской территории являются прекрасным материалом к дискуссии о влиянии качества институтов на богатые сырьевые государства [Egorov, Sonin 2004; Egorov et al. 2007; Полтерович и др. 2007]. Если в академических работах по данной тематике можно найти сухие цифры и регрессионные уравнения, то в книге – живые образы и исторические факты. К тому Панюшкин и Зыгарь дают прекрасный материал для исследования той же проблематики (качества институтов) относительно не богатых углеводородами стран. К примеру, Белоруссия, по территории которой пролегает газопровод в Европу, является «проклятой», но в силу других причин.

Могут ли формальные институты быть изменены ради достижения частных выгод? Легко. В качестве иллюстрации этого утверждения можно привести фрагмент книги, в котором повествуется о том, как Рем Вяхирев был смещен со своей должности в 2000 г. Согласно уставу «Газпрома» председатель правления мог быть уволен только единогласным решением голосов совета директоров (т.е. голос отстраняемого учитывался также). Только в случае аккумуляции в руках государства дополнительных акций и внесения поправок в устав компании Вяхирев мог быть смещен, что и было сделано. Чтобы избежать столь трудо- и капиталоемкого процесса в будущем, в декабре того же года Госдума приняла новый закон «Об акционерных обществах». Согласно ему руководителей всех акционерных обществ (без исключения) можно переизбирать простым большинством голосов на совете директоров. Просчитывались ли результаты этого шага для компаний, которые, к примеру, сегодня выходят на мировые фондовые биржи в форме IPO? Вряд ли. Таким образом, формальные общие институты – это инструменты в политической борьбе, которые в условиях контролируемой законодательной ветви власти становятся эффективным оружием. Проблема заключается также в том, что институты – общественные блага, и в процессе трансформации должны учитываться позиции акторов [Аузан 2006]. Иначе цена легального поведения станет выше выгод, что и приводит к «теневизации» хозяйственной деятельности.

Отдельные пассажи книги ставят вопрос о природе формального и неформального. «Постепенно правительство и Газпром пришли к негласному договору, что налоги компания платит не в том размере, который установлен законом, а в том размере, который необходим правительству на самые неотложные нужды» (с. 35). В этой цитате важны три слова: постепенно, негласный договор и неотложные нужды. Постепенно, значит, процесс «торговли» между соблюдением и не соблюдением формального правила темпорален и зависит от случайных факторов; негласный – говорит нам о возможных вариантах взаимодействия бизнеса и государства на самом высоком уровне; неотложные нужды – свидетельствуют об особой целесообразности использования неформальных практик в угоду формальным. Авторы книги показывают, как на отношения между газовым гигантом и государством накладывались личные приятные или неприятные отношения глав двух

крупнейших корпораций: ОАО «Газпром» и ОАО «Российская Федерация». В период управления исполнительной властью Виктором Черномырдиным, – одним из основателей компании, у компании не было проблем с властью. Как только менялась команда в правительстве (частично или полностью), к ней возникали налоговые претензии.

Нечто схожее можно было наблюдать на недавнем примере противостояния «Газпрома» и украинского премьер-министра Юлии Тимошенко. Очевидно, что закрытая для посторонних дискуссия велась не о размере задолжности Украины компании, потому что подсчитать эту цифру не сложно. Тимошенко в течение недели настаивала на отказе от услуг посреднических организаций между их стороной и «Газпромом». Иными словами, обсуждение велось вокруг неформальных практик взаимодействия газового поставщика (Россия) и газового потребителя (Украина). Объяснить тот факт, что «чисто» экономическая проблема решалась на столь высоком уровне (недавно президенты двух стран встречались и обсуждали варианты решения конфликта), довольно просто: когда государство становится активным хозяйствующим субъектом, оно использует весь арсенал инструментов для достижения своих целей. Какова природа этих инструментов – формальная или нет, – не имеет особого значения. И это – не разовые акты, а укорененные в социальной структуре действия. Поэтому возникает вопрос о соотношении формального и неформального. Выход есть: признать континуум этих типов практик [Барсукова 2007]. Хотя данное затруднение в теоретико-правовом дискурсе, на наш взгляд, снимается понятием «правовое государство».

Другой пример: ставленник «Газпрома» Альфред Кох приказывает губернатору Аяцкову не приземлять самолет, на борту которого юристы телекомпании НТВ летят в Самару оспаривать решение о проведении акционерного собрания. Приказ выполнен – юристы не успели повлиять на новый состав менеджеров компании, актив отобран. Что это может означать? Что для политической власти (а в сегодняшней России это означает обладание экономической) не существует границы между формальным и неформальным. Существует цель, средства ее достижения и агенты, выполняющие поручение. Какова природа этих средств – легальная или нелегальная, – вопрос вторичный. Нарушение (разрушение) формальных правил оправдывается целью. Макиавеллизм, или «прагматизм» в устах нынешнего президента.

В книге можно найти множества примеров того, как одни институты (например, СМИ или судебная система) выполняют функции, разрушающие их. Поэтому разговоры о разделении властей и балансе сил не есть пустые дискуссии схоластов против эмпириков. «Сращивание» государства и бизнеса, а также «слипание» ветвей власти несут угрозы как в настоящем, так и в будущем.

Описание самых «невинных», по признанию журналистов, нелегальных практик взаимодействия газового монополиста с потребителями, государством и банковским сектором (так называемые «вексельные схемы») показывают зыбкость положения государства в условиях тотального институционального переустройства, которым не примнут воспользоваться остальные участники квазирыночных взаимоотношений. «Самым страшным преступлением Вяхирев считал воровство в самом Газпроме. “Не воруй в Газпроме”», – наставлял он молодых сотрудников. И давал еще один наказ: “Сначала воруй для Газпрома, а потом – для себя”» (с. 119). На этой оптимистичной ноте мы переходим к заключению.

Заключение. Страна в стране

Особенностью советской, а потом и российской экономической и политической жизни является то, что первая включает второе, а второе – первое: должность в бюрократической иерархии автоматически открывает доступ к экономической сфере. Сегодня этот феномен называют институтом «власть-собственность», живучесть которого Рустем Нуреев в своих

исследованиях объясняет хитросплетениями приватизации 1990-х годов [Добрякова, Крылов 2007]. Майкл Буравой пишет об этом историческом периоде нашей государственности в терминах «инволюционный упадок», «изменения без трансформаций». Беда реформ начала и середины 1990-х – в том, что Россия перешла к рыночной экономике без экономической, социальной и политической трансформации, которые сопровождали старушку Европу не одно столетие [Burawoy 2001]. Таким образом, европейцы «выстрадали» рыночную экономику и соответствующие права, а мы – нет. Возможно, в этом кроется «особенность» национального чемпиона – «Газпрома».

Он, как активный участник хозяйственных процессов в России (на минуточку, бюджет компании в полтора раза превышает бюджет РФ!), имеет не только стимулы к трансформации институционального пространства (формального и не формального), но и реальные инструменты для этого. И может быть, главное оружие «Газпрома» вовсе не в производимом им благе, трубах, мировой конъюнктуре или председателе правления, а в особенностях российского государства, в котором причудливое переплетение политики и экономики порождает феномен мирового масштаба, чье имя теперь на устах у всех европейцев. «Страна в стране», – заключают журналисты в предпоследней главе книги. И кроме материальных и символических атрибутов у компании имеются конкретные рычаги институционального изменения хозяйственной жизни всего государства.

Литература

- Аристотель. Политика. М.: АСТ, Транзиткнига, 2005.
- Аузан А.А. Переучреждение государства: общественный договор. М: Европа, 2006.
- Барсукова С.Ю. Развитая неформальность в развитых странах // Экономическая социология. 2007. Т. 8. № 5. С. 156–167.
- Волков В.В. Силовое предпринимательство. СПб., М: Летний сад, 2002.
- Добрякова М.С., Крылов Д.А. Как выбраться из колеи, или Королева просит поторопиться // Экономическая социология. 2007. Т. 8. № 1. С. 129–130.
- Зудин А. Неокорпоративизм в России (Государство и бизнес при Владимире Путине) // Pro et Contra. 2001. Т. 6. № 4. С. 171–198.
- Норт Д. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики. М.: Фонд экономической книги «Начала», 1997.
- Полтерович В., Попов В., Тонис А. Экономическая политика, качество институтов и механизмы «ресурсного проклятия». М.: Изд. дом ГУ–ВШЭ, 2007.
- Челуренко А.Ю. Социология предпринимательства. М.: Изд. дом. ГУ–ВШЭ, 2007.
- Яковлев А.А. Эволюция стратегий взаимодействия бизнеса и власти в российской экономике // Российский журнал менеджмента. 2005. Т. 3. № 1. С. 27–52.
- Burawoy M. Transition without Transformation: Russia's Involuntary Road to Capitalism // East European Politics and Societies. 2001. № 15. P. 269–290.
- Egorov G., Sonin K. Dictators and Their Viziers: Agency Problems in Dictatorships // CEFIR Working Paper. 2004. No. 43. P. 1–37.
- Egorov G., Guriev S., Sonin K. Media Freedom, Bureaucratic Incentives, and the Resource Curse. 2007. http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=898888

ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЕ ПРОЕКТЫ

ВНУТРИФИРМЕННАЯ МОБИЛЬНОСТЬ И КАРЬЕРА: ГЕНДЕРНЫЙ АСПЕКТ

Сроки реализации проекта: 2006–2009 гг.

Участники проекта: Нестерова Д.В. (ГУ–ВШЭ), Мальцева И.О. (ГУ–ВШЭ, Российско-Американский институт экономики и бизнеса Уральского государственного университета)

Настоящее исследование выполняется в рамках международного проекта «Экономические и социальные последствия промышленной реструктуризации в России и на Украине», финансируемого Комиссией Европейского Союза. Проект объединяет исследовательские коллективы из следующих институтов:

- Немецкий институт экономических исследований (Берлин, Германия);
- Центр социальных и экономических исследований (Варшава, Польша);
- Центрально-Европейский университет (Будапешт, Венгрия);
- Центр трудовых исследований Государственного университета – Высшей школы экономики (Москва, Россия);
- Университет Болоньи (Италия);
- Киевская школа экономики Национального университета «Киево-Могилянская академия» (Украина);
- Университет Хериот-Вотт (Великобритания);
- Российско-Американский институт экономики и бизнеса Уральского государственного университета (Екатеринбург, Россия).

Основная цель проекта – выявить формы адаптации индивидов и фирм и проанализировать последствия шоков, происшедших на российском и украинском рынках труда вследствие проведения экономических реформ 1990-х – начала 2000 гг.

Исследование «Внутрифирменная мобильность и карьера: гендерный аспект» проводится в рамках одного из направлений проекта, посвященного проблемам функционирования внутренних рынков труда.

Постановка проблемы:

Трудовая мобильность, обеспечивая эффективное распределение работников между рабочими местами, является значимой характеристикой современного рынка труда. Одновременно она представляет собой важный элемент человеческого капитала работника, отражая его конкурентоспособность и адаптивность к происходящим экономическим, социальным и институциональным изменениям.

Результаты исследований показывают, что в России существуют значительные различия в интенсивности трудовой мобильности мужчин и женщин¹. В отличие от западных стран,

¹ См., например: *Sabirianova K.* The Great Human Capital Reallocation: A Study of Occupational Mobility in Transitional Russia // *Journal of Comparative Economics*. 2002. Vol. 30. No. 1. P. 191–217; *Мальцева И.О., Роцин С.Ю.* Гендерная сегрегация и трудовая мобильность на российском рынке труда. М.: Изд. дом ГУ–ВШЭ, 2006.

работницы российских предприятий гораздо реже меняют место работы, чем их коллеги-мужчины. Так, например, в 2000–2004 гг. в среднем четверть работающих мужчин меняли работу как минимум раз в год, тогда как среди женщин эта доля составила не более 15%.

Данное наблюдение означает, что в России женщины с меньшей вероятностью выходят на рынок труда с целью смены места работы. Одно из возможных объяснений этому факту заключается в их меньшей, по сравнению с мужчинами, конкурентоспособности на внешнем рынке труда. Стратегии трудового поведения женщин в большей степени реализуются в рамках внутреннего рынка труда, где им, возможно, легче рассчитывать на продвижение по служебной лестнице и получение более высокой заработной платы, ведь именно длительная работа в рамках одного предприятия является одной из наиболее вероятных возможностей сделать карьеру.

К настоящему моменту, как нам известно, нет ни одной работы, в которой был бы представлен анализ гендерных различий в трудовой мобильности в рамках внутреннего рынка труда российского предприятия. Как следствие, отсутствует представление о том, как складываются внутрифирменные карьеры работников разного пола, насколько выгодной для них с точки зрения роста заработной платы является стратегия внутри -, а не межфирменной мобильности, какими характеристиками должен обладать работник, чтобы сделать успешную карьеру в рамках фирмы.

Важной составляющей анализа гендерных различий во внутрифирменной трудовой мобильности является оценка кадровой политики предприятия в аспекте либо присутствия, либо отсутствия дискриминационной практики в продвижении работников внутри организации. Каковы в связи с этим масштабы гендерной сегрегации, а также ее роль в формировании различий в оплате мужского и женского труда? Присутствуют ли и насколько значимы при внутрифирменных продвижениях факты ограничений, с которыми сталкиваются женщины при построении карьеры в рамках предприятия? Речь идет, таким образом, об эффектах «стеклянного потолка» и «стеклянных стен»², оценке их влияния на направления и различия внутрифирменной трудовой мобильности работников разного пола.

Цель и задачи исследования

Цель проекта – проведение комплексного анализа гендерных различий в продвижении по карьерной лестнице работников российского предприятия и оценка их влияния на формирование различий в оплате труда мужчин и женщин.

Основные задачи исследования:

- выявить гендерные различия в скорости и направлениях продвижения по внутрифирменной карьерной лестнице;
- оценить отдачу от внутрифирменной трудовой мобильности для работников разного пола;
- выделить детерминанты гендерных различий в построении карьеры мужчинами и женщинами, включая эффекты «стеклянного потолка» и «стеклянных стен».

² «Стеклянный потолок» – ситуация, в которой, в отличие от мужчин, женщины сталкиваются с ограничениями в продвижении по карьерной лестнице, поскольку самые высокие позиции в должностной иерархии оказываются для них закрытыми по тем или иным причинам. Эффект «стеклянных стен» характеризует невозможность для женщин занять позиции в начале или середине тех карьерных лестниц, которые традиционно приводят к руководящим постам в данной фирме.

Эмпирическая база исследования

Изучение различных аспектов функционирования внутренних рынков труда, включая вопросы внутрифирменной трудовой мобильности и построения карьеры, – пока еще сравнительно молодое направление в рамках экономики труда. Верификация его теоретических гипотез в значительной степени затруднена из-за существенных трудностей в получении необходимой максимально дезагрегированной информации о работниках предприятий.

Настоящее исследование базируется на использовании уникальной базы данных о персонале промышленного предприятия Сибирского региона, которая была сформирована при непосредственном участии авторов исследования в рамках проекта «Экономические и социальные последствия промышленной реструктуризации в России и на Украине».

Данные включают следующие показатели по каждому работнику предприятия, работавшему на нем в период с 1993 по 2006 г.:

- *общая информация*: начало и окончание работы на предприятии, причина увольнения, пол, дата рождения, семейное положение, наличие детей, характеристики образования (уровень, название оконченного учебного заведения, дата окончания учебы, присвоенная профессия и квалификация), предыдущий трудовой опыт (дата увольнения с предыдущего места работы, профессия и занимавшаяся должность);
- *внутрифирменные перемещения*: начало и окончание работы на каждой должности внутри предприятия; название отдела/цеха или иного структурного подразделения предприятия; категория персонала (специалист, рабочий, др.); разряд для рабочих или категория для специалистов; категория специалистов (технический, экономический и т.п.), тип контракта (срочный, бессрочный, штатный, по совместительству);
- *оплата труда*: продолжительность отработанного рабочего времени, виды и сумма начислений (включая заработную плату, премии и т.п.), виды и сумма удержаний (включая налоги, профсоюзные взносы и т.п.), задержки в выплате заработной платы (сумма, срок).

Методология исследования

Внутрифирменная мобильность и карьера

В этой части исследования анализируются различные модели внутрифирменной мобильности мужчин и женщин. Используются два инструмента:

- (а) построение матриц вероятностей перехода между различными должностными статусами внутри предприятия;
- (б) оценка двух вероятностных моделей, в которых зависимыми переменными являются смена должности (факт внутрифирменной мобильности или его отсутствие) и переход на более высокую позицию или его отсутствие. В качестве объясняющих переменных выступают социально-демографические характеристики работника и параметры его текущей занятости (стаж работы на предприятии, должность и т.п.).

Заработная плата и карьера

Эта часть исследования сфокусирована на оценке влияния продвижения по карьерной лестнице на рост заработной платы. Методом наименьших квадратов оценивается уравнение заработной платы, где зависимой переменной выступает разница в заработной плате между двумя периодами. Вектор объясняющих переменных, как и в предыдущем случае, включает социально-демографические характеристики работника и параметры его текущей занятости, а также дамми-переменную, фиксирующую факт смены должности.

Проверка гипотезы наличия «Стеклянного потолка»

В определенной степени факт присутствия «стеклянного потолка» может быть обнаружен при анализе матриц вероятностей перехода. Еще одним индикатором является гендерный разрыв в заработной плате. В данном разделе используется два инструмента:

- (а) расчет гендерного разрыва в зарплате для всего распределения заработных плат;
- (б) декомпозиция гендерного разрыва в заработной плате для оценки вклада различных факторов в его формирование.

УЧЕБНЫЕ ПРОГРАММЫ

S. Mützel

MARKT UND KULTUR

Lektüreseminar

2007



Sophie MÜTZEL – Assistant Professor, Research Unit Comparative Structural Analysis, Institute for Social Sciences, Humboldt-University Berlin.

<http://www.sophiology.com>

Als Teil der neuen Wirtschaftssoziologie hat sich in den letzten Jahrzehnten eine Soziologie des Marktes entwickelt, die ihren Blick auf die strukturellen, institutionellen und kulturellen Grundlagen von Märkten aller Art richtet. Dabei werden, anders als in der Wirtschaftstheorie, ökonomische Handlungen als soziale Handlungen verstanden, die immer eingebettet in sozialen Netzwerken stattfinden. Märkte sind somit als eigene soziale Strukturen zu untersuchen. Leitend für die intensive Auseinandersetzung mit dem Thema «Markt und Kultur» in diesem Lektüreseminar werden zwei Fragen sein:

- Wie konzeptualisieren die Autoren die Rolle von «Kultur»?
- Was bedeuten diese Kulturverständnisse für die theoretischen und empirischen Entwicklungen der Soziologie des Marktes?

Wie werden eine Reihe von theoretischen Texten und empirischen Fallbeispielen aus unterschiedlichen Märkten kennenlernen und damit einen fundierten Einblick in aktuelle soziologische Entwicklungen gewinnen¹.

<...>

¹ В последние десятилетия в рамках новой экономической социологии развивается социология рынков, направленная на изучение структурных, институциональных и культурных основ всех видов рынков. В отличие от экономической теории, экономические действия здесь рассматриваются как социальные, и изучать их следует в рамках социальных структур. В центре семинара два основных вопроса:

- Как авторы концептуализируют роль «культуры»?
- Что означает такое понимание культуры для теоретического и эмпирического развития социологии рынков?

Будут проанализированы теоретические тексты и иллюстрирующие их эмпирические примеры различных рынков.

1. Einführung und Vorstellung des Seminars [Введение]**2. Soziologie des Marktes [Социология рынков]²**

* *Aspers P.* Sociology of Markets // International Encyclopedia of Economic Sociology / Ed. by J. Beckert, M. Zafirovski. L.: Routledge, 2006. P. 427–432.

* *Swedberg R.* Economic and sociological approaches to markets; Markets in history // Swedberg R. Principles of Economic Sociology. Princeton: Princeton University Press, 2003. P. 104–130, 131–157.

* *Fourcade M.* Theories of Markets and Theories of Society // American Behavioral Scientist. 2007. Vol. 50. P. 1015–1034.

Mikl-Horke G. Soziologie der Wirtschaft – Ökonomie des Sozialen // Historische Soziologie der Wirtschaft / Ed. by G. Mikl-Horke. München: Oldenbourg, 1999. P. 619–685.

Trigilia C. Economic Sociology // International Encyclopedia of Economic Sociology / Ed. by J. Beckert, M. Zafirovski. L.: Routledge, 2006. P. 192–206.

Swedberg R., Granovetter M. Introduction to the second edition // The Sociology of Economic Life / Ed. by M. Granovetter, R. Swedberg. Boulder: Westview, 2001. P. 1–28.

Lie J. Sociology of markets // Annual Review of Sociology. 1997. Vol. 23. P. 341–360.

Fligstein N., Dauter L. The Sociology of Markets // Annual Review of Sociology. 2007. Vol. 33. P. 105–128.

3. Märkte in Netzwerken [Рынки в сетях]

* *Granovetter M.* Ökonomisches Handeln und soziale Struktur: Das Problem der Einbettung // Zeitgenössische amerikanische Soziologie / Hrsg. von H.-P. Müller, S. Sigmund. Opladen: Leske + Budrich, 2000 [1985]. S. 175–207.

* *Granovetter M.* The strength of weak ties // American Journal of Sociology. 1973. Vol. 78. P. 1360–1380.

* *Uzzi B.* Social structure and competition in interfirm networks: the paradox of emdeddedness // Administrative Science Quarterly. 1997. Vol. 42. P. 35–67.

DiMaggio P., Louch H. Socially embedded consumer transactions: for what kinds of purchases do people most often use networks? // American Sociological Review. 1998. Vol. 63. P. 619–637.

Rauch J.E., Hamilton G.G. Networks and markets: concepts for bridging disciplines // Networks and markets / Ed. by J.E. Rauch, A. Casella. N.Y.: Russell Sage Foundation, 2001. P. 1–29.

Krippner G.R. The elusive market: embeddedness and the paradigm of economic sociology // Theory and Society. 2001. Vol. 30. P. 775–810.

4. Märkte aus Netzwerken [Рынки из сетей]

* *Leifer E., White H.* A structural approach to markets // Intercorporate Relations / Ed. by M. Mizruchi, M. Schwartz. Cambridge: Cambridge University Press, 1987. P. 85–108.

* *White H., Eccles R.* Production markets // The New Palgrave. A Dictionary of Economics / Ed. by J. Eatwell, M. Milgate, P. Newman. N.Y.: Macmillan Press, 1987. P. 984–986.

² Обязательная литература помечена звездочкой «*».

- * *Leifer E.* Markets as mechanisms: using a role structure // *Social Forces*. 1985. Vol. 64. P. 442–472.
- White H.* Where do markets come from? // *American Journal of Sociology*. 1981. Vol. 87. P. 517–547.
- Rojas F.* Sociological imperialism in three theories of the market // *Journal of Institutional Economics*. 2006. No. 2. P. 339–363.
- White H.* *Markets from Networks: Socioeconomic Models of Production*. Princeton: Princeton University Press, 2002.

5. Märkte als Orte der Suche [Рынки как места поиска]

- * *Podolny J.M.* Networks as the pipes and prisms of the market // *American Journal of Sociology*. 2001. Vol. 107. P. 33–60.
- * *Geertz C.* The bazaar economy: information and search in peasant marketing // *The Sociology of Economic Life* / Ed. by M. Granovetter, R. Swedberg. Boulder: Westview, 2001 [1978]. P. 139–145.
- Podolny J.M.* Market uncertainty and the social character of economic exchange // *Administrative Science Quarterly*. 1994. Vol. 39. P. 458–483.
- Leifer E.* Interaction preludes to role setting: exploratory local action // *American Sociological Review*. 1988. Vol. 52. P. 865–878.
- Spence M.* Signaling in retrospect and the informational structure of markets // *Nobel Prize Lectures*. Stockholm, 2001. <http://nobelprize.org/economics/laureates/2001/spence-lecture.html>

6. Märkte als Machtfelder [Рынки как властные поля]

- * *Fligstein N.* Markets as politics: a political-cultural approach to market institutions // *American Sociological Review*. 1996. Vol. 61. P. 656–673.
- * *Bourdieu P.* Principles of an economic anthropology // *The Handbook of Economic Sociology* / Ed. by N. Smelser, R. Swedberg. Princeton: Princeton University Press, 2005. P. 75–89.
- * *Bourdieu P.* Das ökonomische Feld // *Bourdieu P. et al. Der Einzige und sein Eigenheim*. Hamburg: VSA, 2002. S. 185–222.
- Fligstein N.* *The Architecture of Markets: an economic sociology of twenty-first-century capitalist societies*. Princeton: Princeton University Press, 2001. P. 1–20, 67–98.

7. Kultur und Märkte [Культура и рынки]

- * *DiMaggio P.* Cultural aspects of economic action and organization // *Beyond the marketplace* / Ed. by R. Friedland, A.F. Robertson. N.Y.: Walter de Gruyter, 1990. P. 113–136.
- * *Zelizer V.* Beyond the polemics on the market: establishing a theoretical and empirical agenda // *Sociological Forum*. 1988. No. 3. P. 614–634.
- * *Spillman L.* Enriching exchange: cultural dimensions of markets // *American Journal of Economics and Sociology*. 1999. Vol. 58. P. 1047–1071.
- DiMaggio P.* *Culture and economy* // *The Handbook of Economic Sociology* / Ed. by N. Smelser, R. Swedberg. Princeton: Princeton University Press, 1994.

8. Märkte als Kulturen [Рынки как культуры]

- * *Abolafia M.* Markets as cultures: an ethnographic approach // *The Laws of the Markets* / Ed. by M. Callon. Oxford: Blackwell, 1998. P. 69–85.
 - * *Abolafia M.* Making Markets: Opportunism and Restraint on Wall Street. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1996. P. 38–63.
 - * *Zelizer V.* Die Farben des Geldes. Vielfalt der Märkte, Vielfalt der Kulturen // *Berliner Journal für Soziologie*. 2000. Jg. 10. Heft 3. S. 315–332.
- Deutschmann Ch.* Geld als soziales Konstrukt // *Leviathan*. 1995. Jg. 23. S. 376–393.
- Ingham G.* Sociology of Money // *International Encyclopedia of Economic Sociology* / Ed. by J. Beckert, M. Zafirovski. L.: Routledge, 2006. P. 455–460.

9. Economics of Convention [Экономика конвенций]

- * *Boltanski L., Thévenot L.* On Justification. Economies of Worth. Princeton: Princeton University Press, 2006. P. 1–42.
 - * *Biggart N.W., Beamish T.D.* The Economic Sociology of Conventions: Habit, Custom, Practice, and Routine in Market Order // *Annual Review of Sociology*. 2003. Vol. 29. P. 443–464.
- Thévenot L.* Organized Complexity: Conventions of Coordination and the Composition of Economic Arrangements // *European Journal of Social Theory*. 2001. No. 4. P. 404–425.
- Thévenot L.* Convention School // *International Encyclopedia of Economic Sociology* / Ed. by J. Beckert, M. Zafirovski. N.Y.: Routledge, 2006. P. P. 111–115.
- Lazega M., Favereau O.* Introduction // Favereau O., Lazega M. (eds.). *Conventions and Structures in Economic Organization*. Cheltenham: Edward Elgar, 2002. P. 1–28.

10. Performanz der Wirtschaft [Функционирование экономики]

- * *Callon M.* Introduction: the embeddedness of economic markets in economics // *The Laws of the Markets* / Ed. by M. Callon. Oxford: Blackwell, 1998. P. 1–57.
 - * *MacKenzie D., Millo Y.* Constructing a market, performing theory: the historical sociology of a financial derivatives exchange // *American Journal of Sociology*. 2003. Vol. 109. P. 107–145.
- Muniesa F.* Performing prices: the case of price discovery automation in the financial markets // *Facts and Figures. Economic Representations and Practices* / Ed. by H. Kalthoff, R. Rottenburg, H.-J. Wagener. Marburg: Metropolis Verlag, 2000. P. 289–312.
- Callon M., Muniesa F.* Economic Markets as Calculative Collective Devices // *Organization Studies*. 2005. Vol. 26. P. 1229–1250.
- Kalthoff H.* Finanzwirtschaftliche Praxis und Wirtschaftstheorie. Skizze einer Soziologie ökonomischen Wissens // *Zeitschrift für Soziologie*. 2004. Hg. 33. S. 154–175.
- Thrift N.* ‘It’s the romance, not the finance, that makes the business worth pursuing’: disclosing a new market culture // *Economy and Society*. 2001. Vol. 30. P. 412–432.
- Knorr-Cetina K., Bruegger U.* Global microstructures: the virtual societies of financial markets // *American Journal of Sociology*. 2002. Vol. 107. P. 905–950.

11. Märkte und moralische Akteure [Рынки и мораль]

- * *Fourcade M., Healy K.* Moral Views of Market Society // Annual Review of Sociology. 2007. Vol. 33. P. 285–311.
- * *Healy K.* Last Best Gifts: Altruism and the Market for Human Blood and Organs. Chicago: Chicago University Press, 2006. P. 1–42, 110–132.
- Zelizer V.* Human values and the market: the case of life insurance and death in 19th-century America // American Journal of Sociology. 1978. Vol. 84. P. 591–610.
- Zelizer V.* The Purchase of Intimacy. Princeton: Princeton University Press, 2005. P. 1–93.
- Velthuis O.* Talking Prices. Princeton: Princeton University Press, 2005. P. 53–96, 179–189.

12. Konsum: Kunst, Mode und Marken [Потребление: искусство, мода и знаки]

- * *Zelizer V.* Culture and Consumption // The Handbook of Economic Sociology / Ed. by N. Smelser, R. Swedberg. Princeton: Princeton University Press, 2005. P. 331–354.
- * *Hellmann K.-U.* Marken machen Märkte. 2007. Manuskript.
- Hellmann K.-U.* Soziologie der Marke. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 2003.
- Zukin S.* Consumption // International Encyclopedia of Economic Sociology / Ed. by J. Beckert, M. Zafirovski. N.Y.: Routledge, 2006. P. 101–107.
- Zukin S., Maguire J.* Consumers and Consumption // Annual Review of Sociology. 2004. Vol. 30. P. 173–197.
- Velthuis O.* Art and economy // International Encyclopedia of Economic Sociology / Ed. by J. Beckert, M. Zafirovski. N.Y.: Routledge, 2006. P. 11–13.
- Velthuis O.* Symbolic meanings of prices: constructing the value of contemporary art in Amsterdam and New York galleries // Theory & Society. 2003. Vol. 32. P. 181–215.
- Aspers P.* Sociology of Fashion // International Encyclopedia of Economic Sociology / Ed. by J. Beckert, M. Zafirovski. N.Y.: Routledge, 2006. P. 276–277.
- Aspers P.* Markets in Fashion. A Phenomenological Approach. Stockholm: City University Press, 2001.

КОНФЕРЕНЦИИ

Третий всероссийский социологический конгресс «СОЦИОЛОГИЯ И ОБЩЕСТВО: ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ»

Москва, 21–24 октября 2008 г.

К 50-летию Советской социологической ассоциации
К 40-летию Института социологии РАН

<http://vsk3.hse.ru>

21 октября, Актовый зал Президиума РАН

10-00 – 13-30 ЮБИЛЕЙНАЯ СЕССИЯ.

15-00 – 17-00 ПЛЕНАРНАЯ СЕССИЯ РОССИЙСКОЕ ОБЩЕСТВО ГЛАЗАМИ СОЦИОЛОГОВ.

22–24 октября, Государственный университет – Высшая школа экономики
СЕССИИ. 10-00 – 13-30

Сессия 1. Проблемы теории в мировой и российской социологии

Сопредседатели: А.Б. Гофман, И.Ф. Девятко (ГУ–ВШЭ), А.Г. Здравомыслов (ИС РАН), С.А. Кравченко (МГИМО), В.П. Кулыгин (ИСПИ РАН).

Координатор: И.Ф. Девятко. Email: deviatko@gmail.com Тел.: 152-02-31.

Сессия 2. Россия в глобализационных процессах

Сопредседатели: Д.В. Иванов (СГБГУ), Н.Е. Покровский, Т.Ю. Сидорина (ГУ–ВШЭ), В.А. Шилова, О.Н. Яницкий (ИС РАН).

Координатор: Н.Е.Покровский. Email: sopso@yandex.ru Тел.: 152-02-31.

Сессия 3. Россия и страны Европейского сообщества

Председатель: В.Г. Андреенков (ЦЕССИ).

Сопредседатели: А.И. Антонов (МГУ), Л.А. Беляева (ЦИСИ ИФ РАН), Л.М. Дробижина, В.С. Магун (ИС РАН), Г.М. Монусова (ИМЭМО), М.М. Мчедлова (РУДН).

Координатор: В.Г.Андреенков. Email: vladimir.andreenkov@cessi.ru Тел.: 629-15-06.

Сессия 4. Методология социологических исследований: вечные проблемы и новые подходы

Сопредседатели: М.С. Косолапов (ИС РАН), А.Ю. Мягков (ИГЭУ), И.И.Елисеева (СИ РАН).

Координатор: М.С.Косолапов. Email: mkosolapov@isras.ru (копия на socio@sociol.ispu.ru) Тел. 125-0071

Сессия 5. Инновации в социологическом образовании

Сопредседатели: Н.Г. Скворцов (СПбГУ), А.Ю. Чепуренко (ГУ–ВШЭ)

Координатор: А.Ю. Чепуренко. Email: achepurenko@hse.ru

Сессия 6. Национальные и региональные школы в социологии

Сопредседатели: Г.Е. Зборовский (Уральское отд. РОС, Екатеринбург), З.И. Калугина (ИЭиОПП СО РАН, Новосибирск), В.А. Мансуров (ИС РАН), Е.А. Ярская-Смирнова (СГТУ)
Координатор: В.А. Мансуров. Email: rss@isras.ru Тел. 719-0971

Сессия 7. Гражданское общество и государство

Сопредседатели: А.А. Возьмитель (ИС РАН), В.Н. Иванов, В.К. Левашов (ИСПИ РАН), Г.И. Осадчая (РГСУ), Ж.Т. Тощенко (РГГУ)
Координатор: Г.И. Осадчая. Email: mgsu_nauka@mail.ru Тел. 765-4260

Сессия 8. Формирование новой модели социальной структуры современной России

Сопредседатели: З.Т. Голенкова, Н.Е. Тихонова (ИС РАН)
Координатор: Н.Е. Тихонова. Email: netichon@mtu-net.ru Тел. 639-8742

Сессия 9. Социологический анализ современных рынков

Сопредседатели: В.В. Радаев (ГУ–ВШЭ), Ю.В. Веселов (СПбГУ)
Координатор: В.В. Радаев. Email: ealexandrova@hse.ru Тел.: 628-40-95

Сессия 10. Образование как инновационный ресурс

Председатель: Д.Л. Константиновский (ИС РАН)
Координатор: Д.Л. Константиновский. Email: scan21@mail.ru Тел.: (495) 128-69-01

Сессия 11. Демографические вызовы в современной России

Сопредседатели: А.И. Антонов (МГУ), А.Г. Вишневский (ГУ–ВШЭ), А.А. Клещин (СИ РАН), Б.Н. Миронов (СПбГУ)

Заседание 1. Социолого-демографические исследования в современной России

Координатор: А.И. Антонов. Email: antonov@socio.msu.ru

Заседание 2. Социальные перемены и демографические процессы

Координатор: А.Г. Вишневский. Email: avishnevsky@hse.ru Тел.: 772-9590*2163

Сессия 12. Проблемы миграции населения в современной России

Сопредседатели: А.В. Дмитриев (ИС РАН), С.В. Рязанцев (ИСПИ РАН)
Координатор: С.В. Рязанцев Email: ispr@ras.ru

Сессия 13. Современные проблемы российского села

Сопредседатели: В.И. Староверов (ИСПИ РАН), Г.С. Широкалова (Н.Новгород), Ю.А. Хагуров (Краснодар)
Координатор: В.И. Староверов Email: ispr@ras.ru

Сессия 14. Проблемы социальной и межэтнической интеграции российского общества

Сопредседатели: Ю.В. Арутюнян (Институт этнологии РАН), Л.М. Дробизева (ИС РАН)
Координатор: Л.М. Дробизева. Email: drobizheva@yandex.ru Тел.128-5651

Сессия 15. Тенденции социокультурной эволюции России и ее регионов

Сопредседатели: В.С. Григорьев (Чувашский ГИГН), В.А. Давыденко (Тюменский ГУ), Е.А. Когай (Курский ГУ), Н.И. Лапин (ИФ РАН), В.Г. Немировский (Красноярский ГУ).
Координатор: Н.И. Лапин. Email: lapini31@mail.ru Тел. 203-06-34.

Сессия 16. Социальные процессы: управляемость и спонтанность

Сопредседатели: А.И. Пригожин (АНХ), А.В. Тихонов (ИС РАН), В.В. Щербина (РГГУ)
Координатор: А.В. Тихонов. Email: alvast39@mail.ru Тел. 125-8090

Сессия 17. Качество жизни населения России: показатели и критерии

Сопредседатели: Г.М. Зарковский (ВНИИТЭ), Г.И. Иванченко (ГУ–ВШЭ), Д.А. Леонтьев (МГУ).
Координатор: Г.И. Иванченко. Email: galina-iv@hse.ru

Сессия 18. Российское общество в зеркале общественного мнения

Заседание 1. Левада-Центр

Координатор: Д.А. Волков. Email: volkov@levada.ru, denis_volkov@bk.ru Тел. 229-38-23

Заседание 2. Фонд «Общественное мнение»

Координатор: Е. Петренко. Email: petrenko@fom.ru Тел.: 745-89-09, 745, 87-65.

Заседание 3. ВЦИОМ

Координатор уточняется.

СЕКЦИИ
(Исследовательские комитеты)
22–23 октября, 15-00 – 18-00

Секция 1. Методология социологических исследований

Сопредседатели: О.М. Маслова (ИС РАН), Г.Г. Татарова (ИС РАН), Ю.Н. Толстова (ГУ–ВШЭ), А.С. Готлиб (СГУ, Самара), И.И. Елисеева (СИ РАН)

Координатор: О.М. Маслова. Email: maslova@isras.ru Тел.: (495) 125-00-71.

Секция 2. Социология глобальных процессов, методы их изучения

Сопредседатели: В.И.Игнатъев (НГТУ, Новосибирск), В.И.Ильин (СПбГУ), С.В.Цирель (ОАО ВНИМИ, СПб), Т.И.Черняева (ПАГС)

Координатор: Т.И.Черняева. Email: tatcher@yandex.ru Тел.: (845-2) 339-271

Секция 3. Теория практик и прагматический поворот в социологических науках

Председатель: В.В. Волков (ЕУСПб).

Координатор: В.Л. Каплун (СПбФГУ–ВШЭ). Email: kaploun@eu.spb.ru Тел.: (812) 714-7712

Секция 4. Социология труда

Сопредседатели: Н.В. Андреевкова (ЦЕССИ), Ж.Т. Тощенко (РГГУ), Б.Г. Тукумцев (СИ РАН), В.А. Ядов (ИС РАН).

Координатор: В.А. Ядов. Email: yadovhome@yandex.ru Тел.: (495) 125-79-20

Секция 5. Социология профессий и профессиональных групп

Сопредседатели: В.А. Мансуров (ИС РАН), О.И. Шкаратан (ГУ–ВШЭ)

Координатор: В.А. Мансуров. Email: mansurov@isras.ru Тел.: (495) 719-09-71

Секция 6. Социальная стратификация

Сопредседатели: З.Т. Голенкова, Н.Е. Тихонова (ИС РАН), М.Ф. Черныш (ИС РАН).

Координатор: З.Т. Голенкова. Email: golenko@isras.ru Тел.: (495) 128-46-50

Секция 7. Социология семьи

Семья в России: тенденции развития и региональные особенности

Сопредседатели: А.И. Антонов (МГУ), Т.А. Гурко (ИС РАН), А.А. Клёцин (СИ РАН).

Координатор: Т.А. Гурко. Email: tgurko@yandex.ru Тел.: (495) 128-26-64

Секция 8. Экономическая социология

Сопредседатели: В.В. Радаев (ГУ–ВШЭ), Ю.В. Веселов (СПбГУ)

Координатор: В.В. Радаев, уч. секретарь Е.С. Александрова (ГУ–ВШЭ). Email: ealexandrova@hse.ru Тел.: 152-0761

Секция 9. Социология бизнеса: человеческие ресурсы бизнес-организации

Сопредседатели: А.Г. Эфендиев (ГУ–ВШЭ), В.Н. Минина (СПбГУ); ученый секретарь: Е.С. Балабанова (ГУ–ВШЭ)

Координатор: А.Г. Эфендиев. Email: efendiev@hse.ru Тел.: (095) 772-95-69

Секция 10. Прикладные исследования потребительского поведения и рынка: методы, технологии, организационные подходы

Сопредседатели: к.соц.н. В.Г. Андреевков (ЦЕССИ), А.И.Гражданкин (Левада-Центр), А.М.Демидов (ГФК-Русь), А.А.Ослон (ФОМ), Д.А.Писарский (АРМИ-Маркетинг), В.В.Федоров (ВЦИОМ).

Координатор: В.Г. Андреевков. Email: vladimir.andreenkov@cessi.ru Тел.: 629-15-06.

Секция 11. Социология финансового поведения населения

Сопредседатели: И.В. Задорин (ЦИРКОН), О.Е. Кузина (ГУ–ВШЭ)

Координатор: О.Е. Кузина. Email: kuzina@serviceline.ru Тел.: (495) 152-15-51

Секция 12. Социальная политика

Сопредседатели: П.В. Романов (СГТУ), Е.Р. Ярская-Смирнова (СГТУ), Г.И. Осадчая (РГСУ, Москва)

Координатор: П.В.Романов. Email: socpol_congress@socpolicy.ru Тел.: (8452) 566-755

Секция 13. Социология политики

Председатель: С.В. Патрушев (ИС РАН)

Координатор: С.В. Патрушев. Email: svp@comtv.ru Тел.: (495) 125-79-81

Секция 14. Социология элиты. Мировая и российская проекция

Сопредседатели: А.В. Дука (СИ РАН, СПб), В.Г. Ледяев (ГУ–ВШЭ), А.Е. Чирикова (ИС РАН)
Координатор: А.Е. Чирикова. Email: chirikova_a@mail.ru Тел.: (495) 125-80-19

Секция 15. Социология международных отношений

Председатель: П.А. Цыганков (МГУ)
Координатор: П.А. Цыганков. Email: kafsmo@socio.msu.ru Тел.: (495) 939-27-45

Секция 16. Социология культуры

Социокультурные традиции и инновации в России на рубеже XX–XXI вв.
Сопредседатели: А.Б. Гофман, Л.Г.Ионин (ГУ–ВШЭ)
Координатор: А.Б. Гофман. Email: a-gofman@yandex.ru Тел.: (495) 129-05-23

Секция 17. Общество, культура, нравственность: концепты XXI века

Председатель: Д.К. Танатова (РГСУ)
Координатор: Д.К. Танатова. Email: dina-tanatova@yandex.ru Тел.: (495) 169-82-15

Секция 18. Социология религии

Локальное и глобальное во взаимоотношениях религии современного российского общества
Сопредседатели: Р.А. Лопаткин (РАГС), В.И. Гараджа (МГУ)
Координатор: Р.А. Лопаткин. Email: sociorel@gmail.com Тел.: (495) 255-1150

Секция 19. Язык и общество

Социальные проблемы языковой реальности в условиях глобализации.
Сопредседатели: В.М. Алпатов (ИВ РАН), И.И. Травин (СИ РАН), С.И. Харниш (ИС РАН).
Координатор: С.И. Харниш. Email: svethy@gmail.com Тел.: (495) 128-86-01

Секция 20. Социальные коммуникации.

Социальная коммуникация, социальное участие и интерактивные масс-медиа.
Сопредседатели: Т.З. Адамьянц (ИС РАН), А.В.Шариков (ГУ–ВШЭ)
Координатор: Т.З. Адамьянц. Email: scm2008congress@mail.ru Тел.: (495) 128-3332

Секция 21. Социология организаций и управления

Сопредседатели: А.В. Тихонов (ИС РАН), В.И. Франчук (РГСУ), Б.Г. Тукумцев (СИ РАН), Ю.Д. Красовский (ГУУ).
Координатор: А.В. Тихонов. Email: alvast@isras.ru Тел.: (495) 125-80-90

Секция 22. Социология конфликта

Роль социологии в изучении социальных конфликтов и управлении ими.
Председатель: Е.И. Степанов (ИС РАН).
Координатор: Е.И. Степанов. Email: conf@isras.ru Тел.: (495) 125-61-50

Секция 23. Социология городского и регионального развития

Города и регионы: социология развития и межотраслевое взаимодействие
Сопредседатели: Е.М. Акимкин (ИС РАН), Л.Б. Коган (ЦНИИП градостроительства РААСН)
Координатор: Е.М. Акимкин. Email: akimkin@isras.ru Тел.: (495) 128-33-32

Секция 24. Этносоциология

Сопредседатели: Л.М. Дробижева (ИС РАН), Р.Р. Назаров (РГГУ), А.А. Сусоколов (ГУ–ВШЭ)
Координатор: Л.М. Дробижева. Email: leoka@isras.ru Тел.: (495) 128-56-51

Секция 25. Гендерная социология

Гендерная асимметрия, феминизация и их социальные последствия
Сопредседатели: Г.Г. Силласте (Финансовая академия при Правительстве РФ), Е.А. Здравомыслова (ЕУСПБ, ЦНСИ), В.Г. Ушакова (ЛГУ), Е.Б. Мезенцева (ГУ–ВШЭ).
Координатор: Г.Г. Силласте. Email: galinasillaste@yandex.ru Тел.: (495) 943-99-53

Секция 26. Социология молодежи

Сопредседатели: В.И. Чупров (ИСПИ РАН), Ю.А. Зубок (ИСПИ РАН), Ю.Р. Вишневецкий (УГТУ-УПИ, Екатеринбург).
Координатор: Ю.А. Зубок. Email: zubok@rol.ru Тел.: (495) 291-4669

Секция 27. Проблемы старшего поколения.

Председатель: Т.З. Козлова (ИС РАН)

Координатор: Т.З. Козлова. Email: tatiana_kozlova@mail.ru Тел.: (495) 128-91-05**Секция 28. Социология образования сегодня и российское общество**

Председатель: Д.Л. Константиновский (ИС РАН)

Координатор: Д.Л. Константиновский. Email: scan21@mail.ru Тел.: (495) 128-69-01**Секция 29. Социология науки. Фундаментальные проблемы социологии науки: история, современность, перспективы**

Сопредседатели: С.А. Кугель (СПбФ ИИЕТ РАН), Н.И. Диденко (СИ РАН, СПб), Н.А. Ащеулова (СПбФ ИИЕТ РАН), Л.А.Козлова (ИС РАН)

Координатор: Н.А. Ащеулова, Email: asheulova_n@mail333.com Тел.: (812) 328-59-24**Секция 30. Личность в современном обществе**

Сопредседатели: Г.М. Андреева (МГУ), И.С. Кон, В.С. Магун (ИС РАН)

Координатор: Д. Волков (Левада-Центр). Email: volkov@levada.ru Тел.: (495) 229-38-10**Секция 31. Социология девиантного поведения**

Сопредседатели: Я.И. Гишинский (СИ РАН), М.Е.Позднякова (ИС РАН).

Координатор: Я.И. Гишинский. Email: si_ras@mail.ru Тел.: (812) 316 24 96**Секция 32. Социология правоохранительной деятельности**

Сопредседатели: А.Ф. Майдыков, В.Б. Коробов (Академия управления МВД РФ), А.Г. Кузнецов

Координатор: В.Б.Коробов. Email: victor-korobov@yandex.ru Тел.: (495) 150-3454**Секция 33. Военная социология**

Сопредседатели: В.В. Серебрянников (РАГС), В.Ф.Бондаренко (Военный университет МО РФ).

Координатор: В.В. Серебрянников. Email: patboomnwc@mail.ru Тел.: (495) 757-14-79**Секция 34. Социология здоровья и здравоохранения**

Председатель: А.В. Решетников, И.В.Журавлева (ИС РАН), И.Б. Назарова

Координатор: И.В.Журавлева. Email: zhuriv@mail.ru Тел.: (495) 128-79-07**Секция 35. Экоциология**

Сопредседатели: И.А. Сосунова (МНЭПУ), О.Н. Яницкий (ИС РАН), И.Ф. Халий (ИС РАН)

Координатор: И.А. Сосунова. Email: sosunova@mtu-net.ru Тел.: (495) 950-3188**Секция 36. История и теория социологии**

Сопредседатели: В.П. Култыгин (ИСПИ РАН), А.О. Бороноев (СПбГУ), Е.И. Кукушкина (МГУ), И.Ф. Девятко (ИС РАН)

Координатор: В.П. Култыгин. Email: v_kultygin@mail.ru Тел.: (495) 373-4728**Секция 37. Социология села***Информация о секции находится на доработке*

Сопредседатели: Т. Шанин, А.М. Никулин (МВШСЭН)

Email: shanin@msses.ru**КРУГЛЫЕ СТОЛЫ**

22–23 октября, 19-00 – 21-00

Круглый стол 1. Социологические журналы: главные редакторы, авторы, читателиКоординатор: С.А.Кравченко (МГИМО МИД РФ). Email: sociol@mgimo.ru Тел.: (496) 434-94-26

Участвуют главные редакторы журналов:

- Вестник общественного мнения. Данные. Анализ. Дискуссии (Л.Д. Гудков)
- Вестник РОС (В.А. Мансуров)
- Вестник РУДН, серия «Социология» (Н.П. Нарбут)
- Власть (В. Дзодзиев)
- Журнал исследований социальной политики (Е.Р. Смирнова-Ярская)
- Журнал социологии и социальной антропологии (В.В. Козловский)
- Интеракция. Интервью. Интерпретация (Е.Ю. Мещеркина)
- Личность. Культура. Общество (Ю.М. Резник)

- Мир России: социология, онтология (О.И. Шкаратан)
- Мониторинг общественного мнения (В. Федоров)
- Наука, культура, общество (В.Н. Иванов)
- Политические исследования (И.К. Пантин)
- Социальная реальность (А. Ослон)
- Социологический журнал /Д.Л. Константиновский/
- Социологические исследования (Ж.Т. Тощенко)
- Социология: 4М (Г.Г. Татарова)
- Телескоп: наблюдения за повседневной жизнью петербуржцев (М.Е. Илле)
- Экономическая социология (В.В. Радаев)
- Socio-Logos (Н.А. Шматко)

Круглый стол 2. Анализ как способ существования данных

Сопредседатели: Ю.Н. Толстова (ГУ–ВШЭ), Г.И. Саганенко (СИ РАН, СПб).
Координатор: Ю.Н. Толстова. Email: method@hse.ru Тел.: (495) 152-09-10

Круглый стол 3. Демиурги и акторы виртуализации

Сопредседатели: В.В. Козловский (СПбГУ), В.А. Шилова (ИС РАН).
Координатор: В.А. Шилова. Email: vshilova@yandex.ru Тел.: (495) 128-33-32

Круглый стол 4. Использование времени и повседневная деятельность

Председатель: В.Д. Патрушев (ИС РАН)
Координатор: В.Д. Патрушев. Email: patruhev@isras.ru Тел.: (495) 128-91-05

Круглый стол 5. Изменения трудовых отношений: проблемы и перспектива действий

Сопредседатели: С.Г. Климова (ИС РАН), В.А. Ядов (ИС РАН), М.А. Слюсарянский (Пермский ГУ)
Координатор: С.Г. Климова. Email: sklimova@orc.ru Тел.: (495) 125 79 20

Круглый стол 6. Системная социология: перспективные направления исследований

Председатель: А.А. Давыдов (ИС РАН)
Координатор: А.А. Давыдов. Email: keyly@yandex.ru Тел.: (495) 125-80-19

Круглый стол 7. Социальные инновации и конфликты: проблемы и поиск ресурсов для формирования инновационной активности гражданского общества

Председатель: Л.Н. Цой (МГЛУ)
Координатор: Л.Н. Цой. Email: tsoi@conflictmanagement.ru Тел.: (495) 193-0986.

Круглый стол 8. О результатах исследования проблем «элиты» в современной России

Сопредседатели: Л.Д. Гудков (Левада-Центр), Б.В. Дубин (Левада-Центр).
Координатор: Л.Д. Гудков. Email: gudkov@levada.ru Тел.: (495) 229-38-10

Круглый стол 9. Перспективы социологии коррупции

Председатели: Г.А. Сатаров, В.Л. Римский (ИНДЕМ).
Координатор: Г.А. Сатаров. Email: gas@indem.ru Тел.: (495) 624-2409

Круглый стол 10. Цивилизация в точке бифуркации: социология трансформирующегося общества.

Председатель: А.К. Зайцев (Калужский ГУ)
Координатор: А.К. Зайцев. Email: akz3@yandex.ru Тел.: 8-910-9153264

Круглый стол 11. Об идеологии мегапроектов для России

Председатель: А.В. Рубцов (ИФ РАН).
Координатор: А.В. Рубцов. Email: roubcov@nitr.ru Тел.: (495) 203-01-63

Круглый стол 12. Социология и литература

Председатель: В.Н. Иванов (ИСПИ РАН)
Координатор: В.Н. Иванов. Email: info@ispr.ru Тел.: (495) 234-4735

Круглый стол 13. Социализация молодежи и подростков: проблемы и перспективы

Сопредседатели: Е.Н. Икингрин (НГГУ), Е.И. Пронина (ИС РАН)
Координатор: Е.И. Пронина. Email: pronina@isras.ru Тел.: (495) 128-69-01

Круглый стол 14. Социальная антропология

Председатель: Е.Р. Ярская-Смирнова (ГУ–ВШЭ, СГТУ)

Координатор: Е.Р. Ярская-Смирнова. Email: socant_congress@socpolicy.ru Тел.: (452) 566-755**Круглый стол 15. Гражданская культура студенчества**

Председатель: Ю.Р. Вишневецкий (УГТУ-УПИ, Екатеринбург)

Координатор: Ю.Р. Вишневецкий. Email: ksoc@mail.ustu.ru Тел.: (343) 375-48-22**Круглый стол 16. Российский мониторинг экономического положения и здоровья населения**

Сопредседатели: П.М. Козырева (ИС РАН), М.С. Косолапов (ИС РАН, исслед. центр «Демоскоп»), Я.М. Рощина (ГУ–ВШЭ).

Координатор: П.М. Козырева. Email: pkozyreva@isras.ru Тел.: (495) 125-80-88**Круглый стол 17. Экоантропоцентрическая и семиосоциопсихологическая парадигмы для эффективного взаимодействия социальной науки и общества (VIII Дридзевские чтения)**

Сопредседатели: Т.З. Адамьянц (ИС РАН), Е.М. Акимкин (ИС РАН)

Координатор: Т.З. Адамьянц. Email: scom2008congress@mail.ru, Тел.: (495) 128-3332**Круглый стол 18. Методологические стратегии в социологии. Харчевские чтения (СОЦИС)**

Ведущий: Ж.Т. Тощенко (ИС РАН)

Координатор: Ж.Т. Тощенко. Email: socis@isras.ru Тел.: (495) 120-1050**Круглый стол 19. Основы инновационного метода В.С. Дудченко**

Председатель: Л.Н. Цой (МГЛУ)

Координатор: Л.Н. Цой. Email: tsoi@conflictmanagement.ru Тел.: (495) 718-39-16**Круглый стол 20. Развитие социального дизайна как практики созидующей социологии**

Председатель: А.М. Долгоруков (МГУ, ГУ–ВШЭ)

Координатор: А.М. Долгоруков. Email: am@dolgorukov.ru Тел.: (495) 683-31-07**Круглый стол 21. Интернет-технологии в социологии**

Председатель: А.В. Тихонов (ИС РАН)

Координатор: В.С. Богданов (ИС РАН). Email: bvsd@ttk.ru Тел.: (495) 128-33-32**Круглый стол 22. Местные сообщества и местная власть: типы взаимодействий, способы принятия решений, достигаемые результаты**

Сопредседатели: И.А. Халий (ИС РАН), Е.С. Шомина (ГУ–ВШЭ)

Координатор: И.А. Халий. Email: sekretar@isras.ru Тел. 719-09-40**Круглый стол 23. Власть и общество в РФ: пути преодоления этносоциальных конфликтов в ЮФО**

Председатель: Х.В. Дзутцев (СОГУ, Владикавказ)

Координатор: Х.В. Дзутцев. Email: khasan_dzutsev@mail.ru**Круглый стол 24. «Глобальный мониторинг предпринимательства»: новые данные о предпринимательском потенциале российского общества**

Председатель: А.Ю. Чепуренко (ГУ–ВШЭ)

Координатор: Т.А. Алимова. Email: talimova@rol.ru Тел.: (495) 316 70 64

24 октября, Покровский бул., 11

СТУДЕНЧЕСКАЯ СЕССИЯ

10-00 – 13-00

Сопредседатели: К.В. Сорвин (ГУ–ВШЭ), А.С. Готлиб (СГУ, Самара)

Координатор: К.В. Сорвин. Email: ksorvin@yandex.ru Тел.: 8 916 434 42 75

Заседание 1. Структура и динамика социальных процессов в российском обществе

Заседание 2. Социализация и гражданская активность молодежи и студенчества

Заседание 3. Вузы, рынки труда и молодежь

Заседание 4. Прочее (формулировка будет предложена исходя из сильных поступивших заявок, не попадающих в одно из трех выше указанных заседаний)

IX Международная конференция «МОДЕРНИЗАЦИЯ ЭКОНОМИКИ И ГЛОБАЛИЗАЦИЯ» Москва, 1–3 октября 2008 г.

<http://hseconf2008.hse.ru>

Секция D. СОЦИАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИКИ (СОЦИОЭКОНОМИКА)

Руководители: Л.Я. Косалс, А.Ю. Чепуренко, А.Г. Эфендиев (ГУ–ВШЭ)

Сессия D-01. Модернизация и системные изменения социальной структуры российского общества в ходе реформ – 1 Председатель – Н.Е. Тихонова (ГУ–ВШЭ)

- Р.М. Нуреев (ГУ–ВШЭ). «Россия на пути в постиндустриальное общество: мифологемы и реальность»
- М.А. Шабанова (ГУ–ВШЭ). «Российский бизнес на пути к более цивилизованному?: новое поколение предпринимателей и менеджеров в контексте взаимодействий с властью, бизнесом и обществом»
- В.А. Аникин (ГУ–ВШЭ). «Модернизация российского общества в свете динамики изменения его социально-профессиональной структуры»
- Н.А. Тарасова, И.А. Васильева (ЦЭМИ РАН). «Результаты прогнозирования официальных и скрывааемых социально-экономических показателей в системе НДП («Население, доходы, потребление»»)

Дискуссант – М.Ф. Черныш (ГУ–ВШЭ, ИС РАН)

Сессия D-01. Модернизация и системные изменения социальной структуры российского общества в ходе реформ – 2 Председатель – Е.М. Аврамова (ИСЭПН РАН)

- С.В. Цирель (СПГГИ(ТУ)). «Смена типов потребления как фактор модернизации»
- Е.А. Тарасенко (РГГУ). «Средний класс: современные тренды потребительского поведения»
- С.В. Горюнова (Институт социологии РАН). «Экономические практики и экономическое сознание среднего класса»
- Н.Е. Тихонова (ГУ–ВШЭ). «Состояние здоровья среднего класса в России»

Дискуссант – Л.А. Беляева (ИФ РАН)

Сессия D-03. Развитие предпринимательской активности: Россия в межстрановом сопоставлении (проект Глобальный мониторинг предпринимательства)

Председатель – D. Smallbone (Kingstone University, Great Britain)

- P. Arenius (Turku Business School, Finland). «Comparative study of the entrepreneurial startup process in the GEM countries: Turning potential into entrepreneurial activity»
- N. Bosma (Utrecht University, Niderland). «Determinants of ambitious entrepreneurship in Europe; a multilevel approach»
- O.I. Obratsova (SU HSE). «Entrepreneurial potential of Russian population: some results in 2006-2007»
- O. Verkhovskaya (St. Petersburg University). «Entrepreneurial climate in Russian regions: North-West»

Дискуссант – D. Smallbone (Kingstone University, Great Britain)

Круглый стол D-04. Государственная политика по отношению к предпринимательству в странах ЦВЕ и России: возможности, ограничения, опыт

Ведущий – А.Ю. Чепуренко (ГУ–ВШЭ)

Обсуждаемые вопросы:

- Уроки политики в отношении сектора МСП в 1990-е гг.: что удалось, что нет, и почему в странах с переходной экономикой?
- Каковы «лучшие практики» в странах ЦВЕ?
- Каковы возможности использования опыта с учетом различия рамочных макроэкономических и политических условий для осуществления содействия развитию МСП в странах ЦВЕ и СНГ?
- Возможности влияния экспертного сообщества на реализацию политики содействия развитию МСП в постсоциалистических странах.

Участники: D. Smallbone (Kingstone University, Great Britain), Е.В. Журавская (ЦЭФИР), Т.А. Алимова (ГУ–ВШЭ), С.Р. Борисов (ОПОРА России)

Сессия D-05. Социальная организация бизнеса: управленческая культура

Председатель – А.Г. Эфендиев (ГУ–ВШЭ)

- А.Г. Эфендиев (ГУ–ВШЭ). «Социальная организация бизнеса: анализ российской действительности»
- А.В. Ручин (Саратовский ГТУ). «Образ предпринимателя в среде государственных служащих»
- Е.Ю. Шуткова (МФПА). «Эволюция управленческой культуры в постсоветском обществе. Российский менеджер: вчера, сегодня, завтра»
- А.Л. Темницкий (МГИМО (У) МИД РФ) «Профессиональные качества как фактор достижения в труде наемного работника: социокультурные предпосылки и ограничения»

Дискуссант – В.И. Кабалина (ГМК «Норильский никель»)

Сессия D-06. Социальная организация бизнеса: управление человеческими ресурсами

Председатель – А.Г. Эфендиев (ГУ–ВШЭ)

- Е.С. Балабанова (ГУ–ВШЭ). «Властные отношения в системе управления человеческими ресурсами в организации»
- В.Н. Минина (СПбГУ). «Гуманитарные проблемы внедрения HR-технологий»
- О.И. Зеленова (ГУ–ВШЭ). «Роль и функции службы управления персоналом в российских бизнес-организациях»
- О.Е. Подвербных, С.М. Самохвалова (СибГАУ). «Использование потенциала внешней и внутренней среды при обучении персонала малых и средних производственных предприятий»

Дискуссанты: М.С. Майзенберг («ТЛМ Консалтинг»), Е.В. Шадрин (Пермский филиал ГУ–ВШЭ)

Сессия D-07. Социальные проблемы труда и предприятий

Председатель – Л.А. Хахулина (Левада-Центр)

- И.М. Козина (ГУ–ВШЭ). «Социальные аспекты заемного труда»
- К. Клеман (ИС РАН). «Забастовочное движение сегодня в России: причины, акторы и проблемы»
- Л. Косалс (ГУ–ВШЭ), С. Мизобата (Университет г. Киото, Япония), А. Изюмов (Университет г. Луисвилль, США), Р. Джин (Восточный педагогический китайский университет, Шанхай, Китай). «Взаимодействия рабочих и руководителей на промышленных предприятиях России в контексте международного опыта»
- В.А. Климова (Алтайский ГТУ). «Исследование динамики трудовых ценностей работников как основа построения мотивационного механизма в организации»

Дискуссант – С.Ю. Барсукова (ГУ–ВШЭ)

Сессия D-08. Феномен свободы в условиях глобализации

Председатель – Т.Ю. Сидорина (ГУ–ВШЭ)

- Т.Ю. Сидорина (ГУ–ВШЭ). «Феномен конца труда в обществе потребления»
- В.П. Филатов (РГГУ). «Экономическая свобода в эпоху глобализации. Ведет ли глобализация к кризису либерализма»
- Т.Л. Полянный (ГУ–ВШЭ). «Национализм, свобода и демократия в начале XXI в.»
- В.Д. Губин (РГГУ). «Парадоксы свободы в современном мире»
- М.Ю. Иванов (БИЛАЙН). «Глобализация и роль мобильной связи: ограничения мобильной свободы»

Дискуссант – Е.Р. Ярская-Смирнова (ГУ–ВШЭ, СГГУ)

Постерная сессия D-P1. Методологические проблемы социологических исследований

- С.В. Гуреев (Левада-центр). «Рисуночные методики в социологических исследованиях»
- И.В. Чеховский (Левада-центр). «Непреднамеренные и случайные ошибки при проведении качественных исследований»
- Т.Е. Хавенсон (ГУ–ВШЭ). «Изучение истории науки как основа совершенствования социологического инструментария»
- М.А. Шафир (ГУ–ВШЭ). «Изучение динамики здоровья марки с помощью анализа соответствий»

Постерная сессия D-P2. Раннее предпринимательство: типология, структура, финансирование

- В. Лобачев (ГУ–ВШЭ). «Ранние предприниматели с высоким потенциалом роста: по данным 2006–2007 гг.»
- Л. Мулукова (ГУ–ВШЭ). «Коллективные предприниматели: кто они?»
- Е. Мурзачева (ГУ–ВШЭ). «Неформальные инвесторы и раннее предпринимательство»
- Ю. Филатова (ГУ–ВШЭ). «Параллельное предпринимательство в России»

Секция Е. СОЦИАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА

Руководители: Т.Я. Четвернина (ГУ–ВШЭ), Л.Н. Овчарова (НИСП)

Сессия Е-03. Модернизация здравоохранения: тенденции и перспективы

Председатель – М.Г. Колосницына (ГУ–ВШЭ)

- М.Г. Колосницына, А.В. Мушинкин (ГУ–ВШЭ). «Тенденции и факторы занятости в российском здравоохранении»
- С.В. Шишкин (НИСП), А.Л. Темницкий, А.Е. Чирикова (ИС РАН). «Особенности трудовой мотивации врачей и влияние на нее национального проекта»
- В.Н. Лехан (Днепропетровская государственная медицинская академия). «Здравоохранение Украины: состояние и перспективы развития»
- И.М. Шейман, А.А. Пономаренко (ГУ–ВШЭ). «Роль потребительского выбора на рынках медицинских услуг и обязательного медицинского страхования»
- Л.С. Засимова (МАЦ, ГУ–ВШЭ), Н.А. Хоркина, И.М. Степанов (ГУ–ВШЭ). «Влияние программы дополнительного лекарственного обеспечения (ДЛО) на доступность инновационных лекарственных средств и структуру российского фармацевтического рынка»

Дискуссант – Е.Г. Потапчик (Независимый институт социальной политики)

Круглый стол Е-04. Модернизация российского здравоохранения: 2008-2020 годы

В.И. Шевский, С.В. Шишкин, И.М. Шейман (ГУ–ВШЭ). «Модернизация российского здравоохранения: 2008–2020 годы»

Обсуждаемые вопросы:

- Каковы вызовы системе российского здравоохранения в ближайшее десятилетие?
- Каковы главные направления и механизмы модернизации отрасли?

Сессия E-05. Измерение и анализ социальных процессов

Председатель – М.Е. Баскакова (ГУ–ВШЭ)

- Ю.П. Лежнина (ИС РАН). «Социально-экономические последствия повышения возраста выхода на пенсию»
- Л.С. Ржаницына (ИЭ РАН). «Бюджетирование социальных расходов»
- С.А. Инясевский (ГУ–ВШЭ). «Формирование социально-профессионального слоя менеджеров в современной России»
- Д.А. Смыслов (ГУ–ВШЭ). «Анализ воспроизводства человеческого капитала в контексте социально-групповой и поселенческой дифференциации»

Дискуссант – Т.Я. Четвернина (ГУ–ВШЭ)

Сессия E-06. Социальная защищенность населения: опыт российских и международных исследований

Председатели: Т.Я. Четвернина (ГУ–ВШЭ), S. Clark (Warwick University, Great Britain)

- С. Naval (OECD). «Measuring Social Rights and Democratic Governance: the Metagora Experience»
- Е.В. Виноградова, Т.Я. Четвернина (ГУ–ВШЭ). «Методология и практика исследований социальной защищенности населения РФ: мониторинг и международные сопоставления»
- Т.А. Чадова (ГУ–ВШЭ). «Объективные и субъективные оценки базовой социальной защищенности населения РФ (по материалам исследований 2002 и 2007 гг.)»
- И.М. Козина, Л.Д. Лакунина, П.Г. Смирнов, И.В. Соболева (ГУ–ВШЭ). «Защищенность российского населения в сфере труда (по материалам исследований 2002 и 2007 гг.)»
- K. Katz (Karlstadt University, Sweden), L. Sand (Goeteborg University, Sweden). «Household specialisation and gender equality in transition. Paid and unpaid work of women and men in Soviet and post-Soviet Taganrog»

Дискуссанты: Л.Н. Овчарова (НИСП), M. Lubiova (International Labour Organization)

Сессия E-07. What do microeconomic data tell us about 15 years of transition?

Председатель – S.M. Guriev (NES)

- Denisova (CEFIR, NES). «Russian mortality crisis: evidence from microeconomic panel data»
- T. Frye (Columbia University, USA), I. Denisova (CEFIR, NES), M. Eller (CEFIR), E. Zhuravskaya (CEFIR, NES). «Who wants to revise privatization and why?»
- S. Guriev (NES/CEFIR), E. Zhuravskaya (CEFIR/NES). «(Un)Happiness in transition»

Дискуссанты: C. Sprenger (SU HSE, TBC), R. Enikolopov (CEFIR, Harvard University, USA)

Секция F. СОЦИАЛЬНЫЕ ЦЕННОСТИ

Руководители: Н.М. Лебедева (ГУ–ВШЭ), В.С. Магун (ИС РАН)

Сессия F-01. Общее и особенное в сознании и поведении: российское население сквозь призму Европейского социального исследования

Председатели: В.С. Магун (ИС РАН), В.Г. Андреенков (ЦЕССИ)

- В.Г. Андреенков (ЦЕССИ). «Европейское социальное исследование в России»
- В.С. Магун, М.Г. Руднев (ИС РАН). «Жизненные ценности россиян на европейском фоне»
- Г.А. Монусова (ИМЭМО РАН). «Удовлетворенность работой: межстрановые сопоставления»
- А.В. Андреенкова (ЦЕССИ). «Политические взгляды и участие граждан в политике и общественной жизни в России и других странах Европы»
- С.В. Захаров (ГУ–ВШЭ). «Ценностно-нормативные представления о “расписании” человеческой жизни: сравнение России с другими европейскими странами»

Дискуссант – Е.Н. Данилова (ИС РАН)

Сессия F-02 «Ценности культуры и автономия человека»

Председатель – Н.И. Лапин (ГУ–ВШЭ)

- V. Chirkov (University of Saskatchewan, Canada). «Human Autonomy in the Context of Globalization: its Preconditions and Consequences»
- Н.М. Лебедева (ГУ–ВШЭ). «Ценности культуры и отношение к инновациям»
- М.А. Козлова (ГУ–ВШЭ). «Индивидуальная модернизация: цели, средства, значение»
- Н.И. Лапин (ГУ–ВШЭ). «О методах внутристрановых и межстрановых сопоставлений структуры ценностей населения»
- К.Д. Гарибян (ГУ–ВШЭ). «Социо-культурные факторы адаптации армянских мигрантов в Москве»

Дискуссант – Т.Г. Стефаненко (МГУ)

Сессия F-03. Почетный доклад

Председатель – Н.М. Лебедева (ГУ–ВШЭ)

S. Schwartz (The Hebrew University of Jerusalem). «Cultural Value Orientations: Nature & Implications of National Differences»

Сессия F-04 «Ценности и поведение»

Председатель – И.Б. Назарова (ГУ–ВШЭ)

- Л.Д. Тарадина (ГУ–ВШЭ). «Постиндустриальная филантропия»
- U. Schmidt (University of Kiel, Germany) , C. Koulovatianos (Goethe University of Frankfurt, Germany), C. Schröder (University of Kiel, Germany). «Non-Market Household Time and the Cost of Children»
- И.Б. Назарова (ГУ–ВШЭ). «Здоровье в представлении жителей России»
- А.А. Московская, М.Л. Баталина, Л.Д. Тарадина (ГУ–ВШЭ). «Перспективы развития социального предпринимательства в России (социальное предпринимательство как гибрид бизнеса и НКО)»

Дискуссанты: Ю.В. Латов (Академия управления МВД России), Л.И. Полищук (ГУ–ВШЭ)

Сессия F-05 «Измерения человеческого и социального капитала»

Председатель – А.Н. Татарко (ГУ–ВШЭ)

- Dunayev (Kharkiv Regional Institute of National Academy of Public Administration under Auspice of the President of Ukraine). «Methodical Approaches to Measuring of Human Capital Development»
- А.И. Юрьев, И.С. Бурикова, М.А. Пушкина, М.А. Коновалова, И.Н. Мишучкова (СПбГУ). «Опыт измерения человеческого капитала двух регионов России»
- J. Zweynert (University of Hamburg, Hamburg Institute of International Economics, Germany). «Interest versus Culture in the Theory of Institutional Change»
- А.Н. Татарко, Н.М. Лебедева (ГУ–ВШЭ). «Психологическая структура социального капитала: теоретический анализ и эмпирическое исследование»
- Н.Л. Иванова (ГУ–ВШЭ). «Профессиональная идентичность как фактор конкурентоспособности личности в современном бизнесе»

Дискуссант – Т.А. Нестик (Институт психологии РАН)

Сессия F-06. Человеческий и социальный капитал – 1

Председатели: А.Б. Гофман, А.Н. Татарко (ГУ–ВШЭ)

- Н.В. Латова (ИС РАН). «Институциональный “читинг”, или как воспроизводится социальный антикапитал»
- А.Б. Гофман (ГУ–ВШЭ). «О российских традициях и модернизациях: прошлое и настоящее»
- М.Г. Мацкевич (ИС РАН). «Прозрачность социальных институтов как социокультурная норма и как ценность в условиях российской трансформации»
- Ю.В. Латов (Академия управления МВД России). «Социальный капитал и антикапитал россиян (на примере отношения к коррупции)»

- А.Е. Творогов (Вологодский научно-координационный центр ЦЭМИ РАН). «Социальный капитал северного села: уходящая натура»

Дискуссант – Т.А. Нестик (Институт психологии РАН)

Сессия F-07. Вызовы и перспективы виртуализации в глобализированных системах

Председатели: Н.Е. Покровский (ГУ–ВШЭ), Д.В. Иванов (СПбГУ)

- Н.Е. Покровский (ГУ–ВШЭ). «Пластичная глобализация и виртуальная реальность»
- В.В. Козловский (СПбГУ). «Коммуникативное конструирование как инвариант виртуализации»
- Д.В. Иванов (СПбГУ). «Глэм-капитализм и глэм-наука»
- Т.И. Черняева (ПАГС, Саратов). «Потребление в туризме: глобальные тенденции и перспективы»
- В.В. Шилова (ИС РАН, ГУ–ВШЭ). «Манипуляция в СМК как практика: pro et contra»

Дискуссант – А.В. Шариков (ГУ–ВШЭ)

Сессия F-08. Человеческий и социальный капитал – 2

Председатели: Р.М. Нуреев (ГУ–ВШЭ), Ю.В. Латов (Академия управления МВД России)

- И.С. Бурикова (СПбГУ). «Человеческий капитал как интегральный показатель состояния государства»
- И.Н. Семенов (ГУ–ВШЭ). «Социальный и человеческий капитал: междисциплинарные и рефлексивно-психологические аспекты взаимодействия»
- М.А. Коновалова (СПбГУ). «Связь качества человеческого капитала с психолого-политическим состоянием населения»
- И.Н. Мишучкова (СПбГУ). «Человеческий капитал в психологии и экономике: общее и различное»
- L. Stapley (OPUS), N. Ivanova (SU HSE). «Exploring Societal Culture and its Relevance to Social Capital»

Дискуссант – С.М. Пястолов (РЭА им. Г.В. Плеханова)

Постерная сессия F-P. Анатомия виртуализации

- Д.С. Попов (ГУ–ВШЭ). «Создатели виртуальных миров: социальные характеристики»
- В.Л. Силаева (ГУ–ВШЭ). «Интернет как агент социализации»
- И.В. Коновалова (ГУ–ВШЭ). «Виртуальные сообщества виртуальных игровых миров»
- А.Е. Боклин (ГУ–ВШЭ). «Путешествие в (не)реальность: туризм как сфера виртуального»

Секция G. ДЕМОГРАФИЯ И РЫНКИ ТРУДА В ПЕРЕХОДНОЙ ЭКОНОМИКЕ

Руководители: А.Г. Вишневецкий, В.Е. Гимпельсон (ГУ–ВШЭ)

Сессия G-05 «Мировые и российские демографические прогнозы»

Председатель – С.В. Захаров (ГУ–ВШЭ)

- А.В. Акимов (Институт востоковедения РАН). «Долгосрочный мировой демографический прогноз»
- А.Г. Вишневецкий (ГУ–ВШЭ). «Многовариантный прогноз населения России и демографическая политика»
- С.Я. Щербов (Венский институт демографии, Австрия). «Новый взгляд на перспективы старения в мире»
- Е. Андреев (Институт демографии общества Макса Планка, Германия). «Перспективы снижения смертности в России»

Дискуссант – С.В. Захаров (ГУ–ВШЭ)

Сессия G-06. Мобильность и стабильность на рынке труда – 1

Председатели: В.Е. Гимпельсон, Р. Капелюшников (ГУ–ВШЭ)

- Х. Леман (Университет Болоньи, Италия). «Гендерный разрыв в заработной плате внутри российских фирм: анализ персональных данных»

- С. Koehler (Friedrich Schiller University of Jena, Germany). «The German model of labour market segmentation – tendencies of change in East and West Germany»
- И.О. Мальцева (ГУ–ВШЭ). «Отдача от трудовой мобильности: кто выигрывает от смены места работы?»
- А.Л. Лукьянова (ГУ–ВШЭ). «Исследование мобильности по заработной плате в России: 1998–2006 гг.»

Дискуссант – И.А. Денисова (ЦЭФИР)

Сессия G-07. Мобильность и стабильность на рынке труда – 2

Председатель – С.Ю. Рошин (ГУ–ВШЭ)

- Krause (Friedrich Schiller University of Jena, Germany), T.S. Karabchuk (SU HSE). «Job stability in East Germany and Russia: a comparative analysis using micro panel data»
- Л.И. Смирных (ГУ–ВШЭ). «Удовлетворенность работой: кто выигрывает стабильные или мобильные работники»
- С.А. Солнцев (ГУ–ВШЭ). «Мобильность топ-менеджеров: инсайдеры или аутсайдеры?»
- В.Е. Гимпельсон, Р.И. Капелюшников (ГУ–ВШЭ). «Влияние инфорсmenta трудового законодательства на функционирование региональных рынков труда»

Дискуссант – Г.О. Разумова (МГУ им. Ломоносова)

Секция J. КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ И КОНКУРЕНТНАЯ ПОЛИТИКА

Руководители: Б.В. Кузнецов (Межведомственный аналитический центр), А.Е. Шаститко (БЭА)

Сессия J-01 «Конкуренция и конкурентная политика в глобальной экономике»

Председатель – А.Е. Шаститко (БЭА)

- А.В. Дементьев (ГУ–ВШЭ), А. Yvrande-Billon (АТОМ (Université Paris-1 Panthéon-Sorbonne, France). «Without a map: investment decisions under uncertainty about railway reform in Russia»
- С.Б. Авдашева (ГУ–ВШЭ), А.Е. Шаститко (БЭА). «Опыт стратегического взаимодействия бизнеса и государства в рамках разработки нового антимонопольного законодательства»
- С.А. Лукьянов, Н.В. Кисляк, Е.В. Тиссен (Уральский ГУ). «Рынок авиационных пассажирских перевозок России: квазиконкуренция или...?»

Дискуссант – А.Г. Цыганов (ФАС России)

Круглый стол J-02. Новое антимонопольное законодательство: опыт применения и перспективы развития

Ведущий – А.Е. Шаститко (БЭА)

Обсуждаемые вопросы:

- Новый закон «О защите конкуренции» действует в течение полутора лет (с 26 октября 2006 г.). Почувствовали ли результаты изменений участники рынка? Антимонопольный орган? Судебные органы?
- Главный враг конкуренции – картель. Дали ли новые нормы антимонопольного законодательства возможность лучше бороться с картелями?
- В ноябре 2007 г. на ФАС возложена ответственность за конкурентную политику на рынке электроэнергетики. Поможет ли новый антимонопольный закон в обеспечении конкуренции на рынке электроэнергии?
- Пусть и с трудом, но происходит либерализация назначения цен на регулируемых рынках. Возникает возможность развития конкуренции, но одновременно – возможности ограничения конкуренции. Роль ФАС, в условиях, что большинство дел против «Газпрома» было проиграно?
- Развитие конкуренции является не только задачей ФАС. Важны действия других органов власти. Действия российских исполнительных органов препятствуют или способствуют конкуренции?

Участники: С.Б. Авдашева (ГУ–ВШЭ), И.Ю. Артёмьев (ФАС России), Е.А. Воеводин (Cameron McKenna, НП «Содействие развитию конкуренции»), А.Г. Сушкевич (ФАС России), Н.Е. Фонарева (ТПП России), А.Г. Цыганов (ФАС России), Г.А. Чернышов (НП «Содействие развитию конкуренции»), А.Е. Шаститко (БЭА), Н.И. Клейн (ВНИИСЗ), Г.Е. Авилов (Центр частного права), Ю.Ю. Горячева (Высший арбитражный суд), К.Ю. Тотьев (ГУ–ВШЭ).

Сессия J-03. Диверсификация

Председатель – К.В. Юдаева (Сбербанк России)

- Н.А. Волчкова (ЦЭФИР). «Экономическое развитие, глобализация, и диверсификация экономики»
- В.А. Сальников (ЦМАКП). «Диверсификация и экспортная экспансия промышленных компаний как фактор экономического роста в долгосрочной перспективе»
- К.К. Козлов (ЦЭФИР). «Потенциальные направления диверсификации экспорта России и стран СНГ»
- О.Л. Гаранина (Университет Гренобль-2 Пьер Мендес Франс (Франция)/СПбГУЭиФ). «Диверсификация внешней торговли России: страновые аспекты»

Дискуссант – Б.В. Кузнецов (МАЦ)

Сессия J-04. Производительность и экономический рост на уровне отраслей. Опыт межстрановых сопоставлений стран ОЭСР и возможности России в рамках проекта KLEMS

Председатель – D. Jorgenson (Harvard University, USA)

- П. Хавлик (Венский институт международных экономических исследований, Австрия). «Восстановление темпов экономического роста, рост производительности и спрос на труд в странах Центральной и Восточной Европы»
- И.Б. Воскобойников (ГУ–ВШЭ). «Динамика производительности по видам деятельности российской экономики в системе показателей KLEMS. Результаты предварительного исследования»
- R. Inklaar (University of Groningen, The Netherlands). «EU KLEMS Growth and Productivity Accounts: An Overview»

Дискуссанты: В.А. Бессонов (ГУ–ВШЭ), Б.В. Кузнецов (МАЦ)

Секция К. ФИРМЫ И РЫНКИ

Руководители: Т.Г. Долгопятова (ГУ–ВШЭ), Г.Б. Клейнер (ЦЭМИ РАН)

Сессия К-03. Отраслевые рынки

Председатель – Б.В. Кузнецов (МАЦ)

- С.Ю. Барсукова (ГУ–ВШЭ). «Национальный проект “Развитие АПК” и вызовы глобальной аграрной экономики»
- P.C. Sanders (Burgundy School of Business). «Competitive environment - Foreign retail groups in Russia and the limits of development»
- E. Shulzhenko (Social Science Research Centre Berlin (WZB), Germany). «Restructuring of quality assurance in the Russian automotive industry: the role of OEMs»
- А.П. Батырь (Нижегородский филиал ГУ–ВШЭ). «Диверсификация производства в отраслях российской промышленности»

Дискуссант – В.В. Радаев (ГУ–ВШЭ)

Сессия К-04. Маркетинг и управление цепочками создания стоимости

Председатель – О.А. Третьяк (ГУ–ВШЭ)

- О.А. Третьяк (ГУ–ВШЭ). «Механизм координации спроса и предложения: интеграция управления цепочками поставок и спроса»
- С.П. Куц, М.М. Смирнова (СПбГУ). «Управление взаимоотношениями с ключевыми поставщиками: можно ли анализировать взаимодействие через распределение ответственности?»
- Ю.Ф. Попова (Сыктывкарский ГУ). «Практика управления межфирменными взаимоотношениями в цепочке создания ценности: по материалам отраслевого анализа»
- В.В. Радаев (ГУ–ВШЭ). «У кого власть на потребительском рынке в современной России: что показывает «очная ставка» ритейлеров и поставщиков»

Дискуссант – М.Ю. Шерешева (ГУ–ВШЭ)

Сессия К-05. Практика менеджмента в компаниях: стратегии и поиск конкурентных преимуществ

Председатель – С.П. Семенцов (Группа компаний Energy Consulting)

- А.С. Царьков (Нижегородский филиал ГУ–ВШЭ). «Повышение конкурентоспособности и разработка стратегий развития крупных российских компаний»
- Г.В. Широкова, А.И. Шаталов (СПбГУ). «Характеристики компаний на ранних стадиях жизненного цикла: анализ факторов, влияющих на результативность их деятельности»
- И.С. Неганова (Уральский ГЭУ). «Приоритетные направления повышения конкурентоспособности птицеводческих предприятий»
- А.Е. Сарычев, Н.Н. Бек (ГУ–ВШЭ). «Динамический стратегический анализ: ориентация на устойчивость конкурентного преимущества компании в условиях динамизма и глобализации рынков»

Дискуссант – В.В. Голикова (ГУ–ВШЭ)

Сессия К-06. Отношения собственности и корпоративного контроля в компаниях

Председатель – А.А. Яковлев (ГУ–ВШЭ)

- Е.В. Гоосен, М.О. Злобин, Е.С. Каган (Кемеровский ГУ). «Деформализация российского института банкротства»
- А.Е. Шаститко (БЭА). «Основные тенденции и перспективы развития корпоративного управления в России»
- Л.М. Чеглакова (ИСИТО, Самара). «Профсоюз в транснациональной компании: проблемы и практики работы»
- Л.С. Ружанская (УрГУ им. А.М. Горького). «Развитие внутренних механизмов корпоративного управления в российских компаниях»
- С. Sprenger (SU HSE). «The Determinants of Ownership After Privatization - the Case of Russia»

Дискуссант – F. Sugiura (Teikyo University, Tokyo, Japan)

Сессия К-07. Модернизация институтов корпоративного управления и менеджмента

Председатель – Г.Б. Клейнер (ЦЭМИ РАН)

- Г.Б. Клейнер (ЦЭМИ РАН). «Системный анализ структуры корпоративного управления»
- В.С. Катыкало (СПбГУ). «Крупная корпорация как объект теории стратегического управления»
- И.Б. Гурков (ГУ–ВШЭ, АНХ при Правительстве РФ). «Стратегический процесс в российских компаниях»
- Р.М. Качалов (ЦЭМИ РАН). «Институциональный дизайн риск-менеджмента на российских предприятиях»

Дискуссанты: Т.Г. Долгопятова, Д.С. Шмерлинг (ГУ–ВШЭ)

Секция L. ГЛОБАЛИЗАЦИЯ И РАЗВИТИЕ РЕГИОНОВ

Руководители: А.Г. Гранберг (СОПС, ГУ–ВШЭ), Н.В. Зубаревич (НИСП), К.В. Юдаева (Сбербанк России)

Сессия L-01. Системы городского расселения в условиях глобализации

Председатель – О.И. Шкаратан (ГУ–ВШЭ)

- E. Preteceille (CNRS). «Reconsidering the Global City from the West European Perspective (Переосмысление глобального города с западно-европейской точки зрения)»
- А.И. Трейвиш (Институт географии РАН). «Постиндустриальная экономика и города»
- Н.Ю. Власова (Уральский ГЭУ). «Глобализация и тенденции социально-экономического развития российских городов»
- В.А. Шупер (ИГ РАН), А.А. Важенин (ФГУП «Сведрловскавтодор»). «Синергетический подход к урбанизации»

Дискуссант – С.Н. Смирнов (ГУ–ВШЭ)

Сессия L-02. Трансформация социального неравенства в городских регионах

Председатель – О.И. Шкаратан (ГУ–ВШЭ)

- В.Н. Лексин (ИСА РАН). «Россия – федерация региональных столиц?»
- Т.Ю. Сидорина (ГУ–ВШЭ). «Социальная политика в условиях социального неравенства: перспективы глобализации»
- О.И. Шкаратан (ГУ–ВШЭ). «Распад “нового среднего класса” в России и проблемы формирования слоя информационных производителей»
- Г.А. Ястребов (ГУ–ВШЭ). «Сравнительный анализ социально-профессиональной дифференциации городского населения в России и Европе»

Дискуссант – С.Н. Смирнов (ГУ–ВШЭ)

Круглый стол L-06. Разработка стратегий развития регионов в условиях глобализации

Ведущий – Н.В. Зубаревич (НИСП, МГУ)

Обсуждаемые вопросы:

- Соотношение и взаимосвязи федеральной и региональных стратегий пространственного развития?
- Как согласовать интересы федеральных монополий и регионов?
- Что такое сильная стратегия региона, какой она должна быть?

Участники: А.С. Царьков, А.Г. Максимов (Нижегородский филиал ГУ–ВШЭ), Б.С. Жихаревич (Леонтьевский центр), В.А. Шлямин (МЭРТ), В.В. Мамонова (Харьковский региональный институт Национальной академии государственного управления при Президенте Украины), А.М. Ходачек (СПб филиал ГУ–ВШЭ), И.Б. Скачков, М.Б. Лозовский (Strategy Partners).