



# ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СОЦИОЛОГИЯ

ЕКОНОМИЧЕСКАЯ СОЦИОЛОГИЯ / JOURNAL OF ECONOMIC SOCIOLOGY

Читайте в номере:

Interview with **Katharina Bluhm**.  
Economic Actors and  
Liberal Dependent Capitalism

**Zabaev I.** The Economic Ethics of  
Contemporary Russian Orthodox Christianity:  
A Weberian Perspective

**Родрик Д.** Экономика решает:  
сила и слабость «мрачной науки»

**Кондаков А. А.** Неудобное  
законодательство: почему Гражданский  
кодекс России мешает иностранному бизнесу

**Экономическая  
социология**  
Т. 16. № 4.  
Сентябрь 2015

Электронный журнал  
[www.ecsoc.msses.ru](http://www.ecsoc.msses.ru)  
[www.ecsoc.hse.ru](http://www.ecsoc.hse.ru)

ISSN 1726-3247

#### Адрес редакции

101000, Россия,  
г. Москва,  
ул. Мясницкая,  
д. 20, комн. 406  
тел.: +7 (495) 628-48-86  
email: [ecsoc@hse.ru](mailto:ecsoc@hse.ru)

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

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

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

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

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

Требования к авторам изложены по адресу: [http://ecsoc.hse.ru/author\\_requirements.html](http://ecsoc.hse.ru/author_requirements.html)

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

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

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

Journal of Economic Sociology promotes international standards of research in economic sociology, presenting new research carried out by Russian and international scholars, introducing new books and research projects, and attracting young scholars into the field.

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

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

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

Guidelines for authors: [http://ecsoc.hse.ru/author\\_requirements.html](http://ecsoc.hse.ru/author_requirements.html)



**Journal of  
Economic Sociology**  
Vol. 16. No 4.  
September 2015

Electronic journal  
[www.ecsoc.msses.ru](http://www.ecsoc.msses.ru)  
[www.ecsoc.hse.ru](http://www.ecsoc.hse.ru)

ISSN 1726-3247

#### Contacts

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

**Экономическая  
социология**  
Т. 16. № 4.  
Сентябрь 2015

Электронный журнал  
[www.ecsoc.msses.ru](http://www.ecsoc.msses.ru)  
[www.ecsoc.hse.ru](http://www.ecsoc.hse.ru)

ISSN 1726-3247

Журнал выходит  
пять раз в год:

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

Учредители:

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

Издаётся с 2000 года



НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
УНИВЕРСИТЕТ

## Редакция

**Главный редактор:**  
**Редакторы выпуска:**

**Вёрстка:**

**Корректор:**

**Ответственный  
секретарь:**

**Сотрудники  
редакции:**

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

## Международный редакционный совет

**Ашвин Сара**  
(Ashwin, Sarah)

**Гербер Тед**  
(Gerber, Ted)

**Гусева Аля** (Guseva, Alya)

**Зависка Джейн** (Zavisca, Jane)

**Линднер Петер**  
(Lindner, Peter)

**Сводер Кристофер**  
(Swader, Christopher)

**Якубович Валерий**  
(Yakubovich, Valery)

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

## Редакционный совет

**Богомолова**  
**Татьяна Юрьевна**

**Веселов**  
**Юрий Васильевич**

**Волков**  
**Вадим Викторович**

**Гимпельсон**  
**Владимир Ефимович**

**Лапин**  
**Николай Иванович**

**Малева**  
**Татьяна Михайловна**

**Овчарова**  
**Лилия Николаевна**

**Радаев**  
**Вадим Валерьевич**  
(главный редактор)

**Хахулина**  
**Людмила Александровна**

**Чепуренко Александр Юльевич**

**Шанин Теодор**

**Шкаратан Овсей Ирмович**

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

**Journal of  
Economic Sociology**

Vol. 16. No 4.  
September 2015

Electronic journal  
[www.ecsoc.msses.ru](http://www.ecsoc.msses.ru)  
[www.ecsoc.hse.ru](http://www.ecsoc.hse.ru)

ISSN 1726-3247

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

Establishers

- National Research  
University Higher  
School of Econom-  
ics
- Vadim Radaev



NATIONAL RESEARCH  
UNIVERSITY

## Editors

**Editor-in-Chief:**

Vadim Radaev (HSE, Russia)

**Editors:**

Tatyana Sokolova (HSE, Russia)  
Sarah Busse Spencer (HSE, Russia)  
Maria Mishina (Russia)

**Design and Layout:**

**Proofreader:**

Nadezda Andrianova (HSE, Russia)

**Managing Editor:**

Zoya Kotelnikova (HSE, Russia)

**Editorial Staff:**

Elena Nazarbaeva (HSE, Russia)  
Elena Berdysheva (HSE, Russia)

## International Editorial Council

**Sarah Ashwin**

The London School of Economics  
and Political Science (UK)

**Ted Gerber**

University of Wisconsin-Madison (USA)

**Alya Guseva**

Boston University (USA)

**Peter Lindner**

Goethe University Frankfurt (Germany)

**Christopher Swader**

Lund University (Sweden)

**Valery Yakubovich**

ESSEC Business School (France)

**Jane Zavisca**

The University of Arizona (USA)

## Editorial Council

**Tatyana Bogomolova**

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

**Alexander Chepurenko**

HSE (Russia)

**Vladimir Gimpelson**

HSE (Russia)

**Lyudmila Khakhulina**

Yuri Levada Analytical Center (Russia)

**Nikolay Lapin**

Institute of Philosophy of Russian Academy  
of Sciences (Russia)

**Tatyana Maleva**

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

**Lilia Ovcharova**

HSE (Russia)

**Vadim Radaev** (Editor-in-Chief)

HSE (Russia)

**Theodor Shanin**

Moscow School of Social  
and Economic Sciences (Russia)

**Ovsey Shkaratan**

HSE (Russia)

**Yuriy Veselov**

Saint Petersburg State University (Russia)

**Vadim Volkov**

European University at Saint Petersburg  
(Russia)

## Содержание

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

Владимир Александрович Ядов (25 апреля 1929 — 2 июля 2015) ..... 14

### Тексты на русском языке

#### Расширение границ

*А. А. Кондаков*

Неудобное законодательство: почему Гражданский кодекс России  
мешает иностранному бизнесу ..... 17

#### Новые переводы

*Д. Родрик*

Экономика решает: сила и слабость «мрачной науки» (перевод с англ. *Е. Головляницыной*) ..... 39

#### Дебютные работы

*С. В. Вилло*

Проблема формирования доверия к компании  
в ситуации обеспокоенности заинтересованных сторон ..... 60

#### Профессиональные обзоры

*О. С. Довбыш*

Медиарынки в фокусе социального сетевого анализа ..... 85

#### Новые книги

*Я. М. Рощина*

Как на рынках «особенных благ» формируются суждения о качестве?  
Рецензия на книгу: Karpik L. 2010. *Valuing the Unique: The Economics of Singularities*. Princeton; Oxford. Princeton University Press ..... 108

*Е. С. Бердышева*

Даже и по ГОСТу оценить непросто!  
Рецензия на книгу: Beckert J., Musselin C. (eds) 2013. *Constructing Quality. The Classification of Goods in Markets*. New York: Oxford University Press ..... 118

#### Конференции

*Д. В. Кадочников, Д. Е. Расков*

Экономика пороков и добродетелей  
Международная научная конференция в СПбГУ, 15–16 мая 2015 г. .... 131

XVII Апрельская международная научная конференция  
«Модернизация экономики и общества» в НИУ ВШЭ, 19–22 апреля 2016 г. .... 136

## **Тексты на английском языке / Articles in English**

### **Interviews**

Economic Actors and Liberal Dependent Capitalism.  
Interview with Katharina Bluhm ..... 138

### **New Texts**

*I. V. Zabaev*  
The Economic Ethics of Contemporary Russian Orthodox Christianity:  
A Weberian Perspective ..... 148



# Contents

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

Vladimir Yadov (25 April 1929 — 2 July 2015) ..... 14

## Articles in Russian

### Beyond Borders

*Alexander Kondakov*

The Uncomfortable Law: Why the Civil Code of Russia is a Constraint for International Business ..... 17

### New Translations

*Dani Rodrik*

Economics Rules: The Rights and Wrongs of the Dismal Science (an excerpt) ..... 39

### Debut Studies

*Sofia Villo*

The Problem of Trust in a Situation of Stakeholder Risk Concern..... 60

### Professional Reviews

*Olga Dovbysh*

Media Markets in the Focus of Social Network Analysis..... 85

### New Books

*Yana Roshchina*

How Judgments of Quality are Formed within Markets of Singularities.

Book Review: Karpik L. (2010) *Valuing the Unique:*

*The Economics of Singularities*, Princeton; Oxford: Princeton University Press..... 108

*Elena Berdysheva*

Even with Government Standards — Judging Quality is Hard!

Book Review: Beckert J., Musselin Ch. (eds) (2013) *Constructing Quality.*

*The Classification of Goods in Markets*, New York: Oxford University Press..... 118

### Conferences

*Denis Kadochnikov, Danila Raskov*

Economics of Vices and Virtues

International Academic Conference at Saint-Petersburg State University, May 15–16, 2015 ..... 131

XVII April International Academic Conference on Economic and Social Development at Higher School of Economics, April 19–22, 2016..... 136

## Articles in English

### Interviews

Economic Actors and Liberal Dependent Capitalism. Interview with Katharina Bluhm .....	138
---	-----

### New Texts

<i>Ivan Zabaev</i> The Economic Ethics of Contemporary Russian Orthodox Christianity: A Weberian Perspective.....	148
---	-----



## VR ВСТУПИТЕЛЬНОЕ СЛОВО ГЛАВНОГО РЕДАКТОРА



Уважаемые читатели, вам, конечно, известно, что в 2010 г. журнал «Экономическая социология» в числе первых электронных журналов вошёл в официальный перечень периодических изданий Высшей аттестационной комиссии (ВАК) при Министерстве образования и науки Российской Федерации. Возможно, вы слышали об обновлении этого перечня в 2015 г. и предъявлении дополнительных требований к периодическим изданиям, подлежащим включению в перечень. В связи с этим сообщаем, что мы подаём в ВАК РФ полный пакет документов для подтверждения статуса журнала. Поскольку журнал полностью соответствует всем требованиям, не сомневаемся, что его статус будет подтверждён, и журнал войдёт в новый перечень ВАК РФ.

Теперь представим очередной номер журнала.

В рубрику «**Расширение границ**» мы включили статью *А. А. Кондакова* (научный сотрудник Центра независимых социологических исследований; ассистент профессора факультета политических наук и социологии Европейского университета в Санкт-Петербурге) «Неудобное законодательство: почему Гражданский кодекс России мешает иностранному бизнесу». Основная цель анализа — выявление конфигурации власти через рассмотрение текста Гражданского кодекса РФ. Используются материалы интервью с 17 топ-менеджерами и юристами иностранных компаний из Финляндии, Германии и США, работающих в России. Концептуальный анализ Гражданского кодекса позволяет понять, каким именно образом закон, вместо того чтобы служить инструментом успешного бизнеса, становится барьером в повседневной деловой активности международных компаний.

В рубрике «**Новые переводы**» публикуется первая глава книги *Дэни Родрика* «Экономика решает: сила и слабость “мрачной науки”». Автор утверждает, что сила экономики состоит в сосуществовании множества теоретических подходов, называемых моделями. В публикуемой главе доходчиво и интересно рассказывается о многообразии экономических моделей и способах их наилучшего понимания. Перевод с английского выполнен *Е. Б. Головляницыной*. Фрагмент книги печатается с разрешения Издательства Института им. Е. Т. Гайдара.

В рубрике «**Дебюты**» выходит статья *С. В. Вилло* (аспирантка Высшей школы менеджмента Санкт-Петербургского государственного университета) «Проблема формирования доверия к компании в ситуации обеспокоенности заинтересованных сторон». Цель исследования состоит в определении управленческих практик, усиливающих или подрывающих доверие заинтересованных сторон в ситуации обеспокоенности действиями компании. Проблема рассматривается на примере промышленного освоения Арктики Группой компаний «Газпром». Эмпирическую основу исследования составляют пресс-релизы данных природоохранных организаций и другие архивные документы, касающиеся разработки нефтяного месторождения «Приразломное».

В рубрике «**Профессиональные обзоры**» размещена работа *О. С. Довбыш* (младший научный сотрудник Лаборатории медиаисследований НИУ ВШЭ) «Медиарынки в фокусе социального сетевого анализа». Концентрируя внимание на сетевом подходе, автор предпринимает попытку выяснить, как структурирован медиарынок с точки зрения внутреннего взаимодействия его участников и отношений между ними. На основе обзора литературы выявлено, что сетевая структура медиарынка действительно может быть объяснена особенностями индустрии и медиапродукта. Показано, что медиарынку свойственна большая доля неформальных отношений, позволяющих снизить риски, связанные с невозможностью прогнозирования спроса на культурные продукты.

В рубрике «**Новые книги**» представлены две рецензии на новые работы. Первая рецензия посвящена монографии Люсьена Карпика о рынках «особенных благ» (Karpik L. 2010. *Valuing the Unique: The Economics of Singularities*. Princeton; Oxford. Princeton University Press). Для анализа специфики потребительского выбора высококачественных благ Люсьен Карпик предлагает использовать понятие «особенное благо». Главные характеристики таких благ — многомерность свойств, неопределённость качества и несравнимость между собой. К важным чертам рынка таких благ нужно отнести непрозрачность и оппортунизм, необходимость координационных механизмов, превалирование конкуренции качеств над конкуренцией цен и невозможность объяснить уровень цен балансом спроса и предложения. Рецензия подготовлена Я. М. Роужиной (ЛЭСИ НИУ ВШЭ).

Вторая рецензия обращается к вышедшему в 2013 г. сборнику статей под редакцией Й. Беккерта и К. Мюсселен «Конструирование качества. Классификация благ на рынках» (Beckert J., Musselin Ch. (eds) 2013. *Constructing Quality. The Classification of Goods in Markets*. New York: Oxford University Press). Сборник сфокусирован на процессах социального конструирования критериев качества рыночных благ на современных потребительских рынках и призван внести вклад в корпус исследований, посвящённых механизмам оценивания, классификации и соизмерения. Читателю предлагается задуматься о том, как социальные ценности переводятся в категории рынка, какие акторы этому способствуют, с помощью каких инструментов стабилизируются представления о критериях качества, из-за чего могут возникать разночтения и как они могут быть преодолены. Рецензия подготовлена Е. С. Бердышевой (ЛЭСИ НИУ ВШЭ).

В рубрике «**Конференции**» нас ожидает обзор материалов международной научной конференции «Экономика пороков и добродетелей» (СПбГУ, 15–16 мая 2015 г.). Исследователи из России, Беларуси, Кыргызстана, США, Бельгии, Италии и Финляндии обсуждали вопросы теоретико-методологического осмысления понятий «пороки» и «добродетели» в контексте социального и гуманитарного знания, а также актуальные проблемы государственной политики. Основной акцент был сделан на алкогольную политику в России и других странах. Обзор подготовили Д. В. Кадочников и Д. Е. Расков (оба — доценты СПбГУ).

Мы также анонсируем XVII Апрельскую международную научную конференцию «Модернизация экономики и общества», которая состоится в Москве 19–22 апреля 2016 г. и, как всегда, будет проводиться Национальным исследовательским университетом «Высшая школа экономики» при участии Всемирного банка.

В приложении на *английском языке* в рубрике «**Интервью**» представлена беседа с профессором Катариной Блюм, руководителем Института восточно-европейских исследований Свободного университета в Берлине. Профессор Блюм рассказывает о недавно вышедшей книге «Лидеры бизнеса и новые различия в развитии капитализма в посткоммунистической Европе», которая стала результатом международного исследования предпринимателей и топ-менеджеров Восточной и Западной Германии, Венгрии и Польши. Исследование базировалось на предпосылке о целесообразности возвращения экономических акторов с культурными идеями о том, как должен выглядеть капитализм, в ядро экономико-социологических дебатов о различных моделях капитализма в Европе. Интервью записано З. В. Котельниковой (ЛЭСИ НИУ ВШЭ).

В рубрике «**Новые тексты**» представлена статья И. В. Забаева (доцент факультета теологии Православного Свято-Тихоновского гуманитарного университета, Москва) «Экономическая этика современного российского православия: веберовский подход». Православная экономическая этика анализируется на основе популярной православной литературы, доктринальных текстов, посвящённых социальным и экономическим вопросам, а также на основе данных, собранных в 1999–2004 гг. в ходе этнографи-

ческих экспедиций в восьми монастырях в разных регионах России. Исследование фокусируется на ключевых категориях православной этики — на послушании и смирении.

\* \* \*

Вы наверняка слышали о стремительном развитии в рамках дистанционного образования Массовых открытых онлайн-курсов (Massive Open Online Courses, или MOOCs). Сообщаем, что в настоящее время полным ходом идёт подготовка курса «Экономическая социология» (лектор — В. Радаев). Курс будет размещён на международной платформе Coursera и Российской национальной платформе открытого образования. Мы будем информировать наших читателей об этом проекте.

## VR INTRODUCTORY REMARKS

Dear colleagues, perhaps you are aware that the Journal of Economic Sociology was included in the official list of leading journals of the Higher Attestation Commission of the Russian Federation in 2010. You might have heard that at present this list is being renewed. We are pleased to inform you that we are ready to submit all necessary documents to confirm our continued presence on this list of prestigious journals in Russia. Given that the journal meets all formal requirements, this status should be confirmed.

In the section “Beyond Borders” we present a paper of *Alexander Kondakov* (Researcher, Centre for Independent Social Research; Teaching Assistant, Faculty of Political Science and Sociology, European University at St. Petersburg) “The Uncomfortable Law: Why the Civil Code of Russia is a Constraint for International Business.” The main aim of this article is to uncover a specific configuration of power that is reproduced in the text of the Civil Code. Evidence collected from 17 interviews with top managers and corporate lawyers of international companies from Finland, Germany and USA are used as a data source. A conceptual analysis of the Civil Code of Russian Federation reveals how exactly law turns from a tool encouraging business development into a barrier for the international companies in Russia.

In this issue we present a new Russian-language translation of the first chapter of *Dani Rodrik's* book *Economics Rules: The Rights and Wrongs of the Dismal Science* (2015, W. W. Norton). The author argues that strengths of an economy derive from a multiplicity of theoretical perspectives defined as “models”. In the first chapter he provides a brilliant discussion of a variety of economic models and tools for better understanding them. The book is translated by *Ekaterina Golovlyanitsyna*. This chapter is published with permission from the Gaidar Institute Press.

*Sofia Villo* (Doctoral Student, Graduate School of Management, St. Petersburg State University) presents a paper “The Problem of Trust in a Situation of Stakeholder Risk Concern.” The purpose of this study is to reveal managerial practices that strengthen or undermine stakeholder trust in a company under conditions in which stakeholders perceive risk or risk threats. The question is examined drawing on the example of industrial development of the Arctic by the Gazprom Group of companies. Data was collected from press releases of environmental organizations and other archival documents concerning the development of *Prirazlomnoye* oil field.

*Olga Dovbysh* (Junior Research Fellow, Laboratory of Media Research, National Research University Higher School of Economics) provides a review of literature on “Media Markets in the Focus of Social Network Analysis.” The author describes how media markets are structured in terms of intramarket relations, and what network configuration is typical for media markets. The author argues that the network structure of media markets can be explained by peculiarities of media industries and media products. Media markets are also characterized by developed informal relations reducing risks related to the unpredictability of demand for cultural goods.

The book by *Lucien Karpik*, *Valuing the Unique: The Economics of Singularities* (Princeton University Press, 2010) is reviewed by *Yana Roshchina* (Senior Research Fellow, Laboratory for Studies in Economic Sociology, National Research University Higher School of Economics). Lucien Karpik suggests the concept of “singularity” for analyzing consumer choice of high quality unique goods. The main attributes of “singularities” include multidimensionality, uncertainty, and incommensurability. The important traits of markets for singularities include opacity and opportunism, the necessity for coordination mechanisms, the dominance of quality competition over price competition, and the impossibility to explain price setting with the rules of supply and demand.

The book edited by *J. Beckert* and *C. Musselin* Constructing Quality. The Classification of Goods in Markets (Oxford University Press, 2013) is reviewed by *Elena Berdysheva* (Senior Research Fellow, Laboratory for Studies in Economic Sociology, National Research University Higher School of Economics). The book is focused on the processes of social construction of the criteria for the quality of market goods in contemporary consumer markets. This volume contributes to the body of literature on mechanisms for evaluation, classification, and commensuration. Readers are encouraged to think how social values are translated into market categories, which actors contribute to this process, why there may be discrepancies which and how they can be overcome.

*Denis Kadochnikov* and *Danila Raskov* (St. Petersburg State University) provide a summary of the recent International Academic Conference on “Economics of Vices and Virtues” held at the St. Petersburg State University, May 15–16, 2015. Scholars from Russia, Belarus, Kyrgyzstan, US, Belgium, Italy, and Finland discussed the concepts of vices and virtues in the context of social sciences and humanities, as well as some public policy concerns, in particular the issues of alcohol policy in Russia and other countries.

Dates for the XVII April International Academic Conference “Modernization of Economy and Society” have been announced. It will be held in April 19–22, 2016, hosted by the National Research University Higher School of Economics with support from the World Bank. More information is available at <http://conf.hse.ru/en/2016/>.

### **Texts in English**

Dr. Prof. *Katharina Bluhm*, head of Institute for East European Studies at Free University of Berlin, was interviewed by *Zoya Kotelnikova*. She talked about her recently published book, Business Leaders and New Varieties of Capitalism in Post-Communist Europe (Routledge, 2013). The book is based on a coordinated international survey of entrepreneurs and top managers from East Germany, West Germany, Hungary, and Poland. The book argues that economic actors with their cultural ideas on what capitalism should be brought back into the core of economic sociological discussion of varieties of capitalism in Europe.

*Ivan Zabaev* (Associate Professor, Theology Department, St. Tikhon’s Orthodox University, Moscow, Russia) presents a paper “The Economic Ethics of Contemporary Russian Orthodox Christianity: A Weberian Perspective.” Following the approach Weber uses for describing the “Protestant ethic,” this article analyzes the Russian Orthodox work ethic, or an ethics of economic activity. Russian Orthodox ethics are analyzed using popular Orthodox literature (1990–2004), doctrinal texts on social and economic issues, as well as data collected through ethnographic research in eight monasteries in the Russian Federation from 1999–2004. The discussion in this article centers on obedience and humility as key categories of Orthodox economic ethics.

\* \* \*

You have heard about the rapid expansion of Massive Open Online Courses (MOOCs); this is also spreading widely in Russia. At present a new MOOC “Economic Sociology” (in Russian) is being prepared by Vadim Radaev. This lecture course will be placed on the global platform “Coursera” and on the Russian National Platform of Open Education. We will keep you informed about the status of this project.





## Владимир Александрович Ядов

25 апреля 1929 — 2 июля 2015

Ушёл из жизни Владимир Александрович Ядов.

Ядов особенный человек для всех нас. Хорошие книги пишут многие, а Ядов один. И не хочется говорить «был».

Многие называли его первым российским социологом. Ведь первую социологическую лабораторию он организовал в Ленинграде с А. Г. Здравомысловым ещё в конце 1950-х гг. А в начале 1960-х гг. оказался на обучении в Лондоне и Манчестере (невиданное дело по тем временам!). Впрочем, первый ли по хронологии или не первый, в данном случае не так важно. Куда важнее то влияние, которое он сумел оказать впоследствии на своих коллег и более молодые поколения социологов.

Теодор Шанин в книге «Поколение учителей», выпущенной в 2008 г. Высшей школой экономики, вспоминал тот самый визит Ядова в Англию в 1960-е гг. Пригласивших его британских коллег тогда поразила некая внутренняя свобода, отличавшая Ядова от других приезжавших из Советского Союза. Откуда она взялась, причём задолго до появления благоприятных внешних условий, до конца непонятно. Но она возникла, и эту внутреннюю свободу Ядов пронес через всю свою богатую творческую жизнь.

Летом, перед прощанием с Ядовым, я перечитал ещё раз интервью, которое записал с ним для той же самой книги «Поколение учителей». Он говорил, что в те ленинградские времена, когда всё начиналось, он был правоверным марксистом. Но в противоположность большинству ему хотелось проверить, насколько объявленные принципы перехода к коммунизму осуществляются на деле. И это отличало его от многих других. Отсюда, кстати, возникли и занятия мотивацией.

Он и сам был высокомотивированным человеком. Достаточно вспомнить, как он умел слушать других. Скажем, идёт очередная из бесчисленного ряда конференция, половина участников уже почти спит. А Ядов слушает. Причём не из вежливости: ему ИНТЕРЕСНО, и это было понятно по тем вопросам, которые он задавал.

Удивительно то, что ему не важно было, профессор выступает или студент. Между тем Ядов давно уже был признанным мэтром, одним из отцов-основателей российской социологии. Его демократичность и простота в общении — профессиональном и человеческом, — которые нельзя было не заметить, тоже шли от внутренней свободы.

Ядов не просто слушал. В нём горела некая внутренняя страсть. Зачастую он просто не мог молчать, периодически прерывал докладчика, извинялся и опять прерывал. Но всегда это было доброжелательно, уважительно по отношению к выступавшему, без перехода на личности.

У него было ясное понимание профессионального долга. Например, все последние годы он приезжал на заседания диссертационного совета по социологии в Высшую школу экономики, хотя и совет вроде «не свой», и видно было, что ему уже трудно физически. Но всё равно приезжал и участвовал.

Конечно, очень важно и значимо то, что Ядов сделал как учёный. У него действительно есть свой личный научный вклад, и все об этом знают. Но личность, образ профессионала и человека, в данном случае даже важнее. Для меня, как и для многих, Ядов был образцом для подражания, хотя был он неподражаем. Мне жаль, что молодые не смогут этого испытать.

При встрече, здороваясь, Владимир Александрович часто говорил (немного необычно): «Честь!» Видимо, сокращённое «Честь имею!».

Слово это — честь — ныне устойчиво ассоциируется с ним. Таким мы и будем его помнить.

*В. В. Радаев*



# Vladimir Alexandrovich Yadov

25 April 1929 — 2 July 2015

Vladimir Alexandrovich Yadov passed away earlier this summer. Many considered him the first Russian sociologist. He organized the first sociological laboratory in Leningrad with Zdravomyislov at the end of the 1950s. In the early 1960s, he was in London and Manchester for education (no mean feat at that time!). Whether he was exactly the first sociologist chronologically or not, much more important in this case is the influence he had on his colleagues and on younger generations of sociologists.

Theodor Shanin, in the book “A Generation of Teachers” (Moscow: HSE, 2008), remembered Yadov in England in the 1960s. His British colleagues were impressed by a certain internal freedom which differentiated Yadov from others who traveled from the USSR. It is not clear where this sense of freedom came from, long before the external conditions permitted it, but it was always manifest in Yadov’s rich creative life.

This summer, I again read the interview of his which appeared in the book “A Generation of Teachers.” He said that during those Leningrad years, when it all started, he was a faithful Marxist, but in contrast with the majority, he wanted to examine to what extent the theory of the transition to communism existed in actual fact. This distinguished him from most others and helped explain some of his motivation.

Yadov was a highly motivated person, who also knew how to listen to others. Take another in a long series of countless conferences, where half the participants were already asleep, Yadov would be listening. And not only politely — he was interested, and this was clear from the questions he asked.

It was not important to him whether a professor or a student were speaking. Long after Yadov was acknowledged a “maestro,” one of the father-founders of Russian sociology, his democratic nature and simplicity in relating to others, professionally and personally, was impossible not to notice. This also arose from his sense of internal freedom.

Yadov did more than listen; he had an internal passion. Often he could not stay silent, he would periodically interrupt the speaker, excuse himself, and interrupt again. But it was always good-naturedly, respectfully to the speaker, and never got personal.

He had a clear understanding of professional duty. For example, in these last years he always came to the meetings of dissertation committees on sociology at NRU HSE, although they were not “his” committees and although it became physically difficult. But nonetheless he came and participated.

Of course it is significant what Yadov accomplished as a scientist. He had his own distinct contributions, which many already know. But the person, the image of a professional and a person, in this instance were more important. For me, as for many, Yadov was exemplary, but inimitable. It is a shame that a younger generation will not know him.

Upon meeting someone, Vladimir Alexandrovich would often say, somewhat unusually, “Honor!” It seems it was short for “I have the honor!”

The word “honor” is now unalterably associated with him. And thus we will remember him.

*V. V. Radaev*

## РАСШИРЕНИЕ ГРАНИЦ

А. А. Кондаков

# Неудобное законодательство: почему Гражданский кодекс России мешает иностранному бизнесу<sup>1</sup>



**КОНДАКОВ Александр Александрович** — магистр социологии права, научный сотрудник Центра независимых социологических исследований; ассистент профессора факультета политических наук и социологии Европейского университета в Санкт-Петербурге. Адрес: Россия, 191040, Санкт-Петербург, Лиговский пр., д. 87.

**Email:** [kondakov@cisr.ru](mailto:kondakov@cisr.ru)

*В статье методом деконструкции анализируются концептуальные основания гражданского права в России. Основная цель анализа — выявление конфигурации власти, которая воспроизводится в тексте Гражданского кодекса РФ. Отправная точка анализа — обзор теоретических положений гражданского права, осуществлённый исходя из перспективы социологии права. Для изменения контекста идеалистических конструкторов закона используются материалы интервью с топ-менеджерами и юристами иностранных компаний, работающих в России. В рамках исследования были опрошены 17 корпоративных юристов и топ-менеджеров компаний из Финляндии, Германии и США. Анализ интервью позволяет определить контексты, в которых проблематизируется право, что указывает на способ распределения власти при деловых отношениях между компаниями. В интервью с менеджерами иностранных компаний информанты стремились определить широкий круг препятствий для ведения своего бизнеса. Однако основным ограничительным обстоятельством назывались многочисленные требования российского законодательства, смысл которых с трудом понимается зарубежными предпринимателями и сводится к бюрократическим формальностям. Это даёт возможность посмотреть на текст закона под новым углом — вычленив те фрагменты, в которых государственный аппарат помещается в превалирующую позицию по отношению к частным лицам. На основании такого метода в статье предлагается концептуальный анализ российского Гражданского кодекса, позволяющий определить, каким именно образом закон оказывается не инструментом успешного бизнеса, а барьером в повседневной деловой активности международных компаний в России. Хотя формально Гражданский кодекс содержит положения, которые поддерживают частные отношения и не ограничивают их, за этим фасадом скрывается такая конфигурация власти, которая разрешает государственной бюрократии подчинять гражданский договор собственной воле.*

**Ключевые слова:** гражданское право; международный бизнес; инвестиции в Россию; договор; социология права; деконструкция.

<sup>1</sup> Исследовательский проект поддержан грантовой программой «Международный дискуссионный клуб “Валдай”» в 2012–2013 гг. (Discussion Club Valdai: <http://valdaiclub.com/>). Автор благодарен коллегам — Елене Богдановой, Соили Нюстен-Хаарала и Фредрику Йоргенсону — за совместную продуктивную работу над проектом.

## Введение

Весной 2014 г. состоялась премьера современной экранизации повести «Дубровский» А.С. Пушкина. Сюжет был перенесён в наши дни. Вместо вражды двух помещиков в качестве завязки зрителю предлагается конфликт олигарха и мелкого частного собственника. Как и в классическом произведении, спор между Троекуровым и Дубровским решается в суде. На стороне олигарха — местный государственный чиновник Ганин, обменивающий свои услуги на финансы и благосклонность барина. В его задачи входит «натравить» на Дубровского контролирующие органы власти, способные в рамках своей компетенции найти нарушения в любой области. Когда затея удаётся и дело готово к передаче в суд с очевидным для всех участников исходом, Троекуров звонит чиновнику, чтобы поблагодарить его<sup>2</sup>:

*Ганин.* Всё готово. Всё дело за Вами. Как дадите отмашку, так сразу в делопроизводство.

*Троекуров.* Ловко всё у тебя.

*Ганин.* Да что я. Это всё закон!

Суждение чиновника свидетельствует о том, что его действия по отбору земли у Дубровского не являются противоправными. Напротив, он пользуется правом, удобно предоставляющим ему достаточные полномочия, чтобы осуществить почти любые желания своего патрона. И хотя конфликт формально касается двух частных лиц и их собственности, государственная власть оказывается той силой, которая определяет вектор развития событий конфликта. Фильм может отсылать не только к вымыслу, безусловно, имеющему место, но и к отношениям, питающим тревоги современных предпринимателей: закон не ограничивает государство при регулировании частных сделок, а, наоборот, наделяет его обширной властью, гарантирующей распределение собственности приближённым к государству.

Схожие представления о праве могут иметь реальные менеджеры работающих в России иностранных компаний, чьи мнения были собраны в ходе осуществления научного проекта. Главный исследовательский вопрос, поднимаемый в статье, заключается в том, чтобы определить основания, имеющиеся для того, чтобы считать российское право в области гражданских сделок генерирующим такую конфигурацию власти, которая позволяет использовать его не для защиты частной собственности от вмешательства государства, а для защиты государства от ограничения его компетенций по поводу частной собственности. Базовое предположение состоит в том, что сами принципы регулирующего сделки права содержат положения, обеспечивающие на практике именно такое распределение власти. Анализ права поэтому сводится к тем статьям Гражданского кодекса Российской Федерации (ГК РФ), которые закладывают основы для прочих нормативных актов, регулирующих деловые операции в России.

Следует с самого начала отметить, что исследование не носит компаративистский характер, а потому в тексте не делаются выводы о том, что российское право хуже или лучше регулирует схожие отношения по сравнению с аналогичным правом какой-либо другой юрисдикции. Менеджеры компаний в разных странах часто жалуются на относящиеся к их сфере деятельности законы, и нормы любых государств могут представляться им в той или иной степени «неудобными». Результаты данного исследования могут быть специфичными для России или частным примером более общей ситуации. Для подтверждения того или иного случая необходимо дополнительное исследование. Тем не менее любые предположения о сравнении норм в разных странах в этой статье являются лишь впечатлением, которое может сложиться в результате дизайна исследования, а именно — анализа точки зрения иностранцев на право в России.

Представляемый анализ строится на принципах деконструкции и, таким образом, призван опознать противоречие между регулированием деловых отношений в контекстах, описываемых в интервью с

<sup>2</sup> «Дубровский» (кинофильм), реж.: А. Варганов, К. Михановский. Производство: Твинди, Россия, 2014.

менеджерами иностранных компаний, и теми обстоятельствами, которые структурируют такие отношения в российском праве. Помещение идеалистических норм права в иной контекст помогает поставить вопросы, которые вне такого «наивного» взгляда иностранного бизнесмена остаются непроблематизированными. В этой логике выстроен анализ предлагаемого в статье корпуса интервью с топ-менеджерами иностранных компаний, работающих в России. Перспективы, которыми они делятся с исследователем, — это основа методологии деконструкции, позволяющей отвлечься от привычного восприятия предмета анализа и взглянуть на него другими глазами, чтобы выявить обычно неосознаваемые проблемы.

Иными словами, для того чтобы ответить на вопрос о содержащейся в тексте закона конфигурации власти, сначала понадобится определить конкретные проблемные точки гражданского законодательства как на теоретическом уровне, так и на практике. Обзор теоретических оснований методологии и ранее проведенных исследований, представленный в первом разделе статьи, позволит показать возможные проблемные моменты гражданского права на уровне теории. В то время как анализ интервью с менеджерами работающих в России иностранных компаний, представленный во втором разделе данной статьи, призван определить проблемные ситуации, с которыми встречаются бизнесмены на практике, моменты их «удивления» в новом для иностранцев правовом контексте. В результате анализа будет показано, что право само по себе представляется менеджерам проблемой, поскольку, согласно их оценкам, оно затрудняет их работу, одновременно поддерживая требования государственных органов. Основанием для этих суждений о праве в области ведения бизнеса является концептуальная нормативная база, регулирующая имущественные отношения между лицами, то есть ГК РФ, закладывающий исходные положения любых иных законодательных норм в этой области. Высказывания информантов в заключительной части статьи будут сопоставлены с текстом закона, что позволит наглядно продемонстрировать конфигурацию власти, манифестируемую в законе, но незаметную при его простом прочтении. (Интервью анализируются раньше, во втором разделе, как было отмечено, чтобы обозначить моменты «удивления», оценочные суждения информантов и выделить контексты для дальнейшего анализа текста закона, а затем сопоставить их с формальными требованиями норм права.)

## **Власть и право: герменевтика текста**

Текст закона выстроен на некоторых базовых основаниях, как и любой текст в силу наличия своей заранее заданной аксиоматической структуры [Chomsky 2002], хотя и переменной в результате раскрытия генеративных эффектов скрепляющих структуру элементов [Butler 1990]. Таким образом, в задачи данного анализа входит не выявление многочисленных деталей юридических формальностей, описанных в тексте закона, а обнаружение базовых принципов отечественного гражданского права, определяющих его трактовку и применение (см.: [Fassi 2014: 279–280; Нарваес Мора 2015; Фицпатрик 2015]). Подобные аналитические процедуры известны из работы Джудит Батлер по деконструкции «юридической власти» [Фуко 1996: 184] вообще и уголовного права США в частности [Butler 1997]. Нормы российского права проверяются на концептуальном уровне, что в актуальное время также считается соответствием международным стандартам, то есть общему языку закона, сложившемуся в этой отрасли и признанному международными институтами в качестве «лучших практик» [Циммерман 2007]. Так, осуществляется определение базовых терминов законодательства, описание того, какое место они занимают в тексте закона и как определяются, то есть воспроизводится поверхностный уровень права для дальнейшей деконструкции [Derrida 1992]. Установленные таким образом термины разбираются далее в других контекстах. Данный анализ ограничивается текстом конкретного кодекса, поэтому для рассмотрения берутся новые статьи и главы этого кодекса, а предварительно суждения о них классифицируются при анализе интервью о деятельности менеджеров иностранных компаний, но анализ также может осуществляться при привлечении текстов судебных решений, например.



Ограничение работы текстом одного кодекса вызвано исследовательским вопросом, заключающимся в выявлении базисных оснований существующей конфигурации власти в гражданском праве. Анализ позволяет определить, почему российское право вызывает недоумение, отторжение и расценивается как неудобное для иностранных бизнесменов, проинтервьюированных в ходе работы. Объектом для анализа послужили только тексты законов, собранные в соответствующих разделах ГК РФ, закладывающие основу для прочих норм права в этой области и регулирующие правила договора, поскольку именно свобода договора выражает суть частного права. Следует сразу отметить, что раздел ГК РФ, посвящённый регулированию правил оформления договоров, нельзя считать полным источником юридического знания о договоре в России. Принципиальные и базисные основания договорного права отражены в основных положениях ГК РФ, а также в разделах, посвящённых сделке и обязательствам. Именно эти разделы являются равнозначным материалом для анализа.

Анализ строится на рассмотрении того, какая логика позволила закону возникнуть в той форме, в которой мы видим его сейчас. Любая норма закона не существует сама по себе, поскольку содержание нормы — это не её текст, а следование ей субъектами права<sup>3</sup>. Если закон не исполняется людьми и не учитывается государственными институтами при воплощении своей деятельности, то можно сказать, что такого закона нет [Sarat 1990]. Однако тексты законов могут иметь непосредственное отношение к тому, как организована практика, регулируемая ими [Фуко 1999], поскольку они являются институциональной формой существующих отношений власти и определяются конфигурацией властных отношений в правовых государствах [Фуко 1996: 191]. Законы могут исполняться лишь потому, что они учитывают уже имеющуюся практику и регулируют некоторые отклонения от неё, сдерживая конфликты [Pound 2002], а также потому, что репрессивный бюрократический аппарат заставляет кого-то их исполнять [Вебер 2006]. Наконец, законы могут не исполняться, потому что следование им не имеет смысла, принципиально неосуществимо или не имеет поддержки соответствующих государственных институтов. В данной статье закон понимается как перформативный акт<sup>4</sup>: независимо от исполнимости или исполняемости закона его текст, во-первых, является формой властных отношений и, во-вторых, производит эффекты, как минимум, вербализованные в приведённых ниже интервью. Таким образом, эффект закона не равен постулируемой в нём цели, но всегда существует [Macaulay 1991].

Гражданское право по большей части является частным, то есть регулирующим отношения правоспособных людей между собой. Некоторые области частного права развивались на протяжении веков автономно, независимо от государственных институтов [Ehrlich 1936: 137–139]. Частное право — это право, творимое самими людьми при помощи собственных устных и письменных норм, то есть договоров, ограничивающих свою юрисдикцию отношениями только тех сторон, которые о чём-то условились. В каком-то смысле оно субстанционально перформативно. Наибольшее распространение частное право получило в торговле, поскольку договорённости были востребованы в данной сфере как гарантии одной стороны другой: одна сторона передаёт свою собственность другой стороне только на условиях того, что другая сторона передаст в обмен определённое количество ценностей. Выработанные торговцами средневековой Европы принципы заключения договоров и решения конфликтных ситуаций стали содержанием неформальной системы регулирования их торговых отношений, известной как *lex mercatoria* (коммерческое право), постепенно поглощаемой государством [Michaels 2007]. Правовая монополизация практик (оформление института права) ведётся национальными государствами постоянно [Ehrlich 1936]. Люди действуют в собственных интересах, вырабатывают общие правила игры, вступают в конфликты, а государственное право призвано вписать эти действия в собственную

<sup>3</sup> Дискуссию о специфике судопроизводства в гражданском процессе, например, в отношении государственных органов см.: [Аккуратов 2004].

<sup>4</sup> Такой подход предлагает рассматривать правовой текст как перформативные речевые акты, то есть слова, производящие эффекты фактом артикуляции [Butler 1997].

юридическую логику и обеспечить монополию на регулирование любых возможных отношений между людьми своими законами.

Это противоречие приводит к плюрализации норм, регулирующих частные отношения. Во многих странах сегодня признаются альтернативные способы разрешения конфликтов с помощью медиаторов, третейских судей традиционных общин и даже религиозных деятелей. В России подобная практика также имеет место, однако конфигурация отношений между альтернативными нормативными системами и государственным правом остаётся центрированной на федеральной бюрократии [Forsyth 2007: 75]. Суть частного права на абстрактном уровне концептов всё же выражается в принципиальной разнице между нормами, о которых договариваются люди без участия государства, и Гражданским кодексом, регулирующим эти альтернативные нормы. Данное противоречие выражено в разнице подходов к пониманию договора между условными юристами и условными предпринимателями, или специалистами, применяющими право, и специалистами, выполняющими договорённости. С точки зрения юриста, договор предполагает наличие правовых санкций, которые и обеспечивают выполнение договорённости [Маколей 2014: 374–375]. Успешный менеджер часто смотрит на договор как на последовательность действий, приводящих к результату, о котором договорились стороны [Нааріо 2006; Barton, Нааріо, Vorisova 2015: 21]. Таким образом, конфликт между формой (договорным правом) и содержанием (договорённостью между людьми) является проблематичным контекстом существования гражданского права как такового. И тем не менее наибольшего уровня конфликт достигает в связи не с разницей подходов к праву со стороны юристов и предпринимателей, а с тем, кто «пишет» окончательный текст закона.

Так, дискуссии о значении права при выстраивании стратегий ведения бизнеса в России сводятся к тезису об отсутствии понятных и надёжных законных регуляторов деловых отношений, что, в свою очередь, приводит к воспроизводству альтернативных систем регулирования бизнеса [Волков 1999; Volkov 2002]. В этом смысле отношения между российскими компаниями строятся на признаваемых участниками рынка правилах игры, которые разделяются не только самими бизнесменами, но и государственными органами контроля, готовыми руководствоваться не буквой закона, а, скорее, устоявшейся практикой и институциональной логикой, зачастую не вступающей в противоречие с нормами права [Панеях 2008]. Несмотря на то что альтернативные праву системы часто становятся препятствием для ведения легального бизнеса, они одновременно способствуют обходу неудобных и требующих значительных транзакционных издержек бюрократических формальностей. Более того, поскольку они появляются в качестве альтернативы формальному праву (для устранения транзакционных издержек), они не оформляются в новые нормативные акты (это противоречило бы логике их возникновения). Распространение и восприятие альтернативных норм обеспечивается логикой работы самих органов власти, призванных контролировать соблюдение законодательства [Панеях 2003: 158]. Вступающие в эту игру «инородные элементы» — иностранные компании — не всегда готовы следовать её правилам, поскольку и содержание этих альтернативных нормативных систем, и их основания остаются для многих западных компаний неясными и пугающими. Если формальное право может, в теории, быть приближено к общим стандартам в разных национальных контекстах, то неформальные правила в силу отсутствия кодекса, скорее, будут отличаться друг от друга. Однако, как показывают собранные в рамках исследовательского проекта интервью, не только альтернативные нормативные системы правил пугают иностранцев, но и сам российский закон в той форме, в которой он существует.

Конечно, целью государственного права, регулирующего личные отношения граждан, не является подчинение субъектов права само по себе. Российское гражданское право формально предоставляет свободу договора, а существующие ограничения в нём вербализуются в форме гарантий восстановления прав в судебном порядке. Иными словами, гражданское право обеспечивает правовую рамку для снижения рисков при заключении соглашений. Во-первых, рисков, связанных с невыполнением условий

соглашения ввиду обмана или недобросовестности сторон, то есть нарушения прав. Во-вторых, рисков, связанных с вовлечением в соглашение третьей стороны, которая не имела такого намерения, — другого гражданина или широкой общественности, не включённых в соглашение в момент его составления и, следовательно, не имеющих ни обязательств по этому соглашению, ни выгод от него. Например, в некоторых штатах США продажа автомобиля предполагает волеизъявление обладателя машины и покупателя, обмен автомобиля на деньги в соответствии с договорённостью, выраженной в устной или письменной форме, и простую регистрацию купленного. В то же время в России купля-продажа автомобиля имеет сложную бюрократическую процедуру, связанную с составлением письменного договора, с регистрацией прав собственности в специально организованных государственных органах, с открытием депозита в банке и с иными приготовлениями, составляющими антураж, по сути, простого обмена вещи на деньги. Так, анализ норм права, диктующих подобные условия, необходим прежде всего для понимания степени свободы договора, обусловленной конфигурацией власти при составлении текста закона и репрезентируемой в нём.

Та конфигурация власти, которая представляется в современном тексте ГК РФ и практиках, им регулируемых, проистекает не только из более давних традиций континентального права, но и из советского прошлого [Nystén-Naarala et al. 2015: 118]. Поскольку советской власти был присущ скепсис по отношению к частным интересам граждан и их свободам, есть основания полагать, что государственный подход к распределению полномочий проявляется и в актуальных нормах права, формально описывающих уже иные — капиталистические — отношения. Представленный далее анализ показывает, почему о российском гражданском праве до сих пор следует говорить как о праве, зависимом от государства и предоставляющем государственной бюрократии исключительные права при манипуляциях с частной собственностью. Данное положение дел свидетельствует о поразительной устойчивости конфигурации власти, свойственной советской правовой системе [Jordan 2005: 15, 46].

## **Метод исследования: голос права и человека**

Эта статья — один из результатов исследовательского проекта, посвящённого изучению инвестиционного климата в России. На основе трёх «кейсов» (деятельность компаний из Финляндии, Германии и США, занимающихся бизнесом в России) работающие над проектом исследователи попытались определить выгоды и издержки ведения дела в российском контексте. В рамках проекта в течение 2012–2013 гг. были собраны 17 полуструктурированных интервью с топ-менеджерами и юристами восьми иностранных компаний, работающих в России. Нас интересовали только люди, занимающие высокие должности (ответственные за российский филиал, начальники отделов или служб) и, следовательно, способные принимать самостоятельные бизнес-решения, а также корпоративные юристы, обладающие уникальными функциональными обязанностями в компаниях.

Выбор случаев для анализа обусловлен несколькими обстоятельствами. Во-первых, финские, немецкие и американские компании являются наиболее активными в России представителями иностранного бизнеса [Bogdanova 2015: 124–125]. Во-вторых, при поиске случаев для анализа в Северо-Западном федеральном округе, к которому территориально привязано исследование, разнообразие иностранных компаний было ограничено по сравнению со столичным регионом. Если присутствие финского бизнеса здесь велико в силу близости границ, то компании из многих других стран не обязательно имеют свои представительства в Санкт-Петербурге. В-третьих, на отбор информантов влиял и размер бизнеса. Скажем, практики индивидуальных предпринимателей остаются за скобками исследования, в то время как крупный и средний бизнес попал в выборку. Так, среди проинтервьюированных оказались представители машиностроительной отрасли, менеджеры крупных торговых сетей, участники международного логистического бизнеса и девелоперы. Все собранные материалы были в значительной степени анонимизированы. Для кодирования информации об участниках исследования используются



следующие данные: профессиональный статус, страна происхождения компании, сфера деятельности компании.

В процессе интервью собеседники могли свободно рассуждать на темы, предлагаемые интервьюерами. В путеводитель по интервью были включены вопросы, касающиеся истории компании и положения, занимаемого в ней информантом, договоров, которые компания заключает с российскими субподрядчиками, наиболее типичных ситуаций, с которыми приходится иметь дело. Мы также просили описать обыкновенный рабочий день собеседника. Вопросы об оценках иностранными специалистами работы в России не предполагались, однако сами топ-менеджеры и юристы постоянно давали такие оценки. Интервью проводились на русском и английском языках (интервью, взятые на английском языке, переведены автором этой статьи).

Последующий анализ центрируется на смыслах, которыми информанты насыщали свою речь в беседе с интервьюером. Проговариваемые суждения не полагаются тождественными каким-то событиям в опыте информанта или его (её) действительным оценкам ситуации. Напротив, суждения понимаются в качестве формы высказывания, которая скрывает смысловое содержание. В работе исследуются два аспекта этого содержания: во-первых, выбираются те суждения, которые описывают отношения власти (столкновение интересов, борьба, осмысление рисков и издержек), и, во-вторых, учитывается контекст, в котором эти отношения описываются (будет ли это обсуждение права, партнёрских договоров или организационной структуры компании). Такой приём отвечает задаче выявления механизмов власти и места закона в их регулировании.

Анализ предполагает, что в ходе него будут определены конкретные проблемные точки при ведении бизнеса в России, но не случаи, а общая логика этих затруднений, которые и составляют контекст в интервью, проблематизируемый информантами. Через сравнение собственных культурных установок и нормативных представлений о способах ведения дел в своих странах информанты осмысливают новый опыт, приобретаемый в России. Это ценно для дальнейшего прочтения ГК РФ. Без понимания того, что в законе может быть иначе, его текст может либо представлять собой логичный, законченный и «правильный» корпус норм, либо содержать внутренние противоречия, определить и устранить которые можно в рамках абстрактного правового анализа<sup>5</sup>. Полемика между правовой теорией и практикой правоприменения, таким образом, разрешается через поиск в эмпирических данных вопросов к концептуальному анализу текстов закона. Помещение нормы из сакрального контекста права в обыденное обсуждение в ходе интервью делает закон открытым к критическому переосмыслению.

На начальном этапе анализа текста закона были выбраны концептуальные положения, в основном содержащиеся в разделе первом части первой ГК РФ. В них для дальнейшего использования в других частях кодекса и иных нормативных актах определяются такие концепции, как, например, «свобода договора». Концептуальный уровень предполагается поверхностным, то есть означающим именно то, что сказано. Далее производился глубинный анализ тех статей кодекса, которые отвечали как минимум одному из двух критериев: во-первых, они должны были тематически попадать в обсуждаемые информантами «проблемные» области, и, во-вторых, в тексте статей должны были встречаться рассмотренные на первом этапе анализа концепции. Например, договор между двумя фирмами обсуждался в интервью не как самостоятельное соглашение сторон, а как подверженная влиянию жёстких требований отчётности зона контроля государства. В то же время статьи ГК РФ определяют ограничения свободы договора. Таким образом, на втором этапе анализа необходимо было разобрать все статьи

<sup>5</sup> Существование противоречий проблематично само по себе. Актуальные исследования демонстрируют высокую степень избирательной интерпретации норм права в судах, то есть применение судьями отдельных положений закона вне контекста трактуемой нормы права, что приводит к искажению содержания отдельно взятых положений [Muravyeva 2015: 633–634].

кодекса, посвящённые договору, и выявить вписанные в текст властные отношения, то есть требования, предъявляемые к договаривающимся сторонам более властной инстанцией в форме либо санкций, либо компенсаторных механизмов. Использование той или иной формы также будет указывать на вектор властных отношений, задаваемый в статьях о свободе договора.

## Деловые трудности: от первого лица

Следует сразу отметить, что информанты определили российское право в качестве единственного препятствия в своей работе, то есть контекстом большинства проблем, о которых шла речь в интервью, стал закон. Разговор о праве вёлся в разных терминах, что будет продемонстрировано ниже. Далее будет проанализирована используемая интервьюируемыми лексика для проблематизации различных тем, связанных с препятствиями ведения бизнеса в России. Оценочные суждения позволяют идентифицировать точки эмоциональной вовлечённости, свидетельствующие о сообщении информантом о проблемной ситуации. Важно при этом обращать внимание на контекст сообщения и описываемые властные отношения.

Для многих иностранных инвесторов Россия представляет собой привлекательный рынок и одновременно вызов их деловым способностям. Слово «вызов» особенно подчёркивал менеджер из США, оценивающий деятельность своей компании как ограниченно успешную на российском рынке. Его яркое высказывание характерно для образа мыслей опрошенных бизнесменов о рынке в России:

*Он очень привлекателен и даёт большую прибыль, однако бросает тебе серьёзный вызов (топ-менеджер, США, машиностроение).*

В чём же специфика этого «вызова»? Основные категории, которые проявляются в материалах интервью при описании проблематичных обстоятельств, — это «бюрократия» и «правила игры».

Менеджеры и корпоративные юристы используют схожую лексику при описании российских бюрократических формальностей:

*Это вызывает страх (топ-менеджер, Финляндия, отдых и торговля);*

*Естественно, первая реакция любого иностранного клиента: это кошмар (юрист, Финляндия, торговля).*

Использование лексики с сильной негативной окраской при рассказах о бюрократии связано с непредсказуемостью и неясностью бюрократических требований. С одной стороны, информанты понимают, что соблюдению бюрократических норм придаётся большое значение:

*У нас просто НДС сдаётся коробками, грузится реально, мы заказываем маленький фургончик, чтобы наша бухгалтерия могла сдать НДС... И каждый квартал, который мы закрываем, это просто кучи бумаги (финансовый менеджер, Германия, перевозки);*

*Печать — это волшебная штука. До того, как переехал в Россию, я никогда не видел ни одной печати (топ-менеджер, США, машиностроение);*

*Нужно получить, насколько я помню, как наш бывший директор говорил, порядка 45–50 различных бумажек и разрешений, чтобы это (Установить летнюю террасу для кафе. — А. К.) сделать (топ-менеджер, Финляндия, отдых и торговля).*

С другой стороны, иностранцы, которые ведут бизнес в России, не понимают, для чего необходим такой объём бумажной работы:

*Иностранная компания не подписала акт, потому что для них это было вообще... да, каким-то новшеством подписывать акты (юрист, Финляндия, отдых и торговля).*

Бюрократия становится тем, что следует «преодолеть» (юрист, Финляндия, торговля), однако она «осложняет успех, отнимает слишком много времени» (топ-менеджер, США, машиностроение) и в итоге делает «бизнес бессмысленным» (топ-менеджер, Финляндия, отдых и торговля).

В высказываниях чётко разграничиваются отношения власти: бюрократии принадлежит последнее слово в процессе выполнения какой-либо задачи, в то время как экономические, политические или культурные контексты вообще не проблематизируются. Власть, таким образом, осмысляется как право государства выстраивать через норму закона однозначную иерархию отношений, поддерживающая собственные привилегии.

При обсуждении бюрократических трудностей информанты часто использовали категории, характеризующие время, которое, по их мнению, они затрачивают зря:

*Это было административное производство, да. На нас хотели наложить штраф, но мы всё-таки в течение полутора лет, точнее скажем, года, в течение одного года нам пришлось всё-таки в этом участвовать (юрист, Финляндия, отдых и торговля).*

Одним из способов преодоления бюрократических требований могли бы стать жалобы в суды на органы власти, заваливающие компании бумажной работой. Однако, когда совершается выбор между соблюдением бюрократических формальностей и иском в судебные инстанции, на самом деле менеджеры выбирают между годами отношений с органами контроля и годами судебных тяжб. Результат, таким образом, не оправдывает средства. Как сказал один из менеджеров, «я лучше отступлю» (топ-менеджер, США, машиностроение), то есть он готов пожертвовать финансовой выгодой ради экономии времени, пасуя перед отягчающими транзакционные издержки властными инстанциями.

Неопределённость требований закона и сложные неочевидные формулировки норм права являются одной из причин, по которым юридические службы международных компаний в России возглавляют местные юристы:

*Чтобы быть успешным на этом рынке, необходимо знать российское право на 100 процентов (топ-менеджер, Финляндия, отдых и торговля).*

Это означает, что норма права, как полагается, не может быть дана в тексте закона или домыслена по аналогии с другими рациональными требованиями. Напротив, каждая правовая интеракция понимается как непредсказуемая, а потому недостаточно знать текст закона, но необходимо понимать логику вовлечённых в правовые отношения властных отношений. Таким образом, задачей российских юристов является не только работа с законом: они должны сопоставлять временные издержки с целями и задачами бизнеса, учитывая специфику правовых интерпретаций бюрократическими органами.

Такую ситуацию отражают и другие суждения. По мнению информантов, российский закон одновременно очень жёсткий и слишком мягкий. С одной стороны, он предписывает соблюдать большое количество требований, связанных с контролем над деятельностью компании:

*У нас есть свои стандарты, шаблоны, которые соответственно рассчитаны по законодательству, потому что нас проверяет налоговая инспекция российская, а не другого государства (юрист, Финляндия, отдых и торговля);*

*Российские банки требуют, значит, вот такой договор в такой форме, с такими сведениями, плюс платёжное поручение (юрист, Финляндия, торговля).*

С другой стороны, российское право представляется «нестабильным, генерирующим взяточничество» (топ-менеджер, США, машиностроение) и «в конечном итоге, никогда не применяется» (юрист, Финляндия, отдых и торговля).

Не следует воспринимать эти высказывания буквально. Они свидетельствуют не о том, что закон используется так, как это угодно тому, кто его применяет, но о том, что цель закона сводится не к выполнению нормы бизнесменом, а к реализации нормы чиновником, контролируемым другим чиновником. Отчётность частных компаний создаётся для государственной бюрократии, а не для компаний. Причём речь идёт не только об отчётности в налоговой сфере, но о широком контроле со стороны разных ведомств. В этом проявляется важный властный компонент права — его центрирование на государстве, а не на регулировании отношений между частными лицами. Данная ситуация может быть связана с реальными случаями коррупции или с обыденными сложностями в преодолении бюрократических барьеров, однако она выражается более общим суждением: российское право остаётся **неудобным** для использования в международном бизнесе.

Неудобство, связанное с работой правовых институтов в России, проявляется не только в вербализации конкретных примеров, но и в запросе на кардинальные перемены:

*Правила игры должны быть открытыми и понятными. Работа правительства сильно ограничивает наши возможности вести бизнес, и мы надеемся, что эта ситуация изменится под влиянием (Норм. — А. К.) ВТО (топ-менеджер, США, машиностроение).*

Продолжая свои рассуждения, данный информант сформулировал, каким образом такая ситуация влияет на российский рынок:

*Мы решили прийти (На российский рынок. — А. К.), инвестировать, но мы также решили участвовать лишь в тех сделках, которыми мы можем гордиться. Поэтому мы следуем нашим собственным правилам и преследуем наши собственные, весьма скромные цели (топ-менеджер, США, машиностроение).*

Под формулировкой «сделка, которой можно гордиться» информант подразумевает отказ от участия в неправовых операциях. Иными словами, он одновременно подчёркивает важность права для бизнеса и амбивалентность российского закона, предоставляющего возможности использования власти в неправомочных целях. Потенциал инвестиций, которые готовы привнести иностранные компании в Россию, в значительной степени ограничивается рисками, связываемыми информантами с российским законодательством.

Резюмируя суждения и оценки информантов, следует отметить, что проблематичными они видят сами «правила игры» (нормы, регулирующие их деятельность) и бюрократические требования (формальную отчётность перед контролирующими органами). Обе ситуации имеют непосредственное отношение к праву, поскольку формулируются через закон. Однако, взятые вместе, они указывают на специфику власти, конституирующей право: это приоритет администрирования частной деятельности государ-

ством через формализацию отчётности о выполнении правил ведения бизнеса перед государственными органами. Бюрократия является при такой конфигурации власти конечным адресатом работы частных компаний. При анализе норм права поэтому следует искать то место, которое занимает государство в их регулировании.

Информанты негативно оценили два аспекта российского права, которые для целей дальнейшего анализа будут находиться в фокусе внимания при прочтении ГК РФ: *формализм*, с одной стороны, и *неопределённость требований* — с другой. Таким образом, при более глубоком рассмотрении ГК РФ, являющегося основой регулирования частных отношений между компаниями, следует обратить внимание на статьи, требующие соблюдения формы документов при ведении бизнеса (письменные договоры, разрешения, накладные) и формализации действия (акты, финансовые подтверждения), а также ограничивают ассортимент возможных вариантов действий (валюта расчётов, предмет соглашения и проч.). Что касается правовой неопределённости, то она относится, скорее, к эффекту от существующего текста закона, чем к его конституирующей силе. Неясность требований закона, как может показать дальнейший анализ, проистекает из несоответствия концептуального аппарата ГК РФ содержанию его требований. Так, проанализированные сначала поверхностный уровень и затем более глубокий позволят, при сравнении, продемонстрировать диссонанс между используемыми в разделе первом ГК РФ правовыми концепциями и предметом, подлежащим регулированию в последующих разделах, что отражает суть заявляемой информантами неопределённости.

## Власть права: гражданский закон в России

### *Уровень текстовой поверхности*

ГК РФ состоит из четырёх частей, семи разделов и 1551 статьи. Части ГК РФ принимались Государственной думой в 1994, 1995, 2001 и 2006 гг. В 2008 г. было принято решение реформировать ГК РФ. Большая доля изменений должна затронуть обсуждаемые в анализе части<sup>6</sup>. Изменения ГК РФ коснутся важных вопросов дальнейшего развития свободного рынка — сближения законодательства Европы и России, с одной стороны, и России и СНГ — с другой; обеспечения стабильности гражданского законодательства и в то же время внедрения толкований норм права российскими судами. Так или иначе, сложно представить себе, чтобы уже имеющиеся основы норм ГК РФ были опровергнуты нововведениями, поскольку это базовые концепты гражданского права в большинстве стран мира.

Смысл гражданского закона в России — гарантировать соблюдение прав каждой из сторон частного договора при помощи юридических механизмов, доступных государству. Основное внимание регулирования сводится к формированию правил вокруг сделок, то есть договорённостей по поводу передачи товаров, вещей и услуг одной стороны за вознаграждение (или безвозмездно) другой стороне. Собственно, границы между договором и сделкой в российском гражданском праве размыты: с одной стороны, договор — это соглашение между двумя или несколькими сторонами (ст. 420, п. 1); с другой стороны, к договорам применяются правила, установленные законом для сделок и обязательств по сделкам (ст. 420, пп. 2, 3). Общим местом пересечения всех этих концептов остаётся частная собственность, поскольку именно по её поводу заключаются соглашения (договоры, контракты), а также образуются обязательства и права, которые реализуются во взаимовыгодной сделке.

В современной ситуации большое значение в правотворчестве играют международные институты, производящие юридические нормы на глобальном уровне. Их содержание часто сводится к постули-

<sup>6</sup> См. «Проект федерального закона о внесении изменений в Гражданский кодекс Российской Федерации...». Опубликовано на сайте Арбитражного суда (URL: <http://www.arbitr.ru/press-centr/news/31202.html>).



рованию принципов *lex mercatoria* в формальном правовом тексте. Эти принципы кодифицированы в ряде международных документов. Среди наиболее значимых следует назвать «Принципы международных коммерческих договоров УНИДРУА»<sup>7</sup> (далее — УНИДРИА), «Венская конвенция ООН» (ЮНСИТРАЛ<sup>8</sup>) и «Принципы европейского контрактного права». Данные конвенции объединяют в своих текстах обычаи и «лучшие практики» *lex mercatoria* по унификации оснований частного права и принципов торговли в мире. Поскольку российское законодательство является основным источником права в нашей стране, оно эксплицитно утверждает юрисдикцию обычаев и лучших практик в текстах законов:

Обычаем признаётся сложившееся и широко применяемое в какой-либо области предпринимательской или иной деятельности, не предусмотренное законодательством правило поведения независимо от того, зафиксировано ли оно в каком-либо документе (ГК РФ, ст. 5).

Применение обычаев ограничено законом (самим ГК РФ, в частности) и условиями договора. Таким образом, превалирующей нормой остаётся текст закона. Международные конвенции, напротив, не только являются кодифицированными в относительно свободной форме обычаями и лучшими практиками торговли, но и эксплицитно подчёркивают их превалирующее значение (см., например, статью 1.8 УНИДРУА или статью 1.103 «Принципов европейского контрактного права»). Конечно, международные конвенции имеют иные по сравнению с национальным кодексом задачи и свойства; их основная цель — давать рекомендации и ориентиры для национальных правовых конфигураций. Отечественный кодекс работает в других контекстуальных обстоятельствах, у него своя историческая подоплёка.

Источник правовых норм — это не только буква закона, но и определённая культура, сложившиеся практики, государственная воля и разделяемые в международной практике принципы. Эти параметры диктуют финальные словесные формулировки правовых норм. Следует иметь в виду, что данные параметры в совокупности составляют основания для появления текста закона. В частном праве выделены несколько базовых принципов, тем или иным образом присутствующих во всех релевантных правовых документах, касающихся торговли. Эти принципы эксплицитно заявлены в упомянутых выше международных конвенциях, а также вписаны в текст ГК РФ. Итак, российское гражданское право базируется на *добросовестности, намерении, разумности* вступающих в отношения сторон и на *свободе договора*.

**Добросовестность** (*bona fide*) означает, что стороны заключают договор, руководствуясь чистыми побуждениями, и не стремятся извлечь собственную выгоду путём ущемления прав другой стороны. Добросовестность противопоставляется злему умыслу. ГК РФ основан на концепции добросовестности, которая эксплицитно представлена в статье 1 и противопоставляется «недобросовестности»:

3. При установлении, осуществлении и защите гражданских прав и при исполнении гражданских обязанностей участники гражданских правоотношений должны действовать добросовестно.

4. Никто не вправе извлекать преимущество из своего незаконного или недобросовестного поведения.

**Намерение** — это выражение собственной воли для вступления в договорные отношения, фактические интенции сторон участвовать в совместной деятельности, сотрудничестве. Намерение может так-

<sup>7</sup> Принципы УНИДРУА — свод правил в торговле, подготавливаемый Международным институтом по унификации частного права в Риме.

<sup>8</sup> Арбитражный регламент для решения споров между субъектами права в коммерции.

же служить основанием для трактовки неясных условий договора через интерпретации этих условий, исходя из заявленных сторонами целей. Намерение основывается на указании того, что какое-либо действие желаемо той или иной стороной, то есть в намерении проявляется воля стороны:

2. Граждане (физические лица) и юридические лица приобретают и осуществляют свои гражданские права своей волей и в своём интересе (ст. 1).

2. Сделка, которая может быть совершена устно, считается совершенной и в том случае, когда из поведения лица явствует его воля совершить сделку (ст. 158).

**Разумность** предполагает оценку ситуации сторонами, обусловленную причинами (*ratio*): в момент заключения договора они имеют основания полагать, что способны выполнить его условия, а также осознают возможные риски. Разумные стороны взвешивают «за» и «против» для принятия решений, поэтому данный принцип сочетается с пониманием ими рисков, которые в логике авторов ГК РФ ассоциируются с предпринимательской деятельностью (ст. 2). ГК РФ прямо указывает на разумность как на один из основных принципов гражданского права в статье 10:

5. Добросовестность участников гражданских правоотношений и разумность их действий предполагаются.

Разумность также является важным атрибутом многих условий договора — цены (ст. 524, 738), расходов (ст. 520, 530), сроков реализации условий договора (ст. 314, 345, 375). Однако в этом случае речь чаще идёт об установлении цены, сроков или объёма расходов тогда, когда они не предусмотрены законом или договором сторон. Иначе говоря, требование разумности предъявляется третьей стороне (суду) при разрешении возникшего конфликта.

**Свобода договора** — пожалуй, наиболее важный принцип гражданского права, определяющий сущность частных правовых отношений между людьми и юридическими лицами. Именно свобода является основой возникновения новых прав и обязательств, в которые по собственной воле вступают договаривающиеся добросовестные стороны, руководствуясь разумными мотивами. На свободе договора базируются либертарианская экономика, свободный рынок и *laissez-faire*<sup>9</sup>. В самом общем виде свобода договора представляет собой право вступать или не вступать в соглашение, а также право выбора, с кем и на каких условиях это делать. При этом в идеале государственное регулирование ограничивается охраной прав собственности и защитой от вмешательства третьих лиц в частные дела. В ГК РФ свобода договора является базовым принципом, декларируемым в первом абзаце статьи 1:

1. Гражданское законодательство основывается на признании равенства участников регулируемых им отношений, неприкосновенности собственности, свободы договора, недопустимости произвольного вмешательства кого-либо в частные дела, необходимости беспрепятственного осуществления гражданских прав, обеспечения восстановления нарушенных прав, их судебной защиты.

Данный абзац обращается к основным условиям свободы договора: равенство сторон, неприкосновенность частной собственности, недопустимость вмешательства третьих лиц. Кроме того, в абзаце описывается функция государственного регулирования, ограничивающаяся обеспечением защиты прав через суд. Если бы ГК РФ ограничивался абзацем первым статьи 1, можно было бы сказать, что Россия обеспечивает либертарианскую модель свободного рынка. Более того, кодекс прямо запрещает «наибольшее зло» при осуществлении свободных частных правоотношений — монополию (ст. 10).

<sup>9</sup> Принцип невмешательства в частные дела (*франц.*).



Статья 421 эксплицитно раскрывает понятие «свобода договора» в том виде, в котором его предлагают отечественные законодатели. Данная статья фокусируется на свободе как выборе, заключать договор или нет, выборе формы договора, выборе условий и содержательной части договора. Следует сразу отметить, что статья 421 также выставляет определённые рамки свободе договора, но об этих рамках речь пойдёт в следующем разделе.

Необходимо обратить внимание на то, что российский Гражданский кодекс добавляет в список принципов ещё один элемент — **неравенство**. Российский законодатель учёл, что позиции сторон того или иного соглашения могут быть неравными, и стремится гарантировать соблюдение равноправия при заключении договора. В статье 1 отмечается:

Гражданское законодательство основывается на признании равенства участников регулируемых им отношений.

Безусловно важный и действительно актуальный вопрос неравенства сторон раскрывается в ГК РФ лишь частично, никаких особых гарантий из постулирования неравенства не вытекает. Однако законодатель счёл необходимым поставить данный вопрос на повестку дня, чтобы иметь в виду неравное положение участников договора в дальнейших интерпретациях гражданского права судами и гражданами.

Таким образом, принципы ГК РФ полностью соответствуют концептуальным основам, которые следует ожидать в подобном правовом тексте. Никаких особых концепций или положений кодекс не содержит; не предполагает он и осуществления предпринимательской деятельности только в рамках, например, традиционного хозяйствования (см.: [Soto 1989]) или исключительно семейных наделов; на концептуальном уровне не указывает на превалирующую роль государства при осуществлении частных отношений. Почему в этом случае иностранным менеджерам закон кажется необычным?

### *Глубинный уровень*

Из материалов интервью и анализа закона, предложенных выше, следует, что информанты ошибаются в своих оценках российского законодательства. Все основные принципы, в том числе используемые в международном праве и сами нормы этого права, интегрированы в основополагающие рамки ГК РФ. Однако текст предполагает и важные ограничения, которые, если сопоставить их с материалами интервью, составляют основное реальное содержание гражданского права, поскольку формулируют конфигурацию власти, позволяющей подчинять любые отношения единственной инстанции — государственной администрации. Это обеспечивается предусмотренными кодексом ограничениями соглашений и процессов, связанных с выполнением условий договора.

Как уже отмечалось, право обычая в торговых отношениях имеет большое значение для формулировки государственных законов, регулирующих коммерцию. Принципиальные основы такого права кочуют из текста в текст, чтобы оправдать и придать значение национальным гражданским кодексам. Более того, обычное коммерческое право активно используется сторонами соглашений, судами и специалистами по внесудебному разрешению споров для трактовки конкретной ситуации правоотношений по договору. Российский Гражданский кодекс, с одной стороны, учитывает принципы *lex mercatoria* для формирования основ отечественного гражданского права, а с другой стороны, напрямую ограничивает применение обычаев и лучших практик на местном рынке. «Обычаи делового оборота» могут использоваться участниками, если они соответствуют критериям статьи 5 ГК РФ, и только в том случае, если не противоречат закону или договору.

Схожая ситуация свойственна применению в ГК РФ концепции добросовестности. Следует отметить, что слово «добросовестность» появляется в тексте в тех случаях, когда речь заходит об участниках частных сделок — о приобретателе прав (ст. 302) или о владельце собственности (ст. 303). При этом добросовестность имеет превалирующее значение для определения действительности соглашения между сторонами и вменяет ответственность за нарушение контракта тому лицу, *«которое знало или должно было знать, что его владение незаконно»* (ст. 303). Таким образом, добросовестность, скорее, можно определить как невиновность перед законом, чем как добрые намерения частных участников правовых отношений. А недобросовестность является в этом случае виной. Иначе говоря, добросовестность — это не основание гражданского права, а обстоятельство, которое необходимо доказать в суде, чтобы снять с себя вину.

Если принципиальные основы частного права, на которых зиждется суть идеи невмешательства государства в частные дела договаривающихся людей, не имеют реальных правовых механизмов поддержки, следует заключить, что закон составлен таким образом, чтобы обеспечить иные основания и другие эффекты. Представляется, что эти основания поддерживают не индивидуальные права и свободу договора частных лиц, не регулируемый «свободный» рынок и принципы невмешательства в частные дела, не презумпцию разумности участников коммерческих отношений, а власть государственных институтов диктовать исключительные условия формально свободных отношений между физическими и юридическими лицами. В тексте закона данное положение подтверждается эксплицитно:

К имущественным отношениям, основанным на административном или ином властном подчинении одной стороны другой, в том числе к налоговым и другим финансовым и административным отношениям, гражданское законодательство не применяется, если иное не предусмотрено законодательством (ст. 2).

В данном случае речь идёт об отношениях между частными лицами и государственными налоговыми органами и потому данное положение оправданно, однако неполный список «других административных отношений» сам по себе является сомнительным начинанием. Хотя ГК РФ прямо указывает на *«недопустимость какого-либо вмешательства в частные дела»* (ст. 1), нормы закона при этом очевидно производят такое вмешательство через жёсткое регулирование документальной отчётности. Более того, список случаев, которые оправдывают вмешательство государства, остаётся открытым. Даже при том, что эта норма формально касается отношений между частными лицами и бюрократией, она принципиальным образом переворачивает иерархию власти гражданского права, и вместо отношений между лицами возникают отношения между бюрократией и всеми остальными. Такая конфигурация власти подрывает правовой смысл гражданского права, поскольку позволяет оформить отношения между частными лицами как отношения в рамках общей бюрократии и тем самым вмешиваться в частные отношения с вариативными, зависящими отнюдь не от права эффектами.

Статья 10 задаёт пределы осуществления гражданских прав, и, как и следует ожидать, формально государство не является источником этих пределов. В тексте статьи государственные органы лишь предоставляют гарантии по защите нарушенных прав в том случае, если лицо требует такой защиты через суды. Статья 421 («Свобода договора») явным образом обнаруживает ограничения, которые накладываются государством на соглашения между гражданами:

Условия договора определяются по усмотрению сторон, кроме случаев, когда содержание соответствующего условия предписано законом или иными правовыми актами.

В случаях, когда условие договора предусмотрено нормой, которая применяется постольку, поскольку соглашением сторон не установлено иное (диспозитивная норма), стороны могут

своим соглашением исключить её применение либо установить условие, отличное от предусмотренного в ней. При отсутствии такого соглашения условие договора определяется диспозитивной нормой.

С одной стороны, условия договора определяются участниками соглашения. С другой стороны, условия не могут противоречить закону, который ограничивает их при помощи диспозитивных (нужно специально оговаривать, что нормы исключаются из условий) и императивных (обязательных для любого договора) норм. Следует иметь в виду, что условия договора чаще определяются законодательством. При этом большую часть условий составляют императивные нормы, которые вообще невозможно исключить:

Договор должен соответствовать обязательным для сторон правилам, установленным законом и иными правовыми актами (императивным нормам), действующим в момент его заключения (ст. 422).

Более того, императивные нормы устанавливаются не только ГК РФ, но и другими законами и подзаконными актами. Среди наиболее существенных следует назвать требования расчётов в национальной валюте (ст. 317), расписки и акты выполненных работ (ст. 408), письменные формы акцепта (ст. 445). Все эти условия имеют к бизнесу меньше отношения, чем к отчётности контрольных органов в рамках своей бюрократической структуры. Вопрос о том, что является предметом регулирования ГК РФ, поднятый при анализе интервью, таким образом, вновь возникает при анализе текста закона.

Закон устанавливает существенные условия договора, которые вообще позволяют говорить о том, является ли какой-либо документ действительным договором. Эти условия устанавливаются самим же законом (ст. 432). Кроме того, предусмотрена процедура государственной регистрации договора, без которой определённые типы соглашений не признаются (ст. 433). Данные обстоятельства делают природу договора исключительно легалистской, жёсткой и несвободной.

ГК РФ предоставляет именно государству с его судебными инстанциями и органами контроля широкие полномочия для регулирования соглашений, вплоть до возможности изменять условия в уже имеющемся договоре (ст. 451, п. 4). Более того, закон эксплицитно ограничивает форму сделки (договора). С одной стороны, сделки могут совершаться устно и в двух разных письменных формах — простой и нотариальной (ст. 158). С другой стороны, закон выставляет определённые требования к формам сделки таким образом, что устную сделку можно совершить лишь в малозначительных случаях. Более того, требования к форме письменных сделок также весьма конкретны: наличие печати, бланка, необходимых условий и т. п., что в значительной мере ограничивает круг сделок, совершаемых в простой письменной форме.

Таким образом, использование концепций гражданского права в ГК РФ, направленных на регулирование деловых отношений между частными лицами, и указанные в нём же полномочия государственных органов, регулирующие бюрократические формальности частных отношений, пересекаются. При этом именно полномочия чиновников риторически вербализируются в форме конкретных запретов или ограничений, что обеспечивает иерархический порядок, в котором государственные органы ставятся выше частных лиц. «Удивление» и даже страх перед бюрократией, о которых говорили информанты, опрошенные в ходе исследования, маркируют степень, в которой власть при ведении частных сделок принадлежит не менеджерам компаний, а государственным чиновникам. ГК РФ позволяет совершать нормотворчество, которое воспроизводит эту конфигурацию власти, не предлагая ограничений для бюрократии, но, напротив, устанавливая их для действий частных организаций. Иными словами, если концепции гражданского права, в том числе используемые в ГК РФ, призваны сделать правила игры

предсказуемыми для предпринимателей, то остальные проанализированные требования кодекса призваны сделать предпринимательскую деятельность предсказуемой для чиновника — через отчётность, подотчётность и контроль.

## Заключение

Целью этой работы было выявление конфигурации власти, которая обнаруживается в текстах законов, регулирующих деловые отношения в России, и имеет *эффекты* на ведение бизнеса. Исходя из теоретических предпосылок о том, что частное право является законом, который творят сами люди при помощи договоров, а государство вмешивается в эти отношения лишь для регулирования конфликтов, было указано, что степень влияния бывает разной и отражает форму властных отношений. Для исследования властных отношений методом деконструкции моменты эмоциональной вовлечённости разбирались на материалах интервью с точки зрения контекста, в котором такие моменты возникают, и властных отношений, на которые они указывают. Тем самым идеалистический конструкт права помещался в новые обстоятельства — обсуждение практических задач бизнесменов, — что позволило описать законы в терминах бюрократических препятствий, временных затрат, злоупотреблений и проч. Несмотря на то что суждения менеджеров не принимаются на веру, эмоциональность, в которую окрашены формы их словесного выражения, сообщает о проблемном распределении власти от государства к бизнесу в частных сделках. Вместо обсуждения конфликтов между сторонами договора информанты почти полностью посвятили время интервью обсуждению бюрократических препятствий в их работе.

Анализ интервью позволил при разборе ГК РФ обратить внимание на то, каким образом концепции частного права ограничиваются в пользу государственной бюрократии. Хотя формально договор между частными лицами гарантируется правом, базисные свободы эксплицитно отягчаются жёсткими рамками, в которых государственному аппарату принадлежит последнее слово при определении условий частных отношений. Это прежде всего проявляется в оформлении интеракций между частными лицами бюрократическими отношениями — отчётной документацией перед государственными инстанциями, направленной не на гарантии свобод договора, а на внутрибюрократическое распределение ответственности между чиновниками разных ведомств, судами и другими государственными органами. Таким образом, конфигурация власти, выявленная при анализе частных отношений, заключается в поддержке её (власти) единственного источника — государства.

Данное обстоятельство имеет непосредственное отношение к деловым интеракциям между компаниями, особенно между иностранными компаниями. Если российские предприниматели могут полагать сложившиеся правила привычными и прибегать к альтернативным регуляторам отношений друг с другом, то иностранный бизнес смотрит на сложившуюся ситуацию как на препятствие в бизнесе. Этим может объясняться высказанное в интервью стремление ограничивать деловые сделки на российском рынке минимальным количеством, снижая прибыли и обороты иностранных компаний для экономии на транзакционных издержках и для защиты компании от угрозы вмешательства органов государственной власти, ожидаемой на любом этапе ведения бизнеса. Данные выводы следует проверять на больших массивах данных в будущих исследованиях.

Концептуальные основы ГК РФ требуют пересмотра для перераспределения власти. Центрирование гражданского закона на власти государственной бюрократии не позволяет развиваться частным отношениям, делает текст закона насыщенным внутренними противоречиями, поощряет злоупотребления. Дальнейшие исследования могут подтвердить или опровергнуть этот вывод через анализ судебных решений, отношений бизнеса и власти, анализ других кодексов (например, Налогового кодекса РФ) в части их ограничения частных отношений через бюрократические требования. Такая работа могла бы выявить конкретные нормы права, требующие изменения во имя обеспечения более свободного пред-

принимательства с учётом неравенства сторон и других принципов гражданского права. Если предположить, что советское прошлое — это основная причина, по которой закон отдаёт привилегированное положение только государственной административной власти, то требуется также анализ «пережитков» СССР в современных правовых нормах и их применимости к имеющимся сегодня отношениям, регулируемым правом. Сравнительный анализ правовых механизмов в других юрисдикциях способен также определить конкретные направления реформ, которые необходимо предпринимать, опираясь на всесторонние исследования.

## Литература

- Аккуратов И. 2004. Некоторые особенности производства по делам об оспаривании актов власти по новому Гражданскому процессуальному кодексу РФ. *Арбитражный и гражданский процесс*. 3: 37–39.
- Вебер М. 2006. Политика как призвание и профессия. *Избранное: протестантская этика и дух капитализма*. М.: РОССПЭН; 485–528.
- Волков В. 1999. Силовое предпринимательство в современной России. *Социологические исследования*. 1: 56–65.
- Маколей С. 2014. Неконтрактные отношения в бизнесе. В сб.: Панеях Э. (науч. ред.) *Право и правоприменение в зеркале социальных наук: хрестоматия современных текстов*. М.: Статут; 373–391.
- Нарваес Мора М. 2015. Динамичное определение нормативности в социально-правовых исследованиях. В сб.: Кондаков А. (ред.-сост.) *Общество и право: исследовательские перспективы*. СПб.: Центр независимых социологических исследований; 58–73.
- Панеях Э. 2003. Неформальные институты и использование формальных правил. *Политическая наука*. 1: 155–161.
- Панеях Э. 2008. *Правила игры для русского предпринимателя*. М.: Колибри.
- Фицпатрик П. 2015. Социальный подход в социально-правовых исследованиях. В сб.: Кондаков А. (ред.-сост.) *Общество и право: исследовательские перспективы*. СПб.: Центр независимых социологических исследований; 25–35.
- Фуко М. 1996. *Воля к истине: по ту сторону знания, власти и сексуальности*. Киев: Касталь.
- Фуко М. 1999. *Надзирать и наказывать. Рождение тюрьмы*. М.: Ad Marginem.
- Циммерманн Р. 2007. На пути к Гражданскому кодексу Европы? *Вестник Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации*. 9: 78–81.
- Barton T. D., Naario H., Borisova T. 2015. Flexibility and Stability in Contracts. *Lapland Law Review*. 2: 8–28.
- Bogdanova E. 2015. Cross-Cultural Collaboration in Contemporary Russia: Problems of Contracting. *Journal of Social Policy Studies*. 13 (1): 123–136.



- Butler J. 1990. *Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity*. London: Routledge.
- Butler J. 1997. *Excitable Speech: A Politics of the Performative*. London: Routledge.
- Chomsky N. 2002. *Syntactic Structures*. Berlin: Walter and Gruyter GmbH.
- Derrida J. 1992. Force of Law: The “Mystical Foundation of Authority”. In: Carlson D. G., Cornell D., Rosenfeld M. (eds) *Deconstruction and the Possibility of Justice*. London: Routledge; 3–67.
- Ehrlich E. 1936. *Fundamental Principles of the Sociology of Law*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Fassi M. 2014. Legal Ambiguity as a Site of Power and Resistance: Sex Work and the Police in Córdoba-Argentina. *Journal of Social Policy Studies*. 12 (2): 275–286.
- Forsyth M. 2007. A Typology of Relationships between State and Non-State Justice Systems. *Journal of Legal Pluralism*. 56: 67–113.
- Haapio H. 2006. Business Success and Problem Prevention through Proactive Contracting. *Scandinavian Studies in Law*. 49: 149–194.
- Jordan P. A. 2005. *Defending Rights in Russia: Lawyers, the State, and Legal Reform in the Post-Soviet Era*. Vancouver: University of British Columbia Press.
- Macaulay S. 1991. Long-Term Continuing Relations: the American Experience Regulating Dealerships and Franchises. In: Joerges C. (ed.) *Franchising and the Law: Theoretical and Comparative Approaches in Europe and the United States*. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft; 179–237.
- Michaels R. 2007. The True Lex Mercatoria: Law Beyond the State. *Indiana Journal of Global Legal Studies*. 14 (2): 447–468.
- Muravyeva M. 2015. Traditional Values and Modern Families: Legal Understanding of Tradition and Modernity in Contemporary Russia. *Journal of Social Policy Studies*. 12 (4): 625–638.
- Nystén-Haarala S. et al. 2015. The Interplay of Flexibility and Rigidity in Russian Business Contracting: The Formal and Informal Framework in Contracting. *Lapland Law Review*. 2: 110–142.
- Pound R. 2002. *Social Control through Law*. New Jersey: Transaction Publishers.
- Sarat A. 1990. The Law is All Over: Power, Resistance and the Legal Consciousness of the Welfare Poor. *Yale Journal of Law & the Humanities*. 2: 343–379.
- Soto H. de 1989. *The Other Path: The Economic Answer to Terrorism*. New York: Harper Collins.
- Volkov V. 2002. *Violent Entrepreneurs: The Use of Force in the Making of Russian Capitalism*. Ithaca: Cornell University Press.



## BEYOND BORDERS

Alexander Kondakov

# The Uncomfortable Law: Why the Civil Code of Russia is a Constraint for International Business

**KONDAKOV, Alexander —**

MA in the Sociology of Law,  
Researcher at the Centre for  
Independent Social Research;  
Teaching Assistant at Faculty of  
Political Science and Sociology  
of the European University  
at St. Petersburg. Address:  
87 Ligovsky pr., 191040,  
St. Petersburg, Russian  
Federation.

**Email:** [kondakov@cisr.ru](mailto:kondakov@cisr.ru)

### Abstract

This article explores the conceptual bases of civil law in Russia by employing the method of deconstruction. The main aim of the analysis is to uncover a particular configuration of power that is reproduced in the text of the Civil Code. As a point of departure, a review of theoretical assumptions of civil law is introduced from the sociology of law perspective. In order to contextualize idealistic conceptions of law, this article draws on materials from an empirical study of top-managers and corporate lawyers. Field research included 17 interviews with corporate lawyers and top-managers of international companies from Finland, Germany and the US that operate in Russia. Analysis of interviews identifies contexts in which law is problematized, which relate to power relations in business. In the interviews, the informants tend to define a wide circle of troubles in their business

activities. However, the main issue that they discuss is various legal requirements set by Russian law which the international managers do not understand; these are always related to bureaucracy. This allows us to approach the text of law in a new way: to identify those fragments of the text that privilege state apparatus over private interactions. Based on this methodology, this article offers a conceptual analysis of the Civil Code of the Russian Federation that makes visible how exactly law turns from a tool of successful business to a barrier, hindering everyday business activities of international corporations in Russia. Despite the fact that the Civil Code includes provisions which support free private interactions and do not limit them, this is only a facade that hides the configuration of power relations that allows for the subjection of commercial agreements to the power of state bureaucracy.

**Keywords:** civil law; international business; investments in Russia; agreement; sociology of law; deconstruction.

### Acknowledgements

This research is supported by *Valday Discussion Club Programme* in 2012–2013 (*Discussion Club Valdai*: <http://valdaiclub.com/>). The author would like to thank Elena Bogdanova, Soili Nystén-Haarala, and Fredrik Jörgensen for productive co-work on this project.

### References

- Akkuratov I. (2004) Nekotorye osobennosti proizvodstva po delam ob osparivanii aktov vlasti po novomu Grazhdanskomu protsessual'nomu kodeksu RF [Some Peculiarities of Process on Claims against State under New Code of Civil Procedure of Russia]. *Arbitrazhnyy i grazhdanskiy protsess*, vol. 3, pp. 37–39 (in Russian).
- Barton T. D., Haapio H., Borisova T. (2015) Flexibility and Stability in Contracts. *Lapland Law Review*, vol. 2, pp. 8–28.

- Bogdanova E. (2015) Cross-Cultural Collaboration in Contemporary Russia: Problems of Contracting. *Journal of Social Policy Studies*, vol. 13, no 1, pp. 123–136.
- Butler J. (1990) *Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity*, London: Routledge.
- Butler J. (1997) *Excitable Speech: A Politics of the Performative*, London: Routledge.
- Chomsky N. (2002) *Syntactic Structures*, Berlin: Walter and Gruyter GmbH.
- Derrida J. (1992) Force of Law: The “Mystical Foundation of Authority.” *Deconstruction and the Possibility of Justice* (eds. D. G. Carlson, D. Cornell, M. Rosenfeld), London: Routledge, pp. 3–67.
- Ehrlich E. (1936) *Fundamental Principles of the Sociology of Law*, Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Fassi M. (2014) Legal Ambiguity as a Site of Power and Resistance: Sex Work and the Police in Córdoba-Argentina. *Journal of Social Policy Studies*, vol. 12, no 2, pp. 275–286.
- Fitzpatrick P. (2015) Sotsial’nyy podkhod v sotsial’no-pravovykh issledovaniyakh [Being Social in Socio-Legal Studies]. *Obshchestvo i pravo: issledovatel’skie perspektivy* [Law and Society: Research Perspectives] (ed. A. Kondakov), St. Petersburg: Tsentr nezavisimyykh sotsiologicheskikh issledovaniy, pp. 25–35 (in Russian).
- Forsyth M. (2007) A Typology of Relationships between State and Non-State Justice Systems. *Journal of Legal Pluralism*, vol. 56, pp. 67–113.
- Foucault M. (1996) *Volya k istine: po tu storonu znaniya, vlasti i seksual’nosti* [The Will to Truth: On the Other Side of Knowledge, Power and Sexuality], Kiev: Kastal’ (in Russian).
- Foucault M. (1999) *Nadzirat’ i nakazyvat’*. *Rozhdenie tyur’m* [Discipline and Punish: The Birth of the Prison], Moscow: Ad Marginem Press (in Russian).
- Haapio H. (2006) Business Success and Problem Prevention through Proactive Contracting. *Scandinavian Studies in Law*, vol. 49, pp. 149–194.
- Jordan P. A. (2005) *Defending Rights in Russia: Lawyers, the State, and Legal Reform in the Post-Soviet Era*, Vancouver: University of British Columbia Press.
- Macaulay S. (2014) Nekontraktnye otnosheniya v biznese [Non-Contractual Relations in Business]. *Pravo i pravoprimenenie v zerkale sotsial’nykh nauk: khrestomatiya sovremennykh tekstov* [Law and Law Enforcement through the Lens of Social Science: A Collection of Current Research] (ed. E. Paneyakh), Moscow: Statut, pp. 373–391 (in Russian).
- Macaulay S. (1991) Long-Term Continuing Relations: the American Experience Regulating Dealerships and Franchises. *Franchising and the Law: Theoretical and Comparative Approaches in Europe and the United States* (ed. C. Joerges), Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft, pp. 179–237.
- Michaels R. (2007) The True Lex Mercatoria: Law Beyond the State. *Indiana Journal of Global Legal Studies*, vol. 14, no 2, pp. 447–468.

- Muravyeva M. (2015) Traditional Values and Modern Families: Legal Understanding of Tradition and Modernity in Contemporary Russia. *Journal of Social Policy Studies*, vol. 12, no 4, pp. 625–638.
- Narváez Mora M. (2015) Dinamichnoe opredelenie normativnosti v sotsial'no-pravovykh issledovaniyakh [Socio-Legal Studies as Dynamic Definition of Normativity]. *Obshchestvo i pravo: issledovatel'skie perspektivy* [Law and Society: Research Perspectives] (ed. A. Kondakov), St. Petersburg: Tsentr nezavisimyykh sotsiologicheskikh issledovaniy, pp. 58–73 (in Russian).
- Nystén-Haarala S., Bogdanova E., Kondakov A., Makarova O. (2015) The Interplay of Flexibility and Rigidity in Russian Business Contracting: The Formal and Informal Framework in Contracting. *Lapland Law Review*, vol. 2, pp. 110–142.
- Paneyakh E. (2003) Neformal'nye instituty i ispol'zovanie formal'nykh pravil [Informal Institutions and the Use of Formal Rules]. *Political Science*, vol. 1, pp. 155–161 (in Russian).
- Paneyakh E. (2008) *Pravila igry dlya russkogo predprinimatelya* [Rules of the Game for a Russian Businessmen], Moscow: Kolibri (in Russian).
- Pound R. (2002) *Social Control through Law*, New Jersey: Transaction Publishers.
- Sarat A. (1990) The Law is All Over: Power, Resistance and the Legal Consciousness of the Welfare Poor. *Yale Journal of Law & the Humanities*, vol. 2, pp. 343–379.
- Soto H. de (1989) *The Other Path: The Economic Answer to Terrorism*, New York: Harper Collins.
- Tsimmernann R. (2007) Na puti k Grazhdanskomu kodeksu Evropy? [Approaching the Civil Code of Europe?]. *Vestnik Vysshego Arbitrazhnogo Suda Rossiyskoy Federatsii*, vol. 9, pp. 78–81 (in Russian).
- Volkov V. (1999) Silovoe predprinimatel'stvo v sovremennoy Rossii [The Violent Entrepreneurship in Contemporary Russia]. *Sotsiologicheskie issledovaniya*, vol. 1, pp. 56–65 (in Russian).
- Volkov V. (2002) *Violent Entrepreneurs: The Use of Force in the Making of Russian Capitalism*, Ithaca: Cornell University Press.
- Weber M. (2006) Politika kak prizvanie i professiya [Politics as a Vocation]. *Izbrannoe: protestantskaya etika i dukh kapitalizma* [Collected Volume: The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism], Moscow: ROSSPEN, pp. 485–528 (in Russian).

**Received:** February 2, 2014.

**Citation:** Kondakov A. (2015) Neudobnoe zakonodatel'stvo: pochemu Grazhdanskiy kodeks Rossii meshaet inostrannomu biznesu [The Uncomfortable Law: Why the Civil Code of Russia is a Constraint for International Business]. *Journal of Economic Sociology = Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 16, no 4, pp. 17–38. Available at <http://ecsoc.hse.ru/2015-16-4.html> (in Russian).

## НОВЫЕ ПЕРЕВОДЫ

Д. Родрик

# Экономика решает: сила и слабость «мрачной науки»<sup>1</sup>



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

**Email:** [drodrik@ias.edu](mailto:drodrik@ias.edu)

Перевод с англ.  
Екатерины  
Головляницыной

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

*В основе книги Дэни Родрика «Экономика решает: сила и слабость «мрачной науки»» лежат материалы курса лекций по политэкономии, который он совместно с Роберто Мангабейром читал в Гарвардском университете. Этот курс подтолкнул Д. Родрика к размышлениям о сильных и слабых сторонах экономической науки, о пользе её метода. Результаты этих размышлений изложены в представляемой монографии. Цель книги: навести мосты в диалоге между экономистами и представителями прочих социальных наук. Родрик полагает, что впечатление многих о том, что экономисты верят только в универсальные экономические законы, поверхностно. На самом же деле экономисты оперируют большим количеством разнообразных концептуальных схем, дающих различные, порой даже противоречивые, объяснения устройства мира и позволяющих сделать альтернативные выводы в отношении того, какой может быть государственная политика. Однако такая гибкость экономической науки, по мнению автора, часто однобоко используется практиками, в результате чего научность экономики приносится в жертву идеологии и политической конъюнктуры. Крайне важно донести это до всех.*

*Журнал «Экономическая социология» публикует первую главу книги — «Models at work» («Что делают модели»), — в которой автор объясняет, что является собой экономическая модель, на каких предпосылках она зиждется и для каких целей предназначена. Родрик обращает внимание читателей на то, что в экономической теории сосуществует множество моделей, за которыми стоят всевозможные теоретические подходы. Наличие такого разнообразия — неоспоримая сила экономической науки, по мнению автора.*

**Ключевые слова:** экономическая теория; экономическая модель; методология экономической теории; предпосылки экономической модели; математика и экономическая теория; государственная политика.

## Глава 1. Что делают модели

В 1973 г. экономист шведского происхождения Аксель Лейонхувуд опубликовал небольшую статью под названием «Life among the Econ» («Жизнь экономов») [Leijonhufvud 1973]. Это было очаровательное псевдоэтнографическое описание всех подробностей типичных практик, статусных отношений

<sup>1</sup> Родрик Д. (готовится к изданию.) *Экономика решает: сила и слабость «мрачной науки»*. М.: Институт Гайдара. Перев. с англ.: Rodrik D. 2015. *Economic Rules: The Rights and Wrongs of The Dismal Science*. New York: W.W. Norton.



и табу среди экономистов. Как разъяснял Лейонхувуд, «племя экононов» определяется приверженностью его членов к тому, что он назвал «модли» (отсылка к упрощённым математическим моделям, которые являются основным рабочим инструментом экономиста). Хотя модли не имеют никакого очевидного практического применения, но чем более искусно и с более сложными ритуалами выделан модль, тем выше статус его владельца. «Пристрастие экононов к модлям, — пишет Лейонхувуд, — объясняет их презрение к членам других племён, таких как “социоги” и “политоги”, ведь эти племена не делают модли, [Leijonhufvud 1973: 327]<sup>2</sup>.

Слова Лейонхувуда остаются актуальны и 40 лет спустя. Обучение экономике в значительной степени сводится к изучению сменяющих друг друга моделей. Пожалуй, самый важный фактор, определяющий шансы на успех в этой профессии, — способность создавать новые модели или применять уже существующие на новом эмпирическом материале, чтобы объяснить какой-либо аспект социальной реальности. Релевантность и применимость той или иной модели — вот вокруг чего идут самые ожесточённые споры среди экономистов. Хотите тяжко ранить экономиста, скажите ему: «У вас нет модели».

Модели — основание для гордости. Начните общаться с экономистами, и в скором времени вам на глаза попадётся кружка или футболка с надписью «Экономисты делают это с моделями». Вы также поймёте, что многим из них больше нравится забавляться с математическими построениями, чем тратить время на попытки уловить суть явлений реального мира. (В этом нет никакого сексизма: моя жена, тоже экономист, как-то получила такую кружку в подарок от своих студентов в конце семестра.)

С точки зрения критиков, именно приверженность экономистов моделям является причиной почти всех недостатков нашей профессии: сведения сложной социальной жизни к нескольким упрощённым взаимосвязям, готовности полагаться на очевидно не соответствующие действительности предпосылки, одержимости выверенностью математических построений в ущерб реалистичности, склонности одним махом переходить от упрощённой абстракции к рекомендациям по государственной политике. Одни оппоненты находят непостижимой лёгкость, с которой экономисты перескакивают от уравнений к выводам в защиту, скажем, свободы торговли или определённой налоговой политики. Другие обвиняют экономистов в том, что они лишь усложняют и без того очевидное. Экономические модели облекают здравый смысл в математические формулы. И среди самых непримиримых критиков такого рода — те экономисты, которые решили отклониться от ортодоксальной экономической науки. Считается, что выдающийся экономист Кеннет Боулдинг сказал: «Математика придаёт экономической науке строгости; к несчастью, она также делает её безжизненной»<sup>3</sup>. Как заметил Ха-Джун Чанг, экономист из Кембриджского университета, «95% экономической теории — это всего лишь здравый смысл, которому придали сложный вид с помощью специальной терминологии и математики» [Chang 2014: 3 (рус. пер. цит. по: [Чанг 2015: 8])].

В действительности же создаваемые экономистами простые модели совершенно необходимы для понимания того, как устроено общество. Их делают ценными именно простота, формализация и отказ учитывать многие обстоятельства реального мира. Эти качества — необходимая особенность, а не ошибка. Полезной модель делает её способность ухватить некий аспект реальности. Абсолютно необходимой (при правильном применении) модель становится тогда, когда может уловить *наиболее релевантный в данном контексте аспект реальности*. Различные контексты — разные рынки, социальные

<sup>2</sup> Со времени выхода статьи использование моделей получило широкое распространение и в других общественных науках, особенно в политологии. — *Здесь и далее примеч. автора, если не показано другое.*

<sup>3</sup> В оригинале — игра слов: *rigor* — строгость, *rigor mortis* (лат.) — трупное окоченение («Mathematics brought rigor to economics. Unfortunately it also brought mortis»). — *Примеч. пер.*



условия, страны, эпохи и т. д. — требуют разных моделей. На этом месте экономисты обычно и спотыкаются. Они часто отказываются от самого ценного, что предлагает их профессия, — от многообразия моделей — ради поиска одной-единственной универсальной модели. Если выбирать модели благоразумно, они становятся источником знания. Если использовать их догматически, результатом будут чрезмерное самомнение и неэффективная государственная политика.

### *Многообразие моделей*

Экономисты строят модели, чтобы охватить важные аспекты социальных взаимодействий. Обычно это те взаимодействия, которые происходят на рынках применительно к товарам и услугам. Экономисты довольно широко представляют себе, что такое рынок. Продавцы и покупатели могут быть индивидами, фирмами или иными коллективными образованиями; изучаемые товары и услуги — почти любыми и включают даже такие явления, как государственные должности или статус, для которых не существует рыночных цен. Рынки бывают местными, региональными, национальными, а также международными; существуют в физической форме, как в случае базара, или виртуально, как международная торговля. Традиционно экономистов интересует в основном работа рынков: эффективно ли они расходуют ресурсы? Можно ли их улучшить, и если да, то как? Как распределяются выгоды от обмена? Однако экономисты также используют модели, чтобы разобраться в работе других институтов — школ, профсоюзов, правительств.

Но что представляют собой экономические модели? Удобнее всего рассматривать их как упрощения, предназначенные для того, чтобы показать работу отдельных взаимосвязей изолированно от прочих искажающих факторов. Модель рассматривает конкретные причины и следствия и показывает, как они влияют на всю систему. При создании модели строится вымышленный мир, раскрывающий определённые виды связей между частями целого — связей, которые было бы трудно заметить, изучая реальный мир во всей его полноте и сложности. Модели в экономике не отличаются от вещественных моделей, к которым прибегают врачи и архитекторы. Пластиковая модель дыхательной системы, которую вы можете увидеть в кабинете врача, даёт представление о строении лёгких, но не о прочих частях человеческого тела. Архитектор создаёт две модели, чтобы показать ландшафт вокруг здания и внутреннее устройство дома. То же самое и с моделями экономистов, разница лишь в том, что они получают не вещественное, а символическое воплощение с помощью слов и математических формул.

Основная в экономической науке — модель спроса и предложения, знакомая каждому, кто когда-либо изучал начала экономики. Это та самая схема с перекрещивающимися кривыми — нисходящей кривой спроса и восходящей кривой предложения, на осях которой отложены цены и объёмы<sup>4</sup>. Вымышленный мир этой модели экономисты называют «совершенно конкурентным рынком», в котором действуют множество потребителей и производителей. Все они преследуют свои экономические интересы, и нет никого, кто мог бы повлиять на рыночную цену. Модель спроса и предложения многое оставляет за кадром: у людей есть иные мотивы, помимо практической выгоды; рациональность часто нарушают эмоции и упрощённые способы рассуждений, ведущие к ошибкам; некоторые производители являются монополистами и т. д. Но всё же данная модель обнаруживает некоторые простые взаимосвязи, свойственные реальной рыночной экономике.

Некоторые из таких взаимосвязей очевидны каждому. Так, рост издержек производства повышает рыночные цены и снижает объёмы спроса и предложения. Ещё пример: когда растёт стоимость электро-

<sup>4</sup> Диаграммы спроса и предложения с перекрещивающимися кривыми предположительно впервые были напечатаны в 1838 г. в книге французского экономиста Антуана Огюстена Курно. Сегодня Курно более известен своими работами о дуополии, а местом первого появления в печати диаграммы считают популярный учебник Альфреда Маршалла, вышедший в 1890 г. (см.: [Humphrey 1992]).

энергии, растут и суммы в счетах за коммунальное обслуживание, а домохозяйства начинают искать способы сэкономить на отоплении и электричестве. Иные взаимосвязи не столь очевидны. Например, закон может облагать налогом как производителей, так и потребителей товара (скажем, нефти), однако это никак не скажется на том, кому на самом деле придётся налог оплатить. Налог может быть наложен на нефтяные компании, но реально платить будут потребители, покупая бензин по более высоким ценам. Или же дополнительные расходы перекладываются на потребителей в виде налога с продаж, например, однако нефтяным компаниям придётся взять эти расходы на себя, так как от них требуют устанавливать более низкие цены. Исход зависит от ценовой эластичности спроса и предложения. Если снабдить эту модель внушительным списком дополнительных предпосылок (о них позднее), то она даст ряд весьма сильных выводов о том, насколько хорошо работают рынки. В частности, конкурентная рыночная экономика эффективна в том смысле, что в ней невозможно улучшить благосостояние одного человека, не ухудшив положение других. (Экономисты называют это состояние «эффективность по Парето».)

Теперь возьмём совершенно другую модель, называемую «дилемма заключённого». Она впервые появилась в работах математиков, но стала краеугольным камнем значительной части работ в современной экономической науке. Обычно её представляют на примере двух людей, которым угрожает тюремное заключение в случае, если хотя бы один из них признается в преступлении. Давайте представим её как экономическую проблему. Предположим, две конкурирующие фирмы должны решить, направлять ли значительные средства на рекламу. Реклама способна помочь переманить часть клиентов другой фирмы. Но если рекламу дают обе фирмы, воздействие рекламы на потребителей взаимно нивелируется. В итоге обе фирмы потратят деньги впустую.

Мы могли бы предположить, что обе фирмы решат не тратить много на рекламу, но модель показывает, что эта логика не работает. Когда фирмы принимают решение независимо друг от друга и заботятся только о собственной прибыли, у каждой есть стимул давать рекламу независимо от того, что будет делать другая фирма<sup>5</sup>: если фирма не рекламирует себя, то у конкурента есть шанс с помощью рекламы переманить её клиентов; если фирма даёт рекламу, то конкурент с помощью рекламы может предотвратить уход своих клиентов. Таким образом, две фирмы достигают плохого равновесия, в котором обе они вынуждены впустую расходовать ресурсы. Такой рынок, в отличие от описанного в предыдущем абзаце, уже совсем не эффективен.

Очевидная разница между двумя моделями состоит в том, что одна из них описывает сценарий со множеством участников рынка (например, рынок апельсинов), тогда как другая описывает конкуренцию между двумя крупными фирмами (возможно, взаимодействие между производителями самолётов «Боинг» и «Эйрбас»). Но было бы ошибкой думать, что это единственная причина того, что один рынок эффективен, а другой — нет. Имеют значение и другие предпосылки, встроенные в каждую из моделей. Изменяя эти предпосылки, а они часто не выражены явно, мы получим иные результаты.

Возьмём третью модель, которая ничего не говорит насчёт количества участников рынка и описывает совершенно иные результаты взаимодействия. Назовём её модель координации. Фирма (или фирмы; количество не имеет значения) решает, стоит ли инвестировать средства в судостроительные предприятия. Она знает, что, если удастся наладить производство в больших объёмах, оно будет прибыльным. Но один из ключевых видов сырья — дешёвая сталь, производство которой должно находиться поблизости. Решение компании сводится к следующему: инвестировать в судостроение, если побли-

<sup>5</sup> Строго говоря, необходимо принять ещё одно допущение: фирмы лишены возможности давать друг другу вызывающие доверие обещания, которые не было бы выгодно нарушить в дальнейшем. Например, каждая фирма могла бы пообещать другой, что не будет использовать рекламу. Однако эти обещания не заслуживают доверия, поскольку каждой фирме выгодно использовать рекламу независимо от действий другой фирмы.

зости есть сталеплавильное производство; не инвестировать, если такого производства нет. Теперь посмотрим на ход рассуждений потенциального инвестора в производство стали в том же регионе. Допустим, что верфи — единственный потенциальный потребитель стали. Производители стали приходят к выводу, что они получают прибыль только в случае, если в округе есть судостроительный завод, который купит их сталь.

В этом случае возможны два исхода — экономисты называют такое состояние «множественным равновесием». Есть «хороший» исход, когда сделаны оба вида инвестиций, и хозяева верфи вместе со сталеварами получают прибыль и радуются. Равновесие достигнуто. Но есть и «плохой» исход, когда не сделано никаких инвестиций. Такой исход тоже является равновесием, поскольку решения об отказе от инвестиций взаимно подкрепляют друг друга. Если нет верфи, производитель стали не станет строить завод; если нет стали, не будет построена верфь. Такой результат почти не зависит от количества потенциальных участников рынка. Он зависит прежде всего от следующих трёх факторов: (1) экономия от масштаба (иными словами, для прибыльности необходимо производить большие объёмы продукции); (2) сталеплавильные заводы и верфи нуждаются друг в друге; (3) отсутствие альтернативных рынков и источников сырья (например, сырьё нельзя получить посредством внешней торговли).

Три модели — три разных представления о том, как работают (или не работают) рынки. Ни одно из них не является правильным или неправильным. Каждое описывает один из важных механизмов, которые существуют или могут существовать в реальных экономиках. И мы снова видим, насколько важно выбрать *правильную* модель, то есть ту, которая лучше всего подходит к конкретным обстоятельствам. Принято считать экономистов бездумными фанатиками рынка: они-де думают, что свободные рынки позволяют решить любую проблему. Да, многим экономистам это свойственно. Но экономическая наука совершенно точно учит другому. Правильный ответ на почти любой вопрос в экономике таков: «Зависит от обстоятельств». Различные модели, каждая из которых одинаково уважаема, дают разные ответы.

Модели не просто предупреждают нас о возможности разных исходов. Они полезны тем, что говорят нам, *от чего именно* зависят возможные исходы. Рассмотрим несколько важных примеров. Приведёт ли установление минимальной оплаты труда к снижению или к повышению занятости? Ответ зависит от того, конкурируют ли между собой отдельные работодатели (то есть могут ли они влиять на величину заработной платы в своём регионе) [Card, Krueger 1997]. Приведёт ли приток капитала в развивающуюся экономику к ускорению или к замедлению экономического роста? Это зависит от того, ограничен ли рост экономики страны недостаточностью объектов для инвестиций или их низкой прибыльностью, скажем, из-за высоких налогов [Rodrik, Subramanian 2009]. Приведёт ли сокращение дефицита бюджета к усилению или к снижению экономической активности? Это зависит от степени доверия к правительству, а также от кредитно-денежной и валютной политики [Leigh et al. 2010].

Ответ на каждый из вопросов зависит от некоей критически важной особенности положения дел в реальном мире. Модели выявляют такие особенности и показывают, как они влияют на результат. В каждом случае имеется стандартная модель, которая даёт ответ в общем случае: введение минимального размера оплаты труда снижает занятость, приток капитала ускоряет экономический рост, сокращение бюджетного дефицита снижает экономическую активность. Но её выводы верны только в той степени, в какой использованные в модели *критически важные предпосылки* — те особенности реального мира, о которых сказано выше, — соответствуют реальности. Если это не так, то следует использовать модели с иными предпосылками.

Далее подробнее рассматривается вопрос критически важных предпосылок и приводится больше примеров экономических моделей, но сначала обратимся к паре аналогий, объясняющих, что такое модели и что они дают.

## Модели как басни

Один из способов понять экономические модели — рассматривать их как басни. В этих коротких рассказах обычно действуют немногочисленные главные герои, живущие в безымянном, обобщённом месте (некая деревня, некий лес), действия и взаимодействие которых приводят к исходу, служащему своего рода уроком. Персонажами могут быть действующие подобно человеку животные, неодушевлённые объекты, а также люди. Басня — это воплощённая простота: контекст, в котором разворачивается история, обрисован очень приблизительно, а действия персонажей обусловлены стилизованными мотивами, такими как жадность или ревность. Басня не стремится к реалистичности и не имеет целью дать полную картину жизни персонажей. Она жертвует реализмом и многозначностью ради ясности сюжетной линии. Важно отметить, что у басни всегда есть понятная мораль: честность — лучшая политика; хорошо смеётся тот, кто смеётся последним; беда не приходит одна; не бей лежачего и т. д.

Экономические модели похожи на басни. Они просты, и действие в них происходит в абстрактной обстановке. Они не претендуют на реалистичность большей части своих предпосылок. И хотя в них вроде бы действуют реальные люди и фирмы, поведение главных героев очень стилизовано. Неодушевлённые объекты («случайные шоки», «экзогенные параметры», «природа») часто участвуют в модели и направляют ход событий. Сюжетная линия построена вокруг очевидных взаимосвязей причин и следствий. И мораль, или, как её называют экономисты, выводы для государственной политики, обычно довольно очевидна: свободные рынки эффективны, оппортунистическое поведение в стратегическом взаимодействии может ухудшать положение всех его участников, стимулы имеют значение и т. д.

Басни лаконичны, невелики по объёму и сразу переходят к делу. Они не оставляют читателю ни единого шанса не понять суть истории. Отпечатком рассказа о зайце и черепахе на вашем сознании становится мысль о важности постепенного, пусть и медленного, прогресса. Эта история — удобный образец, позволяющий быстро объяснить ситуацию; она применима ко множеству схожих положений. Может показаться, что сравнение с баснями принижает научный статус экономических моделей. Но привлекательность моделей отчасти основана на том, что они работают в точности так же, как басни. Студент, узнавший о концепции баланса спроса и предложения, надолго сохранит уважение к власти рынков. Разобравшись в сути «дилеммы заключённых», вы уже никогда не сможете рассматривать вопросы кооперации по-прежнему. Даже если отдельные подробности забудутся, модель будет служить шаблоном для понимания и объяснения мира.

Аналогия с басней не ускользнула от внимания лучших представителей экономической науки, и они готовы признать, что создаваемые ими абстрактные модели подобны басням. Как отмечает известный экономист-теоретик Ариэль Рубинштейн, «слово “модель” звучит более научно, чем “басня” или “сказка”, однако я не вижу особой разницы между ними» [Rubinstein 2006: 881]. Ранее философ Аллан Гиббард и экономист Хал Вариан писали о том, что экономическая «модель всегда рассказывает какую-то историю» [Gibbard, Varian 1978: 666]. Философ науки Нэнси Картрайт тоже использует термин «басня» применительно к экономическим и физическим моделям, хотя и считает, что экономические модели больше похожи на притчи [Cartwright 2008]. По словам Картрайт, экономическая модель, в отличие от басен, где мораль очевидна, требует немалых усилий для объяснения результатов и выводов относительно государственной политики. Сложность обусловлена тем, что каждая модель верна лишь в определённом контексте, и выводы из неё применимы лишь в определённых обстоятельствах.

Но и здесь аналогия с баснями остаётся полезной. Басен очень много, и каждая даёт образец действий для какого-то стечения обстоятельств. Взятые вместе, морали басен могут показаться противоречащими друг другу. Одни басни превозносят достоинства доверия и кооперации, тогда как другие советуют полагаться только на себя. Где-то восхваляются необходимые приготовления, а где-то предупреждают



об опасности чересчур подробного планирования. То говорят, что нужно тратить деньги на удовольствия, то учат сберегать на чёрный день. Иметь друзей — хорошо, но иметь слишком много друзей — уже не очень-то хорошо. Однозначная мораль есть у каждой басни, но в совокупности эти нравоучительные рассказы способствуют сомнениям и создают неопределённость.

Нужно поэтому решать, применима ли басня в конкретной ситуации. Экономические модели требуют того же. Мы уже видели, как разные модели приводят к разным выводам. Эгоистическое поведение может послужить эффективности (модель полностью конкурентного рынка), а может повлечь за собой убытки (модель «дилеммы заключённых»). Результат зависит от допущений относительно обстоятельств дела. Здравое рассуждение — необходимое условие для выбора из множества взаимно противоречивых как басен, так и моделей. К счастью, задачу выбора между моделями могут облегчить эмпирические данные; при этом сам процесс анализа данных остаётся в большей степени делом умения, чем науки (см. подробнее в главе 3).

### *Модели как эксперименты*

Если сравнение с баснями читателя не привлекает, можно рассматривать модели как лабораторные эксперименты, хотя такая аналогия тоже неожиданна. Параллель с баснями выглядит как уподобление моделей упрощённым небылицам; сравнение с лабораторными экспериментами опасно тем, что придаёт видимость излишней научности. В самом деле, во многих культурах лабораторные эксперименты составляют вершину научной респектабельности. Именно с их помощью учёные в белых халатах постигают устройство мира и проверяют правильность конкретных гипотез. Могут ли экономические модели хотя бы приблизиться к тому образцу?

Посмотрим, что представляет собой лабораторный эксперимент на самом деле. Лаборатория — искусственная среда, построенная для изоляции объектов эксперимента от воздействия среды реального мира. Исследователь создаёт экспериментальные условия, которые должны выявить предполагаемую причинно-следственную связь, изолируя изучаемый процесс от иных потенциально важных воздействий. Скажем, если на результаты эксперимента влияет сила притяжения, исследователь проводит эксперимент в вакууме. Как объясняет финский философ Ускали Маки, при создании экономических моделей применяется тот же способ изоляции, отделения и идентификации. Главное различие в том, что в лабораторном эксперименте целенаправленно манипулируют физической средой, чтобы достичь изоляции, необходимой для наблюдения причинной связи, тогда как в экономической модели это достигается благодаря манипуляциям с предпосылками [Uskali 2005]<sup>6</sup>. Модели выстраивают умоглядные среды, чтобы протестировать гипотезы.

Можно возразить, что в лабораторном эксперименте — при всей искусственности создаваемой среды — действие всё же происходит в реальном мире. Мы понимаем, когда эксперимент удался, а когда — нет, по крайней мере, в данном варианте. Экономическая модель, напротив, полностью искусственный конструкт, существующий только в нашем сознании. Однако разница между лабораторным экспериментом и экономической моделью, скорее, в мере, нежели в сути. Результаты эксперимента тоже могут потребовать значительной экстраполяции, прежде чем станут применимы в реальном мире. Сработавшее в лабораторных условиях не всегда получится вне лаборатории. Например, лекарство

<sup>6</sup> Обратим внимание на то, что изолировать эффект в экономической модели — задача более сложная, чем может показаться. Нам всегда приходится делать некие допущения относительно прочих обстоятельств. Вот почему Нэнси Картрайт утверждает, что эффект всегда является результатом совместного взаимодействия множества причин, и в экономической науке невозможно в полной мере разделить причину и следствие [Cartwright 2007]. В общем случае это утверждение верно, однако тем и ценно разнообразие моделей, что оно позволяет манипулировать факторами среды в поиске того из них, который вносит существенный вклад в эффект (если такой фактор вообще есть).



окажется неэффективным, если условия лабораторного эксперимента не учитывали — *не контролировали* — всех условий мира реального.

Именно это различие имеют в виду философы науки, когда говорят о разнице между внутренней и внешней валидностью. Считается, что хорошо организованный эксперимент, в котором удастся выявить причинно-следственную связь в определённой обстановке, обладает высокой степенью внутренней валидности. Однако его внешняя валидность зависит от того, насколько результат эксперимента воспроизводим в иной обстановке, вне условий лаборатории.

Так называемые полевые эксперименты, проводимые не в лаборатории, а в условиях реального мира, также должны выдерживать это испытание. Подобные эксперименты в последнее время стали очень популярны среди экономистов, и порой их рассматривают как способ получать новое знание без помощи моделей. Иными словами, предполагается, что полевые эксперименты дают знание об устройстве мира, свободное от предпосылок и гипотез о причинно-следственных связях, которыми нагружены модели. Но это не совсем так. Возьмём такой пример: в Колумбии удалось существенно улучшить качество образования с помощью случайного распределения среди населения ваучеров на обучение в частных школах. Но нет никакой гарантии, что в США или в Южной Африке подобная программа даст тот же результат. Окончательный результат зависит от многих факторов, изменяющихся от страны к стране. Уровень доходов, предпочтения родителей, разрыв в качестве обучения между частными и государственными школами, стимулы, которыми руководствуются школьные учителя и администраторы, — все эти факторы, а также многие другие потенциально важные обстоятельства имеют значение<sup>7</sup>. Для перехода от «сработало там» к «сработает здесь» придётся сделать много дополнительных шагов [Cartwright, Hardie 2012].

Разница между настоящими экспериментами, проводимыми в лаборатории (или в полевых условиях), и мысленными экспериментами, которые мы называем «модели», меньше, чем кажется. В обоих случаях необходимо приложить усилия, чтобы экстраполировать их результаты там и тогда, где и когда это будет нужно. В свою очередь, качественная экстраполяция требует сочетать разумный выбор, данные из других источников и упорядоченные рассуждения. Сила обоих видов эксперимента в том, что они дают нам знание о мире за пределами тех рамок, в которых проводится эксперимент, благодаря нашему умению выявлять сходства и прослеживать соответствия между разными ситуациями.

Как и в случае подлинных экспериментов, ценность моделей состоит в их способности изолировать и выявить отдельные причинно-следственные связи, по одной в каждом случае. То обстоятельство, что эти связи в реальном мире действуют наряду со многими другими и предстают в искажённом виде, является затруднением, общим для всех, кто пытается давать научные объяснения. В этом плане у экономических моделей даже есть преимущество. Контингентность — зависимость от определённых постулируемых условий — уже встроена в них. Как мы увидим в главе 3, этот недостаток определённости мотивирует нас искать ту из множества конкурирующих моделей, которая даёт лучшее описание непосредственной реальности.

### *Нереалистичные предпосылки*

Потребители гипертрофированно рациональны, эгоистичны, всегда предпочитают использовать больше, а не меньше, имеют высокий и бескрайний горизонт планирования. Экономические модели обычно строятся из множества подобных нереалистичных предпосылок. Разумеется, многие модели более реалистичны одним-двумя аспектами. Но даже в самых замысловатых моделях нет-нет да и проявятся

<sup>7</sup> О колумбийском исследовании см. подробнее: [Angrist, Bettinger, Kremer 2006].

нереалистические предпосылки. Упрощение и абстрагирование неизбежно требуют элементов, противоречащих фактам, то есть нарушающих законы реального мира. Что же делать с этим дефицитом реалистичности?

В 1953 г. один из величайших экономистов XX века, Милтон Фридман, дал ответ на этот вопрос, наложивший глубокий отпечаток на всю науку [Friedman 1953]. Фридман развил утверждение о том, что нереалистичные предпосылки являются необходимой частью создания теории. Он пошёл намного дальше, заявив, что реалистичность предпосылок просто не имеет значения. Важно только одно: даёт ли теория верные предсказания. Если да, то предпосылки, на которых основана такая теория, вовсе не обязаны иметь сходство с реальным миром. Этот довольно грубый пересказ более сложно организованного рассуждения передаёт суть, которую вынесли из методологического эссе Фридмана его читатели. Восхитительно раскрепощающий довод Фридмана давал экономистам право на создание любых моделей, основанных на сколь угодно отклоняющихся от практического опыта предпосылках.

Однако было бы неверно думать, что реалистичность предпосылок вообще никогда не имеет значения. Как указывает экономист из Стэнфордского университета Пол Пфляйдерер, с моделью можно начинать работать лишь после того, как через «фильтр реалистичности» пропущены *критически важные предпосылки* модели [Pfleiderer 2014]. (К термину «критически важные предпосылки» мы вскоре вернёмся.) Всё дело в том, что никогда нельзя быть уверенным в предсказательном успехе модели. Предсказание, как сказал бы комик Граучо Маркс<sup>8</sup>, всегда имеет дело с будущим. После того как событие произошло, мы можем состряпать почти неограниченное количество разнообразных моделей, объясняющих действительность. Но большинство этих моделей будут бесполезны: они не дадут корректного предсказания хода событий в будущем, когда обстоятельства изменятся.

Предположим, что у меня есть данные о частоте дорожно-транспортных происшествий (ДТП) в некоем районе за последние пять лет. Я отмечаю, что больше всего аварий происходит в конце рабочего дня, между 17 и 19 часами. Самое разумное объяснение состоит в том, что в это время на дороге становится больше машин, так как люди возвращаются домой с работы. Но предположим, что исследователь выдвигает альтернативную теорию: во всём виноват Джон, говорит он. Мозг Джона испускает невидимые волны, которые действуют на всех водителей. Стоит ему выйти из конторы на улицу, как его мозговые волны нарушают движение транспорта и провоцируют рост числа происшествий. Эта теория, возможно, абсурдна, однако она всё же неким образом объясняет учащение ДТП в конце рабочего дня.

В данном случае мы знаем, что вторая модель не является полезной. Если Джон сменит распорядок дня или выйдет на пенсию, то окажется, что у этой модели нет никакой предсказательной ценности. Количество происшествий не пойдёт на убыль после того, как Джон перестанет бродить по улицам. Это объяснение ошибочно, потому что неверна его критически важная предпосылка — про Джона, который испускает мозговые волны, нарушающие движение транспорта. Для того чтобы модель приносила пользу — в смысле её реалистичности, — её критически важные предпосылки тоже должны в достаточной степени соответствовать действительности [Gibbard, Varian 1978: 671].

Итак, что же такое *критически важная предпосылка*? Предпосылку можно назвать критически важной, если её изменение в сторону потенциально большей реалистичности приведёт к значительному изменению выводов из модели. Многие предпосылки, если не большинство, не являются в этом отношении критически важными. Возьмём модель рынка с совершенной конкуренцией. Ответы на многие интересующие нас вопросы не будут принципиально зависеть от деталей модели. Милтон Фридман в своём методологическом эссе рассматривает акциз на сигареты. Можно с уверенностью предсказать,

<sup>8</sup> Отсылка к известному афоризму американского комика Граучо Маркса (1890–1977): «Прогнозы делать трудно, особенно прогнозы на будущее». — *Примеч. пер.*

что повышение акциза приведёт к росту розничных цен на сигареты, пишет Фридман, безотносительно к тому, много или мало фирм на рынке и являются ли разные марки сигарет полностью взаимозаменяемыми или нет. Схожим образом любое ослабление — в разумных пределах — требования совершенной рациональности ненамного изменит этот результат. Даже если фирмы не ведут расчёты с точностью до последнего знака после запятой, мы можем быть более-менее уверены в том, что они заметят повышение акциза, который вынуждены платить. Эти частные предпосылки не являются критически важными в свете того, как поставлен вопрос и как используется модель (например, для оценки влияния акциза на цену сигарет), поэтому недостаток реализма в этих предпосылках не особенно важен.

Предположим, нас интересует другой вопрос: влияние регулирования цен на производителей сигарет. Теперь уровень конкуренции в отрасли, который зависит отчасти от готовности потребителей переключаться между разными марками, становится очень важным. В модели рынка совершенной конкуренции ценовое регулирование приводит к сокращению предложения фирмами. Снижение цены снижает прибыльность, и фирмы в ответ сокращают продажи. Но в модели рынка с одной фирмой-монополистом установление умеренного потолка цен (то есть на уровне ненамного ниже нерегулируемой рыночной цены) фактически вынуждает фирму *повышать* выпуск. Для того чтобы понять, как работает этот механизм, пригодится некоторое владение математикой. Монополист обыкновенно наращивает прибыль, ограничивая продажи и повышая рыночные цены. Регулирование цен лишает монополиста способности устанавливать цену, тем самым ослабляя стимул к снижению выпуска. Монополист реагирует повышением продаж<sup>9</sup>. Увеличение продаж сигарет теперь становится единственным способом повысить прибыль.

Если мы хотим предсказать последствия от регулирования цен, то допущение насчёт уровня рыночной конкуренции будет критически важным. Реалистичность этой конкретной предпосылки теперь имеет значение, и немалое. Применимость модели зависит от того, насколько критически важные предпосылки соответствуют реальному миру. А то, что именно делает предпосылку критически важной, отчасти зависит от того, для чего применяется модель. Далее мы вернёмся к этому вопросу, когда будем подробнее рассматривать то, как выбрать модель для использования в конкретных обстоятельствах.

Полностью оправданно, и даже необходимо, сомнение в эффективности модели в том случае, если её критически важные предпосылки очевидно противоречат фактам, как в случае с Джоном и выпускаемыми его мозгом волнами. В подобных случаях мы вправе сказать, что создатель модели чрезмерно упростил задачу и вводит нас в заблуждение. Однако правильным ответом будет не отказ от моделей как таковых, а разработка альтернативной модели с более адекватными предпосылками. Противоядие от плохой модели — хорошая модель.

В конце концов, нам в любом случае не уйти от некоторой нереалистичности предпосылок. Как отмечает Картрайт, «критиковать экономические модели за использование нереалистичных предпосылок всё равно, что критиковать Галилея за то, что в экспериментах с катящимся шаром он использовал доску, отшлифованную для максимального снижения трения» [Cartwright 2007: 217]. Но подобно тому, как нам не хотелось бы применять открытый Галилеем закон тяготения к шару, брошенному в банку мёда, нет оправдания использованию моделей, критически важные предпосылки которых чрезвычайно сильно отклоняются от действительности.

---

<sup>9</sup> В этом случае действует тот же принцип, что и при росте занятости после установления умеренного порога минимальной заработной платы.

## О моделях и математике

Экономические модели состоят из ясно сформулированных предпосылок и механизмов поведения. Это делает их весьма подходящими для выражения на языке математики. Полистайте любой академический журнал по экономике, и вы обнаружите почти бесконечный поток уравнений и греческих символов. По стандартам естественных наук используемая экономистами математика не особенно сложна — зачатков многомерного и оптимизационного анализа обычно бывает достаточно для понимания большей части экономических теорий. Тем не менее математический формализм действительно требует определённых усилий от читателя. Он укрепляет барьер постижимости между экономической наукой и большинством других наук об обществе. Он также подпитывает недоверие к ней неэкономистов: использование математики производит впечатление, что экономисты отстранились от реального мира и витают в придуманных ими самими абстракциях.

В молодости, будучи студентом колледжа, я точно знал, что получу докторскую степень, поскольку мне нравилось писать и заниматься исследованиями. Но меня интересовало множество разнообразных социальных явлений, и я не мог выбрать между политологией и экономикой. Я подал заявление в две аспирантуры, но отложил окончательное решение на время обучения по междисциплинарной магистерской программе. Хорошо помню случай, который положил конец моей нерешительности. В библиотеке Школы имени Вудро Вильсона<sup>10</sup> Принстонского университета я взял полистать последние выпуски журналов «American Economic Review» (AER) и «American Political Science Review» (APSR), ведущих изданий в обеих дисциплинах. Посмотрев на них одновременно, я вдруг понял, что если получу докторскую степень по экономике, то смогу читать APSR, но если я получу докторскую степень по политологии, то большая часть написанного в AER будет мне непонятна. Оглядываясь на прошлое, должен сказать, что моё заключение было не вполне верным. Статьи по политической философии в APSR, хотя в них нет математики, могут быть так же трудны для понимания, как любая из статей в AER. К тому же с тех пор политология значительно продвинулась по пути экономики в части овладения математическим формализмом. Тем не менее в моём наблюдении всё же имелось зерно истины. И по сей день экономическая наука остаётся единственной наукой об обществе, которая почти полностью неприступна для тех, кто не прошёл необходимого обучения в аспирантуре.

Причина, по которой экономисты используют математику, часто понимается неправильно. Она не имеет отношения к сложности, утончённости или к притязаниям на познание высшей истины. Экономическая наука использует математику для двух целей, ни одна из которых не является поводом для высокомерия, — *чтобы* обеспечить ясность и последовательность. Во-первых, математика гарантирует, что элементы модели — предпосылки, механизмы поведения и основные выводы — сформулированы ясно и прозрачно. Если модель выражена в математической форме, то её суть и применимость становятся очевидны каждому, кто может её прочитать. Такая ясность крайне полезна, но зачастую недооценивается. Мы по-прежнему ведём бесконечные споры о том, что на самом деле имели в виду Карл Маркс, Джон Мейнард Кейнс или Йозеф Шумпетер. И хотя все трое внесли гигантский вклад в экономическую науку, они формулировали свои модели преимущественно (но не исключительно) в словесной форме. Напротив, никто не ломает перья в спорах о том, что имели в виду Пол Самуэльсон, Джо Стиглиц или Кен Арроу в теоретических работах, которые принесли им Нобелевские премии. В математических моделях приходится расставлять абсолютно все точки над *i*.

Во-вторых, достоинство математики состоит в том, что она обеспечивает внутреннюю последовательность модели. Попросту говоря, гарантирует, что выводы следуют из предпосылок. Вклад очень рутинный, но необходимый. Одни доказательства настолько просты, что очевидны сами по себе. Дру-

<sup>10</sup> Полное название — Школа общественных и международных отношений имени Вудро Вильсона (The Woodrow Wilson School of Public and International Affairs). — *Примеч. ред.*



гие требуют большей осторожности, особенно из-за существования когнитивных искажений, которые подталкивают нас к тем выводам, которые нам хочется получить. Иногда это приводит к полностью ошибочным выводам. Чаще доказательство оказывается некорректно построенным, без внимания к критически важным предпосылкам. И как раз здесь математика служит удобным средством контроля. У Альфреда Маршалла, великого экономиста докейнсианской эпохи и автора первого настоящего учебника экономики, было отличное правило: использовать математику как удобный язык для изложения модели, затем перевести на обычный язык, а потом выбросить всю математику! Или, как я говорю своим студентам, экономисты используют математику не потому, что они очень умные, а потому, что они недостаточно умные.

В бытность молодым начинающим экономистом я однажды посетил лекцию сэра Уильяма Артура Льюиса, выдающегося экономиста, специалиста по экономике развивающихся стран, получившего в 1979 г. Нобелевскую премию по экономике. Льюис обладал непревзойдённым умением доходить до самой сути сложных экономических отношений с помощью простых моделей. Но, как и многие экономисты старой закалки, он обычно представлял свою аргументацию в словесной, а не в математической форме. Темой той лекции, которую мне довелось услышать, были факторы, определяющие условия внешней торговли (то есть соотношения импортных и экспортных цен) в бедных странах. Когда Льюис закончил, один из присутствующих молодых и более математически ориентированных экономистов встал и набросал на доске несколько уравнений. Он заметил, что поначалу не понимал, о чём говорит профессор Льюис. Но, сказал он далее ошарашенному Льюису, теперь-то он понял, как это работает: у нас есть вот эти три уравнения, которые задают эти три неизвестных параметра.

Таким образом, роль математики в экономических моделях сугубо инструментальная. В принципе, модели не требуют использования математики, и не математика делает их полезными или научными<sup>11</sup>. Как показывает пример Артура Льюиса, некоторые выдающиеся представители экономической науки вообще редко прибегали к математике. Том Шеллинг, разработавший ряд ключевых понятий современной теории игр, таких как надёжность, обязательство и сдерживание, получил Нобелевскую премию за работу, в которой почти не было математики [Schelling 1960; Schelling 1978]. Шеллинг обладал редким даром объяснять довольно сложные модели стратегического взаимодействия индивидов с помощью одних только слов, примеров из реальной жизни, самое большее — одного-двух рисунков. Его работы оказали значительное влияние как на науку, так и на экономическую политику. И всё же я должен заметить, что вся глубина его рассуждений и точность аргументации в полной мере открылись мне лишь после того, как я увидел его доводы в более полном математическом представлении.

Нематематические модели широко распространены в социальных науках за пределами экономики. Вы всегда можете заметить, что учёный собирается прибегнуть к модели, если он начинает со слов: «Предположим, у нас есть...» — и затем описывает некую абстрактную ситуацию. Или, например, как социолог Диего Гамбетта, который исследует последствия разных представлений о природе научного знания: «Представим два общества — идеальные типы, которые различаются только в одном отношении...» [Gambetta 1998: 24]. В работах по политологии часто упоминаются зависимые и независимые переменные — верный признак того, что автор использует некое подобие моделей, хотя и в отсутствие явно сформулированной теоретической схемы.

Словесно выраженные доказательства, которые кажутся интуитивно понятными, после тщательного математического разбора часто оказываются несостоятельными или неполными. Дело в том, что

<sup>11</sup> За пределами экономической науки термин «рациональный выбор» стал синонимом направления в социальных науках, опирающегося преимущественно на математические модели. Такое употребление термина смешивает несколько разных вещей. Научное изучение общества с помощью моделей не предполагает ни обязательного использования математики, ни предпосылки о рациональности индивидов.



словесная форма позволяет игнорировать неочевидные, но потенциально значимые связи. Например, множество эмпирических исследований показали, что государственное вмешательство отрицательно связано с объёмами выпуска: в субсидируемых отраслях производительность растёт медленнее, чем в отраслях, не получающих субсидий. Как понимать эти результаты? Принято заключать, особенно среди экономистов, что государство при вмешательстве в экономику обычно руководствуется неправильными мотивами, а именно стремится поддержать слабые отрасли в ответ на действия политических лоббистов. Звучит разумно. Да и кажется слишком очевидным, что мешает даже просто продолжить исследования. Однако стоит математически описать действия государства, вмешивающегося исходя из лучших побуждений и субсидирующего отрасли ради повышения эффективности всей экономики, как мы увидим, что вывод не обоснован. Отрасли, которые показывают низкие результаты из-за неправильно функционирующих рынков, чаще становятся объектом государственного вмешательства, но не в той степени, которая позволила бы полностью преодолеть их недостатки. Следовательно, отрицательная корреляция между фактом представления субсидии и производительностью ничего не говорит о том, желательна или нежелательна вмешательство государства, поскольку оба типа вмешательства ведут к появлению одной и той же наблюдаемой нами корреляции. Не очень понятно? Ну так посмотрите на математические расчёты [Rodrik 2012]<sup>12</sup>!

В то же время слишком многие экономисты теряют голову от математики и забывают о её инструментальной природе. Избыточная формализация, математика ради математики, встречается в экономике сплошь и рядом. Некоторые направления экономической науки, такие как математическая экономика, больше напоминают прикладную математику, чем какую-либо из наук об обществе. Для них отправной точкой становится не реальный мир, а математическая модель. Вот как начинается аннотация к одной из работ этого направления: «Мы определяем новые характеристики вальрасианского равновесия ожиданий, основанного на механизме вето, в условиях различных информационных экономик с полным и конечным пространством агентов» [Pesce 2014]. Один из ведущих и наиболее математически ориентированных экономических журналов — «Econometrica» — в какой-то момент ввёл мораторий на теорию социального выбора — абстрактные модели механизмов голосования, — поскольку статьи в этой области стали математически сложными настолько, что были понятны лишь посвящённым, и утратили связь с политической жизнью [Elster 2007: 461 (рус. пер. цит. по: [Эльстер 2011: 465])].

Прежде чем осудить подобные работы, стоит отметить, что ряд самых полезных прикладных применений экономики основывались на моделях, очень сильно нагруженных математикой и совершенно непонятных внешнему наблюдателю. Теория аукционов, основанная на абстрактной теории игр, практически непрístupна даже для многих экономистов<sup>13</sup>. Однако на её основе были сформулированы принципы аукционов, с помощью которых Федеральной комиссии по связи удалось максимально эффективно распределить национальный частотный спектр между телефонными и телевизионными компаниями, а также привлечь в федеральный бюджет более 60 млн долл. [Golden Goose Award 2014]. Модели соответствия и проектирования рынка, в равной степени математизированные, сегодня при-

<sup>12</sup> Отклонимся от экономической науки и посмотрим видеозапись, где Джон Мейнард Смит, выдающийся теоретик эволюционной биологии, объясняет, почему важно развивать математику (см. <http://www.webofstories.com/play/john.maynard.smith/52.jsessionid=3636304FA6745B8E5D200253DAF409E0>). Мейнард описывает свою неудовлетворённость словесно выраженной теорией, объясняющей, почему некоторые животные (например, антилопы) совершают высокие прыжки во время бега, демонстрируя поведение, называемое «стоттинг» (смотровой прыжок). Это поведение выглядит неэффективным, поскольку снижает скорость движения животного. В теории говорится, что высокие прыжки — это способ показать потенциальному хищнику, что антилопу не стоит преследовать, поскольку она бежит настолько быстро, что может скрыться даже тогда, когда совершает подобные неэффективные движения. Смит вспоминает, как он пытался математически смоделировать этот сценарий, но так и не сумел получить желаемый результат, то есть не доказал, что стоттинг может быть эффективным, если используется как сигнал для хищника.

<sup>13</sup> Относительно недавнее введение в эту теорию см. в работе: [Milgrom 1989]; более детальное описание можно найти в кн.: [Klempereger 2004].

меняются для распределения жителей определённых районов по больницам, а учащихся — по государственным школам. В каждом случае оказалось, что модели, которые выглядели чрезвычайно абстрактными и слабо связанными с реальным миром, много лет спустя нашли множество полезных применений.

Хорошие новости состоят в том, что, вопреки распространённому мнению, математика ради математики не позволяет далеко продвинуться в экономической науке. Ценится «умная математика»: умение по-новому подойти к давно известной проблеме, найти решение неподдающейся проблемы или предложить новый подход к эмпирическому исследованию содержательной проблемы. На самом деле, акцент на математических методах в экономической науке уже давно прошёл свой пик. Сегодня в ведущих журналах намного приветливее принимают эмпирически ориентированные или политически релевантные модели, чем чисто теоретические упражнения в математике. Звёзды профессии и наиболее часто цитируемые экономисты — не гении математики, а те, кто пролил свет на общественно значимые проблемы, такие как бедность, государственные финансы, экономический рост и финансовые кризисы.

### *Простота против сложности*

В том, что не касается математики, экономические модели обычно довольно просты. Чтобы в них разобраться, достаточно, как правило, карандаша и бумаги. В этом одна из причин того, что модели оставляют без внимания многие аспекты реального мира. Но, как мы видели, недостаток реалистичности сам по себе не является поводом для критики. Как отмечал Милтон Фридман, модель, включающая цвет глаз бизнесменов, может быть реалистичнее любой другой, но она не будет лучше всех прочих [Friedman 1953]. И всё же именно от предпосылок зависит, будут некоторые воздействия считаться значимыми или нет. Быть может, голубоглазые бизнесмены в целом глуповаты и систематически занижают цены своих продуктов. Стратегические решения создателя модели о том, что именно стоит упростить ради разрешимости модели, могут значительно повлиять на содержательные выводы.

Не лучше ли предпочесть простоте сложность? Насущность вопросу придают два взаимосвязанных новшества последних лет. Во-первых, грандиозный скачок в вычислительных возможностях и связанное с ним резкое снижение стоимости вычислений облегчили работу с большими вычислительными моделями. Эти модели состоят из тысяч уравнений и учитывают нелинейные связи и сложные взаимодействия. Компьютеры могут решить их, даже если человеческому разуму это не под силу. Хорошо известный пример — климатические модели. Большие вычислительные модели встречаются в экономической науке, хотя редко бывают столь масштабными. Большинство центральных банков применяют модели из множества уравнений для прогнозов экономики и предсказания эффектов денежной и налоговой политики.

Второе новшество — это появление «больших данных» и прогресс в статистических и вычислительных техниках, способных выявлять в таких данных структуры и закономерности. «Большие данные» — это огромный массив количественной информации, создаваемый в ходе нашего пользования Интернетом и социальными медиа, почти полная и непрерывная запись того, где мы находились и чем занимались, минута за минутой. Возможно, мы достигли или вскоре достигнем той стадии, когда выявленные на таких данных закономерности позволят раскрывать тайны социальных отношений. «Большие данные дают шанс увидеть общество во всей его сложности», — пишет один из ведущих сторонников этого подхода [Pertland 2014: 11]. Тогда наши традиционные экономические модели устареют, как устарели конные повозки после появления автомобиля.

Безусловно, сложность на первый взгляд привлекательна. Кто станет отрицать, что общество и экономика являются сложными системами? «Все по-разному представляют себе, что делает сложную си-

стему “сложной”, — пишет математик и социолог Дункан Уоттс, — но общепризнано, что сложность возникает, когда множество взаимосвязанных частей взаимодействуют нелинейным образом». Любопытно, что первый же пример, который приводит Уоттс, это экономика: «Экономика Соединённых Штатов, например, является продуктом индивидуальных действий миллионов людей, а также сотен фирм, тысяч государственных агентств и бесчисленного множества прочих внешних и внутренних факторов, начиная от погоды в Техасе и заканчивая процентными ставками в Китае» [Watts 2011: 2086–2092]. Как замечает Уоттс, нарушения в одной части экономики (например, в ипотечном кредитовании) могут усилиться и вызвать крупные потрясения во всей экономике, подобно «эффекту бабочки» в теории хаоса.

Отсылка Уоттса к экономике достойна внимания, потому что на сегодняшний день ни одна попытка создать крупномасштабную экономическую модель не увенчалась успехом. А если говорить прямо, то я не припомню ни одного важного экономического вывода, сделанного на основе таких моделей. Напротив, они часто вводят в заблуждение. В 1960-х и 1970-х гг., на волне чрезмерного доверия к правильности доминировавшей на тот момент макроэкономической ортодоксии, были созданы несколько больших симуляционных моделей американской экономики, основанных на кейнсианских принципах. В условиях стагфляции конца 1970-х и 1980-х гг. эти модели работали довольно плохо. Впоследствии от них отказались и перешли к «неоклассическому» подходу с рациональными ожиданиями и ценовой гибкостью. Вместо упования на подобные модели было бы намного полезнее одновременно просчитывать в уме несколько небольших моделей — как кейнсианских, так и неоклассических — и понимать, когда пора переходить от одной модели к другой.

Без небольших и более прозрачных моделей большие вычислительные модели совершенно невразумительны. Я имею в виду два момента. Во-первых, встроенные в большие модели предпосылки и поведенческие отношения должны откуда-то браться. В зависимости от того, верите вы в кейнсианскую или в неоклассическую модель, вы создадите разные крупномасштабные модели. Считая, что экономические отношения преимущественно нелинейны либо непоследовательны, вы построите иную модель, чем если полагая, что они линейны и «гладки». Эти предварительные представления не следуют из сложности как таковой; их источником неизбежно является начальное теоретизирование.

Во-вторых, предположим, что можно построить относительно свободные от теории большие модели с помощью техник анализа больших данных, основанных на наблюдаемых эмпирических закономерностях, таких как паттерны потребительских расходов. Модели такого рода способны предсказывать будущее (как это делают модели погоды), но никогда не дадут нового знания, потому что они подобны чёрному ящику: мы видим, что получается на выходе, но не работающий внутри механизм. Чтобы извлечь знание из этих моделей, нам нужно выявить и прицельно изучить скрытые за ними причинно-следственные механизмы, приводящие к тому или иному результату. Соответственно придётся сконструировать уменьшенную версию большой модели. Только после этого можно говорить о понимании происходящего. Более того, когда мы оцениваем предсказания сложной модели — она предсказала нынешнюю рецессию, но предскажет ли следующую? — наше суждение будет зависеть от природы этих скрытых причинно-следственных механизмов. Если они правдоподобны и обоснованны (согласно тем же стандартам, по которым мы оцениваем небольшие модели), то у нас есть основание для уверенности. Но никак не наоборот.

Рассмотрим большие вычислительные модели, которые широко применяются в анализе соглашений о международной торговле между странами. Эти соглашения влияют на политику импорта и экспорта в сотнях отраслей, связанных рынками труда, капитала и других услуг. Изменения в работе одной отрасли затрагивают все остальные. Если мы хотим понимать последствия от введения торговых соглашений в масштабе всей экономики, то нам потребуется модель, которая учитывает все эти взаимодей-

ствия. В принципе, именно это делают так называемые вычислительные модели общего равновесия. Они строятся отчасти на основе уже существующих моделей международной торговли и отчасти на предположениях *ad hoc*, призванных воссоздать наблюдаемые в экономике закономерности (такие как продаваемая за рубежом доля национального выпуска). Именно выводы из этих моделей приводят учёные мужи в СМИ, когда сообщают, скажем, что Трансатлантическое торговое и инвестиционное партнёрство (ТТИП) между США и Европой создаст много-много миллионов долларов экспортных прибылей и личных доходов.

Несомненно, подобного рода модели дают представление о порядке величин, с которыми придётся иметь дело при принятии решения. Но они заслуживают доверия только в той мере, в какой выводы могут быть обоснованы и подтверждены существенно меньшими и простыми моделями. Пока объяснение не станет прозрачным и интуитивно понятным — то есть пока не созданы меньшие по масштабу модели, приводящие к похожим выводам, — сложность сама по себе не даёт особенных преимуществ, кроме разве что большего числа подробностей.

Как тогда быть с конкретными содержательными выводами из сложных моделей, таких как переломные моменты, комплементарность, множественное равновесие или зависимость от пройденного пути? Действительно, «нестандартные» результаты, которыми гордятся сторонники теорий сложности, резко отличаются от более линейного и сглаженного поведения привычных рабочих моделей экономистов. Безусловно верно и то, что иногда такой более заострённый формат лучше подходит для описания событий реального мира. Однако все эти результаты не только могут быть получены в меньших и более простых моделях, но изначально именно в них они и появились. Модели переломных моментов, описывающие внезапную смену агрегированного поведения после того, как достаточное число индивидов изменяют своё поведение, впервые разработал и применил к различным социальным ситуациям Том Шеллинг. Его хрестоматийный пример, разработанный в 1970-х гг., описывает коллапс районов со смешанным составом жителей и их превращение в полностью сегрегированные сообщества после того, как достигнут определённый порог доли покидающего район белого населения. Экономисты уже давно заметили и изучали возможности множественного равновесия, часто в контексте высокостигматизированных моделей. Я приводил пример такой модели в начале этой главы (история о кораблестроителе и игре с координацией). Зависимость от пройденного пути свойственна крупному классу динамических экономических моделей. И далее в том же духе.

Критик скажет, что экономисты считают такие модели исключениями на фоне «нормальных» случаев, для которых используют привычную модель конкурентного рынка. И будет отчасти прав: экономисты склонны слишком часто прибегать к стандартным моделям в ущерб всем другим. В некоторых обстоятельствах простая модель может оказаться, скажем так, чересчур простой. Нам нужно больше подробностей. Но штука в том, чтобы изолировать только те взаимодействия, которые являются значимыми согласно гипотезам, и никакие более. Как следует из приведённых выше примеров, модели могут делать всё это и по-прежнему оставаться простыми. Нет модели, которая всегда лучше других. Запомни: моделей не одна, а несколько.

### *Простота, реализм и реальность*

В исключительно коротком — всего в один абзац — рассказе аргентинского писателя Хорхе Луиса Борхеса «О строгой науке»<sup>14</sup> («Del rigor en la ciencia») говорится о мифической империи из далёкого прошлого, картографы которой очень серьёзно относились к своему делу и стремились к совершенству. Стремясь запечатлеть как можно больше подробностей, они рисовали огромные карты. До размера

<sup>14</sup> Перевод названия Б. Дубина; известны и другие переводы: «О точности в науке» (Е. Лысенко); «О научной точности» (М. Десятова). — *Примеч. ред.*



города выростала карта провинции; карта империи заняла целую провинцию. Со временем даже такой уровень детализации стал недостаточным, и коллегия картографов создала карту империи в масштабе 1 : 1, размером с саму империю. Но следующие поколения, менее преданные искусству картографии и более нуждавшиеся в помощи при мореплавании, не нашли применения этим картам, отвергли их и бросили их в пустыне [Borges 1999].

Рассказ Борхеса иллюстрирует несостоятельность довода о том, что модели должны усложняться, чтобы приносить больше пользы. Экономические модели релевантны и дают нам знание о мире именно *потому*, что они просты. Для релевантности не нужна сложность, и сложность может затруднить обеспечение релевантности. Простые модели — обязательно во множественном числе — это то, без чего невозможно обойтись. Модели никогда не являются истиной; но в моделях есть истина [Mäki 2011]. Мы можем понять мир, лишь упростив его.

## Литература

Чанг Х.-Дж. 2015. *Как устроена экономика*. М.: Манн, Иванов и Фербер.

Эльстер Ю. 2011. *Объяснение социального поведения. Ещё раз об основах социальных наук*. М.: Изд. дом ВШЭ.

Angrist J., Bettinger E., Kremer M. 2006. Long-Term Educational Consequences of Secondary School Vouchers: Evidence from Administrative Records in Colombia. *American Economic Review*. 96 (3): 847–862.

Borges J. L. 1999. On Exactitude in Science. In: Borges J. L. *Collected Fictions* (trans. Andrew Hurley). New York: Penguin; 325.

Card D., Krueger A. 1997. *Myth and Measurement: The New Economics of the Minimum Wage*. Princeton, NJ: Princeton University Press.

Cartwright N. 2007. *Hunting Causes and Using Them: Approaches in Philosophy and Economics*. Cambridge: Cambridge University Press.

Cartwright N. 2008. Models: Fables v. Parables. *Insights*. 1 (11): 2–10.

Cartwright N., Hardie J. 2012. *Evidence-Based Policy: A Practical Guide to Doing It Better*. Oxford: Oxford University Press.

Chang H.-J. 2014. *Economics: The User Guide*. London: Pelican Books.

Elster J. 2007. *Explaining Social Behavior: More Nuts and Bolts for the Social Sciences*. Cambridge: Cambridge University Press.

Friedman M. 1953. The Methodology of Positive Economics. In: Friedman M. *Essays in Positive Economics*. Chicago: University of Chicago Press; 3–43.

Gambetta D. 1998. ‘Claro!’ An Essay on Discursive Machismo. In: Elster J. (ed.) *Deliberative Democracy*. Cambridge: Cambridge University Press; 19–43.

Gibbard A., Varian H. R. 1978. Economic Models. *Journal of Philosophy*. 75 (11) (November): 664–677.



- Golden Goose Award. 2014. «Of Geese and Game Theory: Auctions, Airwaves — and Applications». *Social Science Space*. July 17. URL: <http://www.socialsciencespace.com/2014/07/of-geese-and-game-theory-auctions-airwaves-and-applications>
- Humphrey T. M. 1992. Marshallian Cross Diagrams and Their Uses before Alfred Marshall: The Origins of Supply and Demand Geometry. *Economic Review*. March — April: 3–23.
- Klemperer P. 2004. *Auctions: Theory and Practice*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Leigh D. et al. 2010. Will It Hurt? Macroeconomic Effects of Fiscal Consolidation. In: *World Economic Outlook*. Washington, DC: International Monetary Fund; 93–124. URL: <http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2010/02/pdf/c3.pdf>
- Leijonhufvud A. 1973. Life among the Econ. *Western Economic Journal*. 11 (3) (September): 327–337.
- Mäki U. 2011. Models and the Locus of Their Truth. *Synthese*. 180: 47–63.
- Milgrom P. 1989. Auctions and Bidding: A Primer. *Journal of Economic Perspectives*. 3 (3) (Summer): 3–22.
- Pertland A. 2014. *Social Physics: How Good Ideas Spread — The Lessons from a New Science*. New York: Penguin.
- Pesce M. 2014. The Veto Mechanism in Atomic Differential Information Economies. *Journal of Mathematical Economics*. 53: 33–45.
- Pfleiderer P. 2014. *Chameleons: The Misuse of Theoretical Models in Finance and Economics*. Stanford University. Working Paper No. 3020. URL: <https://www.gsb.stanford.edu/faculty-research/working-papers/chameleons-misuse-theoretical-models-finance-economics>
- Rodrik D. 2012. Why We Learn Nothing from Regressing Economic Growth on Policies. *Seoul Journal of Economics*. 25 (2) (Summer): 137–151.
- Rodrik D., Subramanian A. 2009. Why Did Financial Globalization Disappoint? *IMF Staff Papers*. 56 (1) (March): 112–138.
- Rubinstein A. 2006. Dilemmas of an Economic Theorist. *Econometrica*. 74 (4) (July): 865–883.
- Schelling T. C. 1960. *The Strategy of Conflict*. Cambridge, MA: Harvard University Press; см. также рус. пер.: Шеллинг Т. 2007. *Стратегия конфликта*. М.: ИРИСЭН.
- Schelling T. C. 1978. *Micromotives and Macrobehavior*. New York: W. W. Norton; см. также рус. пер.: Шеллинг Т. 2015. *Микромотивы и макроповедение*. М.: Издательство Института Гайдара.
- Uskali M. 2005. Models are Experiments, Experiments are Models. *Journal of Economic Methodology*. 12 (2): 303–315.
- Watts D. J. 2011. *Everything Is Obvious: Once You Know the Answer*. New York: Random House Inc.

## NEW TRANSLATIONS

Dani Rodrik

# Economics Rules: The Rights and Wrongs of the Dismal Science

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

**Email:** [drodrik@ias.edu](mailto:drodrik@ias.edu)

### Abstract

Economics Rules: The Rights and Wrongs of the Dismal Science is based on a course of lectures on Political Economy (co-authored with Roberto Mangabeira) at Harvard University. This course helped Rodrik to start thinking about economic theory's weaknesses and strengths in order to articulate the opportunities and benefits of the economic method. This book aims to bridge the gap between economists and non-economists. Rodrik argues that it helps to convince scholars from other social sciences that it is just a stereotype that economists believe in universal economic laws. Actually, Rodrik states, there are a lot of various conceptions providing economists with multiple explanations of

the social world and implications which public policy might rely on. Demonstrating economic theory's potential for non-economists is a central message of this book.

The Journal of Economic Sociology is publishing the first chapter "Models at Work" with permission from the Gaidar Institute Publishing House. In this chapter, the author explains what an economic model is, what kind of premises it implies, and for what it is applied. Rodrik draws readers' attention to the fact that there are a number of economic models in economic theory, generated from various theoretical perspectives. The presence of a number of models is a main strength of economic theory.

**Keywords:** economics; economic model; methodology of economic theory; premises of economic models; mathematics and economics; public policy.

### References

- Angrist J., Bettinger E., Kremer M. (2006) Long-Term Educational Consequences of Secondary School Vouchers: Evidence from Administrative Records in Colombia. *American Economic Review*, vol. 96, no 3, pp. 847–862.
- Borges J. L. (1999) On Exactitude in Science. Borges J. L. *Collected Fictions* (trans. Andrew Hurley), New York: Penguin, p. 325.
- Card D., Krueger A. (1997) *Myth and Measurement: The New Economics of the Minimum Wage*, Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Cartwright N. (2007) *Hunting Causes and Using Them: Approaches in Philosophy and Economics*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Cartwright N. (2008) Models: Fables v. Parables. *Insights*, vol. 1, no 11, pp. 2–10.
- Cartwright N., Hardie J. (2012) *Evidence-Based Policy: A Practical Guide to Doing It Better*, Oxford: Oxford University Press.

- Chang H.-J. (2014) *Economics: The User Guide*, London: Pelican Books, 2014; see also: Chang H.-J. (2015). *Kak ustroena ekonomika* [Economics: The User Guide], Moscow: Mann, Ivanon, Ferber Books (in Russian).
- Elster J. (2007) *Explaining Social Behavior: More Nuts and Bolts for the Social Sciences*, Cambridge: Cambridge University Press; see also: Elster J. (2011) *Ob'yasnenie sotsial'nogo povedeniya. Eshche raz ob osnovakh sotsial'nykh nauk* [Explaining Social Behavior: More Nuts and Bolts for the Social Sciences], Moscow: HSE (in Russian).
- Friedman M. (1953) The Methodology of Positive Economics. *Friedman M.: Essays in Positive Economics*. Chicago: University of Chicago Press, pp. 3–43.
- Gambetta D. (1998) 'Claro!' An Essay on Discursive Machismo. *Deliberative Democracy* (ed. J. Elster), Cambridge: Cambridge University Press, pp. 19–43.
- Gibbard A., Varian H. R. (1978) Economic Models. *Journal of Philosophy*, vol. 75, no 11 (November), pp. 664–677.
- Golden Goose Award (2014) "Of Geese and Game Theory: Auctions, Airwaves — and Applications". *Social Science Space*, July 17. Available at: <http://www.socialsciencespace.com/2014/07/of-geese-and-game-theory-auctions-airwaves-and-applications> (accessed 30 April 2015).
- Humphrey T. M. (1992) Marshallian Cross Diagrams and Their Uses before Alfred Marshall: The Origins of Supply and Demand Geometry. *Economic Review*, March/April, pp. 3–23
- Klemperer P. (2004) *Auctions: Theory and Practice*, Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Leigh D., Devries P., Freedman C., Guajardo J., Laxton D., Pescatori A. (2010) Will It Hurt? Macroeconomic Effects of Fiscal Consolidation. *World Economic Outlook*, Washington, DC: International Monetary Fund, pp. 93–124. Available at: <http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2010/02/pdf/c3.pdf> (accessed 30 April 2015)
- Leijonhufvud A. (1973) Life among the Econ. *Western Economic Journal*, vol. 11, no 3 (September), pp. 327–337.
- Mäki U. (2011) Models and the Locus of Their Truth. *Synthese*, no 180, pp. 47–63.
- Milgrom P. (1989) Auctions and Bidding: A Primer. *Journal of Economic Perspectives*, vol. 3, no 3 (Summer), pp. 3–22.
- Pertland A. (2014) *Social Physics: How Good Ideas Spread — The Lessons from a New Science*, New York: Penguin.
- Pesce M. (2014) The Veto Mechanism in Atomic Differential Information Economies. *Journal of Mathematical Economics*, vol. 53, pp. 33–45.
- Pfleiderer P. (2014) *Chameleons: The Misuse of Theoretical Models in Finance and Economics*, Stanford University. Working Paper No. 3020. Available at: <https://www.gsb.stanford.edu/faculty-research/working-papers/chameleons-misuse-theoretical-models-finance-economics> (accessed 30 April 2015).

- Rodrik D. (2012) Why We Learn Nothing from Regressing Economic Growth on Policies. *Seoul Journal of Economics*, vol. 25, no 2 (Summer), pp. 137–151.
- Rodrik D., Subramanian A. (2009) Why Did Financial Globalization Disappoint? *IMF Staff Papers*, vol. 56, no 1 (March), pp. 112–138.
- Rubinstein A. (2006) Dilemmas of an Economic Theorist. *Econometrica*, vol. 74, no 4 (July), pp. 865–883.
- Schelling T. C. (1960) *The Strategy of Conflict*, Cambridge, MA: Harvard University Press; see also: Schelling T. C. (2007) *Strategiya konflikta* [The Strategy of Conflict], Moscow: IRISEN (in Russian).
- Schelling T. C. (1978) *Micromotives and Macrobehavior*, New York: W. W. Norton; see also: Schelling T. C. (2015) *Mikromotivy i makropovedenie* [Micromotives and Macrobehavior], Moscow: Gaidar Institute Press (in Russian).
- Uskali M. (2005) Models are Experiments, Experiments are Models. *Journal of Economic Methodology*, vol. 12, no 2, pp. 303–315.
- Watts D. J. (2011) *Everything is Obvious: Once You Know the Answer*, New York: Random House Inc.

**Received:** September 12, 2015

**Citation:** Rodrik D. (2015) Ekonomika reshaet. Sila i slabost' "mrachnoy nauki" [Economics Rules: The Rights and Wrongs of the Dismal Science (an excerpt)]. *Journal of Economic Sociology = Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 16, no 4, pp. 39–59. Available at <http://ecsoc.hse.ru/2015-16-4.html> (in Russian).

## ДЕБЮТНЫЕ РАБОТЫ

С. В. Вилло

# Проблема формирования доверия к компании в ситуации обеспокоенности заинтересованных сторон



**ВИЛЛО Софья Викторовна** — аспирант Высшей школы менеджмента Санкт-Петербургского государственного университета (ВШМ СПбГУ). Адрес: Россия, 199004, Санкт-Петербург, Волховский пер., д. 3.

Email: villo@gsom.pu.ru

*В статье выделяются управленческие практики, на состояние которых менеджеры могут повлиять в целях формирования доверия заинтересованных сторон к компании в ситуации их обеспокоенности негативными последствиями принимаемых компанией решений. Цель исследования состоит в определении управленческих практик, подрывающих доверие заинтересованных сторон к компании в ситуации их обеспокоенности и в разработке рекомендаций для менеджеров по формированию доверия к компании в таких ситуациях. Теоретическую основу исследования составляют четыре подхода, рассматривающих доверие в контексте отношений «подвергающийся риску — подвергающий риску» как (1) рациональный выбор в условиях риска; (2) акт веры; (3) психологическое состояние и (4) морально нагруженные отношения. Проблема обеспокоенности (risk issue, risk concern) заинтересованных сторон рассматривается на примере промышленного освоения Арктики Группой компаний «Газпром» («Газпром нефть», «Газпром нефть шельф», «Газпром»). В центре внимания исследования — четыре природоохранные организации: Союз охраны птиц России, Фонд дикой природы России, «Гринпис России» и «Беллона-Мурманск». Эмпирическую основу исследования составляют 70 пресс-релизов данных природоохранных организаций, а также 12 других архивных документов, свидетельствующих об обеспокоенности представителей природоохранных организаций по поводу действий компаний Группы «Газпром» при разработке нефтяного месторождения «Приразломное». В процессе эмпирического анализа выделены семь управленческих практик, подрывающих доверие к компании. Подробно рассматриваются причины, по которым данные практики не способствуют формированию доверия к компании, а, напротив, только увеличивают обеспокоенность заинтересованных сторон. По результатам анализа выдвинуты предположения относительно действий, которые менеджеры могут предпринять для того, чтобы сформировать доверие заинтересованных сторон к компании в ситуации их обеспокоенности.*

**Ключевые слова:** обеспокоенность заинтересованных сторон; управленческие практики; доверие; промышленное освоение Арктики; «Газпром»; месторождение «Приразломное»; платформа «Приразломная»; разлив нефти.



## Введение

В общем смысле под *проблемой обеспокоенности* (risk issue, risk concern) понимается ситуация, когда заинтересованные стороны *ожидают*, что действия компании окажут негативное воздействие на их благосостояние. При этом благосостояние заинтересованных сторон трактуется довольно широко — не только как нечто материальное, находящееся в собственности у заинтересованных сторон, но и всё, что представляет для них ценность и относительно чего они начинают беспокоиться, когда ощущают себя подверженными риску. Существование проблемы обеспокоенности признаётся и в социологии, и в управленческих науках. При этом существуют терминологические различия в определении этого феномена между дисциплинами: социологи чаще всего говорят об обеспокоенности общества, или о социальной обеспокоенности, а специалисты по менеджменту — об обеспокоенности заинтересованных сторон, однако, по сути, в обоих случаях имеется в виду позиция определённой части общества. Кроме того, представители обеих дисциплин выделяют *доверие* в качестве важнейшего компонента данной проблемы. Это неудивительно, ведь доверие имеет огромное значение там, где есть *подверженность риску*, и при этом не существует возможности оценить данный риск объективно.

Однако проблема формирования доверия заинтересованных сторон к компании в ситуации их обеспокоенности не получила завершённого рассмотрения в научной литературе. Это обусловлено двумя основными причинами. Во-первых, поведение компании в ситуации обеспокоенности заинтересованных сторон чаще всего анализируется с позиции *компании*. Как отмечали К. Клаасен и Дж. Ролофф, подход, при котором позиция заинтересованных сторон, обеспокоенных действиями компании, не принимается во внимание, не может привести исследователей к исчерпывающим ответам на вопрос о том, какие действия менеджеры в силах предпринять для того, чтобы сформировать доверие к компании в ситуации обеспокоенности заинтересованных сторон [Claasen, Roloff 2012]. Во-вторых, исследователи преимущественно уделяют внимание управленческим практикам, *способствующим* установлению доверия к компании в ситуации обеспокоенности заинтересованных сторон. Управленческие практики, *не способствующие* формированию доверия к компании в ситуации обеспокоенности заинтересованных сторон, не получили адекватного рассмотрения. Тогда как, по мнению М. Паленчара, Т. Хок, Р. Хита, а также П. Флеминга, Дж. Робертса и К. Гарстен, именно анализ *«того, что не работает»*, скорее приведёт к более продуктивным результатам в плане развития теории по формированию доверия к компании в ситуации обеспокоенности заинтересованных сторон и позволит предложить более аргументированные рекомендации для менеджеров [Palenchar, Hocke, Heath 2011; Fleming, Roberts, Garsten 2013].

Цель исследования состоит в определении управленческих практик, подрывающих доверие заинтересованных сторон к компании в ситуации их обеспокоенности, а также в разработке рекомендаций для менеджеров по формированию доверия к компании в таких ситуациях.

В первом разделе статьи понятие «проблема обеспокоенности» (*risk concern*) обсуждается как явление современного общества. Показывается, что проблема обеспокоенности поднимает два взаимосвязанных вопроса — подверженность риску и доверие к тому, кто подвергает риску. Во втором разделе рассматриваются теоретические подходы, проясняющие проблематику доверия в контексте отношений «подвергающийся риску — подвергающий риску». Эти подходы рассматривают доверие как (1) рациональный выбор в условиях риска; (2) акт веры; (3) психологическое состояние и (4) морально нагруженные отношения. В третьем разделе описывается кейс «Газпром — Арктика». Четвёртый раздел освещает процесс сбора и анализа данных, а пятый — основные результаты анализа. В пятом разделе выделяются управленческие практики, подрывающие доверие заинтересованных сторон к компании в ситуации их обеспокоенности. При этом подробно обсуждаются причины, по которым данные практики подрывают доверие. Далее, в шестом разделе, формулируются предположения относительно

но управленческих практик, которые, напротив, способны помочь менеджерам сформировать доверие заинтересованных сторон к компании в ситуации их обеспокоенности. Сформулированные выводы подкрепляются мнениями исследователей, анализирующих проблему доверия в контексте отношений «подвергающийся риску — подвергающий риску».

## 1. Понятие «проблема обеспокоенности»

Любая компания вовлечена в отношения обмена и трансакции с различными заинтересованными сторонами. Взаимообмен не только включает денежные или материальные ресурсы и информацию, но также подразумевает легитимность [Salancik, Pfeffer 1978]. Проблема обеспокоенности представляет собой частный случай ситуаций, когда легитимность действий компании ставится под сомнение [Beckert, Zafirovski 2013: 621] (см. также: Livesey 2001; Greenwood et al. 2008).

Доминирующий подход к определению проблемы обеспокоенности заинтересованных сторон сводится к трактовке таких ситуаций, как *конфликт* (conflict) или *противоречия* (controversy) между компанией и заинтересованными сторонами. В качестве причин возникновения конфликта выделяются различия между компанией и заинтересованными сторонами в трактовках *рискованности* действий [Thomas, Dunster, Green 1981; Brodeur 1985; Bowen 2009], а также *приемлемости* методов и способов, с помощью которых компания планирует снизить риск [Leisis 2001]. Понятие «риск» в этом контексте связывается с возможностью негативного влияния на благосостояние заинтересованных сторон.

Проблема обеспокоенности — особое явление современного общества. Такое мнение выражают социальные антропологи [Douglas 1992; Gellner 2008] и социологи [Бек 2000]. Наблюдения, сделанные ими в 1980–1990-х гг., свидетельствуют о том, что мир вступает в новую культурную фазу, отличающуюся повышенной чувствительностью к справедливости и *непринятием подверженности риску*. В таких условиях в обществе естественным образом складывается уникальная система предписания вины, предусматривающая и поощряющая наложение санкций на тех, кто подвергает общество риску. «То общество, в котором мы сейчас находимся, готово рассматривать каждую смерть как относящуюся на чей-то счёт, каждое происшествие — как обусловленное чьей-то преступной халатностью... Каждому случаю угрожает судебное расследование» [Douglas 1992: 15]. При этом сама модель предписания вины достаточно проста: «Модернизация как причина, ущерб как побочное следствие» [Бек 2000: 49]. В результате, как справедливо отмечают авторы, у компаний повышается опасность столкновения с направленным против них общественным беспокойством.

Отличительная черта проблемы обеспокоенности — её привязанность к угрозам, *ожидаемым в будущем* [Бек 2000; Луман 2013]. Именно будущее, по мнению социологов, формирует проблемы настоящего в современном обществе, является конструктом переживаний и действий. Общество ожидает, что бизнес будет активен *сегодня*, с тем чтобы «предусмотрительно устранить или смягчить проблемы *завтрашнего и послезавтрашнего дня*» [Бек 2000: 53]. В результате перед корпорациями возникает нетривиальная задача: необходимо легитимировать свои действия по отношению к ещё *не наступившим* событиям и угрозам. Очевидно, что обеспечение легитимности в ситуации обеспокоенности потребует действий, отличных от тех, что необходимы в случае наступления конкретного негативного события [Greenwood et al. 2008: 55, 64–65].

Н. Луман добавляет, что проблема обеспокоенности, в принципе, возникает в связи с тем, что компания и общество смотрят на появление возможного ущерба в будущем с принципиально разных позиций [Луман 2013]. Компания рассматривает возможный ущерб как следствие *собственного* решения. Тогда как общество (или определённая его часть) связывает возможный ущерб своему благосостоянию с решениями компании, то есть «с причинами, находящимися *вне собственного контроля*» [Луман 2013].

Другими словами, компания воспринимает будущее в *перспективе риска*, а заинтересованные стороны — в *перспективе опасности*. (В работе Н. Лумана проблема обеспокоенности фактически обозначается как проблема риска/опасности.)

В итоге центральным вопросом для обеспечения легитимности компании в ситуации обеспокоенности становится вопрос о приемлемости риска, *привносимого её действиями*. Именно в связи с этим и появляется категория доверия. С точки зрения социологов, обеспокоенность будущим ущербом — опасностью, которую таят решения отдельных групп или лиц, — обуславливает «возросшую значимость доверия как средства нейтрализации риска и противодействия неопределённости» [Фреик 2006:12]. Доверие становится «способом примириться со сложностью будущего, порождённого технологией» [Luhman 1979 (цит. по: [Фреик 2006:12])]. На баланс доверия и приемлемого риска, как отмечал Э. Гидденс, будет опираться опыт безопасности (см. [Заболотная 2003: 68]).

Наконец, заметим, что для компании отсутствие доверия в ситуации обеспокоенности заинтересованных сторон чревато различными негативными финансовыми и нефинансовыми последствиями, такими как задержка проекта, неприятные заголовки в СМИ, потери на рынках сбыта и т. п. Кроме того, как подчёркивают С. Вачани, Й. Дох и Х. Тиген, ситуации обеспокоенности способны привести к увеличению *транзакционных издержек*: менеджеры могут столкнуться с трудностями при заключении сделок с поставщиками или дистрибьюторами, при получении разрешений от органов местного самоуправления и в других случаях [Vachani, Doh, Teegen 2009]. Уникальность таких ситуаций состоит в том, что заинтересованные стороны, выражающие обеспокоенность, часто рассматриваются менеджерами как второстепенные, слабые, нелегитимные и т. п. [Hart, Sharma 2004]. Однако во многих случаях совокупный объём негативных последствий зависит от соответствия поведения компании взглядам и мнениям именно групп обеспокоенных лиц.

## **2. Доверие в социальных и управленческих науках: контекст подверженности к риску**

Итак, проблема обеспокоенности вскрывает отношения между тем, кто подвергает риску, и тем, кто подвергается риску. В данном разделе будут рассмотрены основные подходы, в рамках которых возможно обсуждение доверия в контексте отношений «подвергающийся риску — подвергающий риску», то есть доверие будет проанализировано как:

- рациональный выбор в условиях риска;
- акт веры;
- психологическое состояние;
- морально нагруженные отношения.

### *Доверие как рациональный выбор в условиях риска*

Для иллюстрации данного подхода часто цитируют П. Штомпку: «Доверие — это ставка на то, как другие поведут себя в будущем» (см.: [Sztompka 1999: 21] (цит. по: [Веселов 2004: 21])). В целом рациональный подход подразумевает возможность просчёта ожидаемой полезности с учётом выгод и потерь от оправдания или неоправдания доверия и соответствующих им вероятностей [Gambetta 1988; Coleman 1990]. Минусы данного подхода связаны с нечётким или даже искажённым определением причин доверия. Прежде всего предполагается, что решение о доверии будет положительным, если ожидаемые выгоды от оправдавшегося доверия перевесят ожидаемые потери от доверия неоправдавшегося [Coleman 1990]. Однако такой подход может направить менеджеров по неверному пути — к формированию доверия к компании со стороны обеспокоенных заинтересованных сторон. Как точно

отмечала А. Купрейченко, «бесполезно бороться с недоверием, увеличивая весомость выгод и благ, которые субъект может приобрести в результате доверия... Скидки на билеты или повышение комфортабельности авиалайнеров не способны снизить недоверие к воздушному транспорту» [Купрейченко 2008: 97]. Кроме того, по логике данного подхода получается, что заинтересованные стороны, считающие себя подверженными риску со стороны компании, могут ей доверять, если обеспечат себе «подушку безопасности» на случай неоправдавшегося доверия (например, застрахуют потери своего благосостояния на случай загрязнения почвы). Однако в действительности это представляется слабой причиной для того, чтобы питать доверие к компании в ситуации обеспокоенности.

### *Доверие как акт веры*

Определение доверия как веры, не основанной на просчитываемом выборе, противопоставляется предыдущему подходу. Доверие в этом случае представляется механизмом снижения неопределённости не потому, что существует возможность просчитать свой выбор, а потому, что можно положиться на другого [Luhmann 1979]. Сторонники такого подхода трактуют доверие, скорее, как убеждение в том, что, несмотря на риски, хороший результат будет достигнут [Nooteboom 2002], в том числе вследствие «веры в то, что будущие действия другого не нанесут ущерба» [Купрейченко 2008: 48]. Изучая покупателей, Дж. Канг и Г. Хустведт определяют доверие к компании в ситуации обеспокоенности как веру в то, что действия и поведение компании мотивированы позитивными намерениями в отношении благосостояния заинтересованных сторон [Kang, Hustvedt 2014: 255]. Общая идея этих исследователей состояла в том, что формирование такой веры должно основываться на организации бизнес-процессов компании сообразно глубинному пониманию важных для заинтересованных сторон ценностей и убеждений. Соответственно, в отсутствие подобной согласованности у заинтересованных сторон не будет оснований для доверия.

### *Доверие как психологическое состояние*

При определении доверия как психологического состояния одним из ключевых понятий становится «уязвимость» (*vulnerability*), или «подверженность риску». Доверие трактуется как «психологическое состояние, включающее намерение принять собственную уязвимость (или согласиться на подверженность риску) и основывающееся на позитивных ожиданиях относительно намерений или поведения другого» [Rousseau et al. 1998: 395]. Доверие связывается с восприятием действий противоположной стороны как ненамеренности причинения вреда [Заболотная 2003: 68]. Важно, что с этой точки зрения формирование доверия требует от индивида выражения обеспокоенности относительно благосостояний других индивидов, которым его действия могут причинить вред [Rempel et al. 1985; Chua et al. 2008]. В контексте проблемы обеспокоенности в качестве одной из форм проявления заботы или участливого отношения рассматривается прозрачность информации, а точнее — готовность менеджеров предоставить релевантную информацию в ответ на обеспокоенность заинтересованных сторон [Simola 2003; Nielsen, Dufresne 2005; Weitzner, Darroch 2010].

### *Доверие как морально нагруженные отношения*

При определении доверия как морально нагруженных отношений предполагается, что доверие к тому, кто подвергает риску, возникнет тогда, когда противоположная сторона (то есть тот, кто подвергается риску) воспримет его (того, кто подвергает риску) добрую волю (*good will*) [Baier 1986]. При этом восприятие доброй воли рассматривается как связанное с моральными качествами индивида либо организации или с позитивной реакцией на морально нагруженные ожидания [McLeod 2002]. С этой точки зрения в качестве важнейшего фактора доверия к компании в ситуации обеспокоенности выделяется *диалог* между менеджерами и заинтересованными сторонами [Grolin 1988; Heugens, Dentchev 2007;



O’Riordan, Fairbrass 2008; Heath, Ni 2010]. Именно диалог, по мнению исследователей, характеризует добрые намерения и добрую волю компании [Bowen 2009].

### 3. Описание кейса «Газпром» — Арктика»

Кейс «Газпром» — Арктика» приобрёл известность в 2013 г. благодаря акции «Гринпис». Однако промышленное освоение Арктики Группой компаний «Газпром» имеет довольно продолжительную историю. То же можно сказать и об истории отношений между Группой компаний «Газпром» и общественными экологическими организациями. Первые признаки обеспокоенности природоохранных организаций относительно действий Группы компаний «Газпром» в Арктике можно обнаружить уже в 2004 г., когда в информационном бюллетене Союза охраны птиц России появились упоминания о месторождении «Приразломное» как об опасном для птиц объекте нефтегазового комплекса. В 2011 г. природоохранные организации Союз охраны птиц России, Фонд дикой природы России, «Гринпис России» и «Беллона-Мурманск» выпустили совместное заявление, в котором указывали основные причины своей обеспокоенности. Впоследствии они пристально следили за действиями компании в Арктике и делали всё возможное для привлечения внимания общественности.

Экологические НКО высказывали свою обеспокоенность преимущественно относительно действий таких компаний Группы «Газпром», как «Газпром нефть» и «Газпром нефть шельф». «Газпром» недолго был активным участником промышленного освоения Арктики и в конце концов передал компанию «Газпром нефть шельф» — оператора платформы «Приразломная» — в собственность «Газпром нефти».

Заметим, что проблема обеспокоенности промышленным освоением месторождения «Приразломное» представляет собой довольно типичную ситуацию, когда обеспокоенность отдельных лиц возникает в связи с началом компанией своей операционной деятельности на новой географической территории. В то же время рассматриваемая ситуация уникальна по географическому региону. Арктика является ценным географическим регионом не только для российского государства, имеющего на неё юридические права. Во всём мире Арктику называют «фабрикой климата Земли». Таким образом, рассматриваемый нами случай удовлетворяет двум возможным условиям, при наличии которых можно проводить единичный кейс-стади [Yin 2003: 40–43]: это типичная (*typical case*) и в то же время уникальная ситуация (*unique case*).

В целом рассмотрение ситуации обеспокоенности в контексте экологических рисков обусловлено тем, что и социологи [Douglas, Wildavsky 1982], и авторы управленческой литературы [Wade-Benzoni et al. 2002, Livesey 2001; 2002] выделяют экологические проблемы в качестве *наиболее контрастных*. По мнению М. Дуглас и А. Вилдавски [Douglas, Wildavsky 1982], К. Уэйд-Бенцони и его коллег [Wade-Benzoni et al. 2002], а также Ш. Ливси [Livesey 2001; 2002], экологические риски обнаруживают противоречия между *идеологическими* оппонентами — компанией, придерживающейся интересов прибыли и технологического прогресса, и НКО, не считающими целесообразным приносить в жертву природу ради прибыли и технологического прогресса.

Сама природа не может оспорить приемлемость процесса управления экологическими рисками со стороны компании, поэтому в ряде случаев в её защиту вынуждены выступать природоохранные организации.

Наконец, заметим, что рассмотрение общественных экологических организаций в качестве заинтересованных сторон, высказывающих обеспокоенность относительно действий Группы компаний «Газпром» в Арктике, обосновано тем, что именно позиция данной группы лиц в итоге стала источником



репутационных потерь для рассматриваемых компаний. Исполнительному директору компании «Газпром нефть шельф» пришлось дать два интервью и последовательно прокомментировать основные аргументы экологов. Кроме того, можно заметить, что отчёты компании «Газпром нефть» по устойчивому развитию начиная с 2013 г. отличаются повышенным вниманием к теме снижения репутационных рисков в области экологической безопасности.

#### 4. Сбор и анализ данных

Для целей исследования анализу подвергалось содержание пресс-релизов экологических НКО за июнь 2005 г. — октябрь 2014 г., а также некоторых других источников информации — официальных писем от представителей экологических НКО председателю правления «Газпром нефти», генеральному директору компании «Газпром нефть шельф» и генеральному прокурору Российской Федерации, подготовленные экологами отчёты об оценке экологической политики Группы компаний «Газпром», рабочие справки об истории обращений экологических НКО в компании Группы «Газпром» и прочие архивные документы. Всего были проанализированы 82 архивных документа, из них 70 — пресс-релизы. Таблица 1 отражает распределение пресс-релизов по рассматриваемым природоохранным организациям.

Таблица 1

Пресс-релизы экологических НКО

НКО	Количество пресс-релизов
Фонд дикой природы России	15
«Гринпис России»	33
«Беллона России»	17
Союз охраны птиц России	5
ИТОГО	70

Выбор архивных документов в качестве исходных данных для эмпирического анализа был обоснован несколькими причинами. Прежде всего это содержательность архивных документов, представляющих наиболее полную аргументацию позиции экологических НКО, а также продолжительность истории проектов Группы компаний «Газпром» в Арктике. В связи с этим респондентам со стороны экологических НКО было бы довольно сложно охватить все проблемные аспекты, подрывающие доверие к рассматриваемой Группе компаний.

Все релевантные пресс-релизы и архивные документы, подготовленные экологическими НКО за рассматриваемый период, были полностью прочитаны в ходе предпринятого исследования. Анализ данных происходил в несколько этапов. На первом этапе были идентифицированы все фразы, касающиеся реализации отдельных управленческих практик менеджерами компаний «Газпром», «Газпром нефть шельф» и «Газпром нефть». На втором этапе уточнялись *категории* данных практик, вызывающих беспокойство экологических НКО (например, непрозрачность, двойные стандарты, формальный диалог и т. п.). На третьем этапе проверялось соответствие идентифицированных фраз об управленческих практиках наименованиям их категорий. В случае несоответствия между идентифицированными фразами об управленческих практиках и наименованиями категорий автором производились необходимые корректировки.

#### 5. Результаты анализа

По итогам анализа были выделены семь основных управленческих практик, провоцировавших повышение беспокойства экологических НКО рискованностью освоения месторождения «Приразломное» для безопасности природы. Эти практики включают следующие признаки:

- непрозрачность проектной документации;
- недостаток диалога и ограниченное вовлечение заинтересованных сторон;
- реактивный подход к экологической безопасности с низкой степенью исполнения;
- экологическая безответственность при осуществлении наземных проектов;
- двойные стандарты поведения;
- декоративная ответственность;
- искажённая информация относительно опыта в обеспечении экологической безопасности.

Таблица 2 отражает количество упоминаний о таких практиках в пресс-релизах экологических НКО. Значок «v» показывает, в отношении какого предполагаемого экологами негативного события было сделано это упоминание (катастрофический разлив нефти, малые разливы или и то и другое).

Выделенные управленческие практики рассматривались экологами как *доказательства* будущих неприятностей, как *основания* предполагать, что наступит катастрофический разлив нефти или проявятся малые загрязнения, либо случится и то и другое. Например, согласно таблице 2, формальный диалог расценивался экологами в качестве индикатора повышенной вероятности наступления как *катастрофического* разлива нефти, так и её *малых* разливов. В свою очередь, смещённая коммуникация о произошедших авариях на наземных нефтепроводах интерпретировалась экологами только как индикатор повышенной вероятности *малых* разливов нефти в Арктике.

Данные практики появлялись в пресс-релизах экологических НКО в качестве обоснования предпринимаемых ими *активных действий* в отношении Группы компаний «Газпром». Формы активных действий экологических НКО варьировались — от выпуска совместного заявления в 2011 г. до акций 2012 и 2013 гг. и номинации «Газпрома» на международную «Премия позора» (*Public Eye Award*). Примечательно, что пики упоминаний о данных практиках не только проявлялись в связи с предпринятыми активными действиями, но и предшествовали активным действиям в отношении рассматриваемых компаний. В связи с этим обсуждение причин, по которым выделенные практики укрепляли опасения экологов относительно наступления катастрофического разлива или малых разливов нефти, становится более значимым.

### *Непрозрачность проектной документации*

Основная причина, по которой непрозрачность проектной документации вызывала беспокойство и недоверие экологических НКО, состояла в том, что в таких условиях отсутствовала возможность оценить безопасность проекта. Как, например, можно убедиться в том, что в случае разлива нефти загрязнение не достигнет заповедников, расположенных на близлежащих к платформе островах, если на сайте компании *«нет ни проектной документации, ни материалов открытого общественного обсуждения проекта»* (Союз охраны птиц России, август 2011)?

Вдобавок — и это было не менее важной проблемой — непрозрачность порождала разнообразные формы негативного восприятия компании. Экологи подозревали компанию в коррупции, ставили под сомнение безопасность проекта, эффективность реактивных мер при наступлении нештатной ситуации, обвиняли компанию в намеренном сокрытии своей финансовой и технической неготовности, а также в нарушении базовых требований законодательства (см. табл. 3).

Таблица 2

**Управленческие практики, увеличивающие обеспокоенность экологических НКО относительно промышленного освоения Арктики Группой компаний «Газпром»**

Управленческие практики	Количество упоминаний в пресс-релизах	Катастрофический разлив нефти	Малые разливы нефти
Непрозрачность проектной документации:	120		
— невозможность оценить безопасность проекта;	40	v	v
— прямой отказ экологам в получении документов;	33	v	v
— неисполнение обещаний о прозрачности;	4	v	v
— неисполнение рекомендаций Арктического совета;	17	v	
— неадекватный подход к управлению экологическими рисками;	9	v	v
— разнообразные формы негативного восприятия компании	17	v	v
Недостаток диалога и ограниченное вовлечение заинтересованных сторон:	60		
— неадекватный подход к управлению экологическими рисками;	32	v	v
— нежелание вести диалог;	17	v	v
— формальный диалог;	7	v	v
— неисполнение обещаний о диалоге	4	v	v
Реактивный подход к экологической безопасности с низкой степенью исполнения:	42		
— неисполнение законодательных требований;	23	v	
— исполнение минимально необходимого по закону;	6	v	v
— неконкретность;	2		v
— ошибки и очевидная недоработанность	11	v	
Экологическая безответственность при осуществлении наземных проектов	32		v
Двойные стандарты поведения:	23		
— в реализации национальных и зарубежных проектов;	7	v	v
— в поведении дочерних предприятий;	5		v
— в поведении компании-партнёра;	9	v	v
— в поведении между головной компанией и дочерними предприятиями	2		v
Декоративная ответственность	9	v	v
Искаженная информация относительно опыта в обеспечении экологической безопасности:	9		
— в отношении аварий на наземных нефтепроводах;	6		v
— в отношении более масштабных происшествий	3	v	

В совокупности формы негативного восприятия, порождённые непрозрачностью, способствовали убеждённости экологических НКО в том, что основным аргументом компании является тезис *«разливы нефти быть не может, потому что их не может быть»* («Беллона», декабрь 2013).

Кроме того, обеспокоенность экологических НКО увеличивалась вследствие недружественного и даже безучастного поведения компании: обещания об обеспечении прозрачности не исполнялись, *«оставаясь на словах у руководства “Газпрома”»* («Беллона», сентябрь 2011), на просьбы о предоставлении проектных материалов был получен прямой отказ, либо создавались препятствия к работе с этими

материалами. Например, проектная документация предоставлялась для изучения «без копирования и фотографирования», и только «в офисе “Газпром нефть шельфа” в Москве в рабочие дни» (Союз охраны птиц России, октябрь 2013).

Таблица 3

**Влияние непрозрачности на восприятие заинтересованных сторон**

Формы негативного восприятия	Характерная цитата
Подозрения в коррупции	<i>Значительно осложняет процесс и повышает стоимость проекта коррупция, признаком которой является отсутствие прозрачности компаний</i> (Гринпис, август 2011)
Сомнения в безопасности проекта	<i>Компания отказалась предоставить материалы экологической оценки проекта на общественную экспертизу, тем самым поставив под сомнение безопасность проекта</i> («Беллона», ноябрь 2011)
Неэффективность мер в случае возникновения нештатных ситуаций	<i>(«Региональный план ликвидации аварийных разливов нефти» и «Федеральный план ликвидации разливов нефти». — С. В.) отсутствуют в открытом доступе в Интернете. Нет уверенности, что с ним ознакомлены даже те структуры и силы, которым предстоит участвовать в реализации этих планов</i> (World Wildlife Fund (WWF) — Всемирный фонд дикой природы в России, «Замечания по оценке воздействия месторождения «Приразломное» на окружающую среду», 2010)
Намерения компании скрыть свою неготовность	<i>Компания так и не представила для широкого обсуждения «План ликвидации аварийных разливов нефти» и отказывается разговаривать с экологическими организациями. Всё это подтверждает, что «Газпром нефть шельф» усиленно пытается скрыть свою неготовность, техническую и финансовую, к ликвидации возможной экологической катастрофы в Арктике</i> («Беллона», ноябрь 2011)
Подозрения в нарушении базовых требований законодательства	<i>Полный текст («Плана ликвидации аварийных разливов нефти». — С. В.) «Газпром нефть шельф» так и не опубликовал. То есть часть важной информации остаётся закрытой... Это значит, что могут не выполняться требования федеральных законов</i> («Гринпис», апрель 2014)

Помимо этого, обеспокоенность экологических НКО усиливалась тем, что прозрачность проектной документации является одной из рекомендаций Арктического совета, а компания нарушает эти меры, разработанные специально для Арктики («Гринпис», июнь 2012; WWF России, август 2011).

Недостаточная прозрачность также рассматривалась экологическими НКО в качестве элемента неадекватного или неэффективного управления экологическими рисками, в результате чего могут остаться не выявленными потенциальные источники опасности. Прозрачность проектной документации, по мнению экологических НКО, необходима для того, чтобы компетентные заинтересованные стороны могли прокомментировать планируемые компанией действия ради достижения общей цели — повышения готовности к ликвидации масштабных разливов нефти. С позиции экологических НКО, неотъемлемым элементом управления рисками экологической безопасности (как и любыми техногенными рисками) является представление проектных материалов лицам или группам лиц с потенциально другой точкой зрения. Иными словами, экологи, по сути, апеллировали к здравому смыслу: взгляд со стороны способен вскрыть, возможно, упущенные недоработки.

*Саяно-Шушенская ГЭС, Мексиканский залив, «Фукусима» — эти три трагических события доказали, что нужен незамысленный взгляд на развитие крупных уникальных проектов. (Общественная. — С. В.) экспертиза и будет таким взглядом. Специалисты «Газпром нефть шельфа» это всё понимают, но разговаривают как атомщики: «У нас всё безопасно!». Это для них как молитва. И я их понимаю. Но есть другая точка зрения людей, которые могут*

*посмотреть совершенно иным взглядом, задать неожиданные вопросы. Но для этого нужно прочитать документы! А их не дают («Беллона», апрель 2011).*

### **Недостаток диалога и ограниченное вовлечение заинтересованных сторон**

Недостаток диалога и ограниченное вовлечение заинтересованных сторон также рассматривались экологическими НКО в качестве элементов *неэффективного* или *неадекватного* подхода к управлению экологическими рисками, при котором остаются невыявленными потенциальные источники опасности (и в этом была основная причина увеличения обеспокоенности экологов подобной практикой). По мнению экологов, консультации с широким кругом заинтересованных сторон являются основополагающим элементом управления экологическими рисками. В условиях возможного катастрофического разлива нефти компания должна учитывать мнения и квалификации всех заинтересованных сторон, активно вовлекать опыт и знания природоохранных неправительственных организаций:

*После аварии в Мексиканском заливе нефтяная индустрия должна гораздо больше внимания уделять вопросам оценки всех рисков. Один из столпов в этой работе — широкие консультации со всеми заинтересованными сторонами. Похоже, «Газпром нефть шельф» ведет в этой части бизнес по старинке, особо не пытаясь привлечь общественность к консультациям (WWF России, декабрь 2010).*

Дополнительный фактор обеспокоенности экологических НКО — формальный диалог (проведение диалога «для галочки»). Экологические НКО были обеспокоены тем, что компания относится к диалогу *формально* («Беллона», декабрь 2011), *то есть* уходит от темы, уклоняется от прямых ответов, ограничивает время на проведение диалога так, что «экологам удаётся лишь озвучить системные проблемы экологической политики “Газпрома”», а на то, чтобы «задать вопросы и выработать план дальнейшего взаимодействия», времени не остаётся.

*Когда мы задаём компании прямые вопросы о том, например, как они будут ликвидировать разливы нефти в ледовых условиях, прямых ответов не получаем. Мы садимся обсуждать проблемы «Приразломного», а разговор уводится на Штокман (Штокмановское газовое месторождение. — С. В.), например. Это можно назвать как угодно, но не диалогом («Беллона», октябрь 2013).*

Повышению обеспокоенности экологических НКО также способствовало неисполнение обещаний о диалоге — например, срыв запланированных встреч, когда «к началу семинара выясняется, что никого из представителей компании нет, и задавать огромное количество вопросов просто некому» («Беллона», ноябрь 2011). Подобная практика формировала у экологов восприятие неготовности и нежелания компании обсуждать различные острые вопросы, сопутствующие нефтяной отрасли (ликвидацию разливов нефти в ледовых условиях Арктики, доступность адекватных технологий и т. п.) Наконец, с точки зрения каждой из рассматриваемых экологических НКО, диалог между компанией и общественными организациями невозможен без доступа к информации. В наиболее явном виде эта точка зрения была обозначена WWF России:

*Для диалога необходимо наличие, по крайней мере, предмета обсуждения и доброй воли сторон. После того как «Газпром нефть» отказала общественным организациям в доступе к заключениям государственной экологической экспертизы и «Планам предупреждения и ликвидации разливов нефти», по нашему мнению, исчез предмет обсуждения... Без доступа к этим материалам диалог был и остаётся бессмысленным (WWF России, октябрь 2013).*



## *Реактивный подход к экологической безопасности с низкой степенью исполнения*

Предлагаемые компанией превентивные меры в области экологической безопасности вызывали обеспокоенность экологических НКО по ряду причин. Во-первых, неисполнение законодательных требований в процессе разработки превентивных мер сигнализировало о том, что компания не может обеспечить соответствие даже *базовым требованиям* к безопасности («Гринпис», декабрь 2013). Во-вторых, исполнение минимально необходимого по закону также не снижало обеспокоенности экологических НКО, поскольку, с их позиции, законодательство определяет лишь круг *стандартных* мер, которые не могут быть достаточными для таких уникальных проектов, как разработка нефтяных месторождений на шельфе Арктики.

*Компания конечно же разработала систему предупреждения, и спасательную вахту у платформы будут нести ледоколы-снабженцы. Они оснащены необходимым оборудованием: для локализации нефтяного пятна есть боновые ограждения, а для сбора разлитой нефти — скиммеры и специальные тралы. То есть она подготовила стандартный набор сил и средств, применяемый сейчас всеми нефтяными фирмами. Вот только хватит ли его для ликвидации разлива в условиях Арктики?» («Беллона», апрель 2011).*

Беспокойство вызывали также неконкретность программы мониторинга окружающей среды, ошибки в анализе орнитофауны в зоне потенциального воздействия проекта, а также очевидная недоработанность мер по ликвидации аварийных разливов нефти. В последнюю категорию (очевидная недоработанность мер) вошли «15 лопат, 15 ведер и 1 кувалда», которые значились в списке оборудования для очистки берегов Арктики, что, по мнению экологов, совершенно не соотносилось с возможными масштабами катастрофы.

## *Экологическая безответственность при осуществлении наземных проектов*

Как показало проведённое исследование, в увеличении обеспокоенности промышленным освоением Арктики сыграли роль управленческие практики, которые не были напрямую связаны с действиями компании по разработке месторождения «Приразломное». Наибольшее влияние оказывала экологическая безответственность, то есть нежелание компании изменять процессы, наносящие вред окружающей природной среде. В пресс-релизах экологических НКО речь шла об отсутствии безаварийного опыта работы на наземных нефтяных месторождениях. Практика, при которой компания «*на своих наземных месторождениях допускает около 3000 разливов нефти ежегодно*» («Гринпис России», апрель 2013), заставляла экологические НКО сомневаться в том, что в морских арктических проектах компания будет вести себя более ответственно, и ей в итоге удастся избежать загрязнения хрупкой арктической природы.

## *Двойные стандарты поведения*

Не менее значительное влияние на обеспокоенность экологических НКО оказывали *двойные стандарты поведения* Группы компаний «Газпром», а именно различная степень соблюдения принципов, законов и правил в отношении однотипных ситуаций или действий. Так, двойные стандарты ведения национальных и зарубежных проектов очевидным образом ставили под сомнение безопасность арктических проектов для окружающей природной среды. Наблюдая за действиями компании, экологи заключали, что «*в международных проектах “Газпром” старается выглядеть более “зелёным”, соблюдая нормы международного законодательства и беря на себя дополнительную ответственность... в то время как при реализации проектов внутри страны компания пренебрегает этими стандартами и подходами*» («Беллона России», декабрь 2011). В связи с этим представители экологических орга-

низаций не были уверены в том, что, реализуя очередной национальный проект, компания будет руководствоваться более высокими стандартами поведения. Недоверие к компании подпитывали также двойные стандарты в поведении дочерних предприятий, свидетельствующие о *«неготовности менеджмента добиваться выполнения единых корпоративных политик всеми дочерними подразделениями»* [Книжников, Рогожин 2012: 4]. Дополнительным источником недоверия служили двойные стандарты поведения *между головной компанией и дочерними предприятиями*. Экологи констатировали, что в отношении ряда экологических вопросов, которые могут быть особенно актуальными для Арктики (например, изменение климата), более высокие стандарты поведения свойственны головной компании, нежели дочерним предприятиям. Наконец, недоверие поддерживалось двойными стандартами поведения компании Shell — предполагаемого партнёра компании «Газпром нефть» — в реализации арктических проектов. Экологи опасались типичной проблемы несоблюдения крупными нефтяными компаниями из развитых стран высоких стандартов экологической ответственности при реализации проектов на территории развивающихся стран. Это наблюдение вкупе со слабым российским экологическим законодательством представлялось экологами очевидным доказательством будущих неприятностей.

### **Декоративная ответственность**

Практики декоративной ответственности — это действия компании, направленные на создание образа экологически или социально ответственной организации, но реально не решающие проблем, вызывающих беспокойство заинтересованных сторон. К подобным практикам в нашем случае относились спонсорство футбольных клубов, различных спортивных или культурных мероприятий, помощь паркам, сбор макулатуры и даже посадка деревьев. Несмотря на свой позитивный характер, подобные практики не могли решить актуальных для Арктики проблем, поэтому рассматривались экологами как попытка отвлечь внимание общественности. В совокупности практики декоративной ответственности создавали впечатление, что компании более важен её имидж, нежели интересы природы.

*«Газпром» не так давно подвёл итоги 2013 г., объявленного в России «Годом экологии». Такие пункты отчёта, как помощь паркам, сбор макулатуры и посадка деревьев, кажутся забавными на фоне критики потребительского отношения компании к природе, с которой не раз выступала мировая общественность («Беллона», январь 2014).*

### **Искажённая информация относительно опыта в обеспечении экологической безопасности**

Согласно архивным документам экологических НКО, искажённость проявлялась в том, что компания публиковала только позитивную информацию о результатах своей деятельности в области экологической безопасности, не отражающую реальную ситуацию. Так, не предоставлялась информация ни об объёме утечек, ни о количестве аварий на наземных нефтепроводах (то есть о тех самых маломасштабных, но частых загрязнениях). Кроме того, экологи отмечали, что компания не предоставляла информацию о более масштабных происшествиях, за которые, по их мнению, она несла ответственность (в том числе о гибели буровой платформы «Кольская»). В таких условиях возникали сомнения в том, удастся ли в Арктике избежать аналогичных фатальных решений и будет ли размещена своевременная информация в случае загрязнения. С позиции экологов, то обстоятельство, что компания замалчивает информацию, *«уже чревато катастрофой»* («Беллона», июль 2005).

## 6. Обсуждение полученных результатов и выдвижение предположений

Опираясь на результаты проведённого анализа, мы можем сделать ряд предположений относительно того, какие управленческие практики способствуют формированию доверия к компании заинтересованных сторон в ситуации их обеспокоенности.

*Предположение 1 (П 1). Формированию доверия к компании заинтересованных сторон в ситуации их обеспокоенности способствует разделение контроля над процессом управления экологическими рисками.*

Как подчёркивал Н. Луман, «вероятность возникновения ущерба оценивается по-разному — в зависимости от того, идёт ли речь о последствиях собственного поведения (которое, как человек считает, он держит под контролем) или о последствиях поведения других» [Луман 2013]. В рассматриваемом случае обеспокоенность как раз и была обусловлена тем, что появление экологического ущерба связывалось с решениями, находящимися *вне* контроля заинтересованных сторон. В целях формирования доверия менеджерам следовало бы создать условия для разделения контроля над процессом управления рисками с заинтересованными сторонами, испытывающими обеспокоенность.

*Предположение 2 (П 2). Формированию доверия заинтересованных сторон к компании в ситуации их обеспокоенности способствует подотчётность компании перед заинтересованными сторонами.*

В рассматриваемом случае обеспокоенность заинтересованных сторон была обусловлена прежде всего невозможностью оценить безопасность проекта, реализация которого сопряжена с экологическими рисками. Как мы выяснили, доверие к компании проблематично там, где у заинтересованных сторон нет уверенности в доступе к достоверным материалам и к данным, необходимым для оценки последствий действий компании. Такие условия исключают саму возможность прогнозирования, являющуюся, по мнению Грановеттера, определяющей характеристикой доверия [Granovetter 1973: 1374].

*Предположение 3 (П 3). Формированию доверия заинтересованных сторон к компании в ситуации их обеспокоенности способствует проактивный подход к уменьшению рисков, вызывающих опасения заинтересованных сторон.*

Как можно заключить из проведённого анализа, доверие установится там, где компания ведёт себя проактивно, то есть стремится учесть несовершенство законодательства, находится в постоянном поиске того, что ещё можно сделать в области снижения рисков, и т. п. Проактивное поведение, по сути, подразумевает направленность, или ориентированность, в будущее [Joosten et al. 2014]. Именно это качество является важным фактором для установления доверия [Фреик 2002: 38].

*Предположение 4 (П 4). Формированию доверия заинтересованных сторон к компании в ситуации их обеспокоенности способствуют внимательность и отзывчивость менеджеров к опасениям заинтересованных сторон.*

Доверие заинтересованных сторон к организации, скорее, установится там, где они чувствуют участливое отношение с её стороны. В рассматриваемом случае отсутствие участливого отношения компании проявлялось в следующих моментах: формальный диалог, срыв запланированных встреч, отказ в предоставлении информации, уход от диалога, отсутствие прозрачности и т. п. Такие действия могут казаться менеджерам мелочами, но именно от них зависит вера в благожелательность намерений и надёжность действий компании. Неслучайно исследователи в области социологии и психологии под-

чёркуют, что доверие тесно связано с вниманием к нуждам окружающих [Фукуяма 2008: 52], с адекватным подходом к ответам на вопросы и характером поддержания разговора [Веселов 2004: 23], контактностью [Глушко 2014], сдерживанием обещаний [Купрейченко 2008] и т. п.

*Предположение 5 (П 5). Формированию доверия заинтересованных сторон к компании в ситуации их обеспокоенности способствует приоритетность реальных (а не мнимых) действий по уменьшению риска.*

В целом действия компании могут быть разделены на две категории: уменьшающие риски для заинтересованных сторон и не уменьшающие риски для заинтересованных сторон. Как мы выяснили в процессе исследования, в ситуации обеспокоенности заинтересованные стороны волнуют действия компании, направленные на уменьшение рисков для благосостояния. Другие действия компании (к которым мы, в частности, отнесли декоративную ответственность) не способствуют установлению доверия. В практическом смысле это означает, что ответственность бизнеса перед заинтересованными сторонами должна связываться менеджерами с добросовестным ведением основных операций, а не с практиками, не имеющими к этому непосредственного отношения. В этом выводе мы солидарны с К. Клаасен и Дж. Ролофф, а также с А. Завьяловой и её коллегами [Claasen, Roloff 2012; Zavyalova et al. 2012].

*Предположение 6 (П 6). Формированию доверия заинтересованных сторон к компании в ситуации их обеспокоенности способствует обеспечение одинаково высоких стандартов поведения в области снижения рисков.*

Проблемы риска могут возникать в различных проектах компании и областях её операционной деятельности. Как удалось выяснить в процессе анализа, двойные стандарты в решении данных проблем подорвут уверенность в надёжности поведения компании и воспрепятствуют формированию доверия. Менеджерам следовало бы демонстрировать постоянство в поведении, что, согласно исследованиям психологов и социологов, является существенным фактором формирования доверия [Фреик 2002: 35; Купрейченко 2008: 378–389].

*Предположение 7 (П 7). Формированию доверия заинтересованных сторон к компании в ситуации их обеспокоенности способствует готовность менеджеров признавать существование прошлых случаев недоверия.*

Как мы выяснили в процессе анализа, в ситуации обеспокоенности доверие к компании зависит не только от её текущих действий, но и от поступков в прошлом. В связи с этим возникает необходимость в признании существования прошлых случаев неоправданного доверия с целью восстановления доверия в настоящем. В этом выводе мы солидарны с отечественными и зарубежными исследователями кризисной коммуникации, отмечающими, что принятая на себя ответственность за негативные события прошлого является ключом к восстановлению доверительных отношений [Benoit 1997; King 2002; Simola 2003; Тулупов 2012; Ху, Ли 2013].

*Предположение 8 (П 8). Формированию доверия заинтересованных сторон к компании в ситуации их обеспокоенности способствует полный охват выделенных проблем риска.*

Заинтересованные стороны могут волновать разные аспекты в рискованности действий компании. В рассматриваемом нами случае обеспокоенность связана как с малозначительными, так и с крупномасштабными негативными событиями. Как мы могли убедиться, доверие к компании в этих условиях будет зависеть от развития отношений по каждой из выделенных проблем риска. Данный вывод пере-



кликается с утверждением исследователей, что для установления доверия необходима полнота информации [Купрейченко, Мерсиянова 2013: 244]. Доверие вряд ли установится там, где не все релевантные вопросы вынесены на обсуждение.

## Заключение

В теоретическом плане можно заключить, что доверие к организации в условиях обеспокоенности заинтересованных сторон в большей степени следует рассматривать и анализировать как *акт веры*, зависящий от набора характеристик. При этом и моральные качества компании, и психологическая компонента доверия, основанная на непосредственном взаимодействии между менеджерами и обеспокоенными заинтересованными сторонами, могут включаться в этот набор характеристик.

В целом по итогам проведённого анализа можно сделать заключение об основных моделях поведения, не способствующих формированию доверия заинтересованных сторон к компании в ситуации их обеспокоенности экологическими рисками. Во-первых, это отсутствие условий для совместного управления экологическими рисками, характерными признаками чего являются непрозрачность, ограниченный диалог и приобщение заинтересованных сторон, а также представление искажённой информации. Во-вторых, отсутствие и неполная степень исполнения практик экологической безопасности, для которых свойственны реактивный подход, низкая степень исполнения практик экологической безопасности даже в рамках реактивного подхода, нежелание менеджеров придерживаться одинаково высоких стандартов обеспечения экологической безопасности, а также приоритет декоративной ответственности над разработкой превентивных мер. В-третьих, это непризнание менеджерами существования негативного опыта в обеспечении экологической безопасности.

Следовательно можно предположить, что создание условий для совместного процесса управления экологическими рисками (П 1, П 2, П 4, П 8), проактивный подход к обеспечению экологической безопасности (П 3, П 5, П 6), а также готовность менеджеров признать существование прошлых актов недоверия (П 7) будут способствовать формированию доверия заинтересованных сторон к компании в ситуации их обеспокоенности экологическими рисками.

Однако заметим, что в данной статье проблема формирования доверия к нефтяной компании в ситуации обеспокоенности заинтересованных сторон экологическими рисками рассматривалась с точки зрения лишь одной из заинтересованных сторон — экологических НКО. Таким образом, существенным ограничением проведённого исследования является отсутствие анализа того, в какой степени установление доверия экологических НКО к компании препятствует или способствует формированию доверия других заинтересованных сторон к компании (например, доверия государства). Будущие исследования могли бы быть посвящены данной проблеме.

Ещё одним направлением дальнейших исследований можно считать определение механизма для возникновения той или иной модели поведения компании, способствующей или препятствующей формированию доверия к ней заинтересованных сторон в ситуации их обеспокоенности. Представляется целесообразным выяснить, почему менеджеры в ситуации обеспокоенности заинтересованных сторон осуществляют именно те, а не иные управленческие практики, и именно так, как осуществляют их, а не иначе. (Чем, например, обусловлено практически полное отсутствие диалога в анализируемом нами конкретном случае?) Особый интерес представляют факторы, связанные с внутренней средой организации, а также с ценностными установками, верованиями, эмоциями и восприятием менеджеров. По нашему мнению, выявление данных факторов позволило бы в полной мере раскрыть проблему формирования доверия заинтересованных сторон к компании в ситуации их обеспокоенности экологическими рисками и дать более полные рекомендации менеджерам.



## Литература

- Бек У. 2000. *Общество риска: на пути к другому модерну*. М.: Прогресс-традиция.
- Веселов Ю. В. 2004. Социологическая теория доверия. В сб.: Веселов Ю. В. (ред.). *Экономика и социология доверия*. СПб.: Социологическое общество им. М. М. Ковалевского.
- Глушко И. В. 2014. Социальное доверие в контексте межличностных отношений. *Историческая и социально-образовательная мысль*. 2 (24): 213–216.
- Заболотная Г. М. 2003. Феномен доверия и его социальные функции. *Вестник Российского университета дружбы народов, серия Социология*. 1 (4): 79–85.
- Книжников А., Рогожин А. 2012. *«Газпром»: одна группа, два стандарта*. М.: Всемирный фонд дикой природы.
- Купрейченко А. Б. 2008. *Психология доверия и недоверия*. М.: Институт психологии РАН.
- Купрейченко А. Б., Мерсиянова И. В. 2013. *Доверие и недоверие в условиях развития гражданского общества*. М.: Изд. дом ВШЭ.
- Луман Н. 2013. Риск и опасность. *Отечественные записки*. 2 (53). URL: [http://www.strana-oz.ru/2013/2/risk-i-opasnost#\\_ftn1](http://www.strana-oz.ru/2013/2/risk-i-opasnost#_ftn1)
- Тулупов В. В. 2012. Профессиональные и этические стандарты журналистики в свете проблемы снижения доверия к прессе. *Социальные коммуникации*. 1 (1): 41–44.
- Фреик Н. 2002. Петр Штомпка. Доверие: социологическая теория. *Социологическое обозрение*. 2 (3): 30–41.
- Фреик Н. В. 2006. Концепция доверия в исследованиях П. Штомпки. *Социологические исследования*. 11 (1): 10–18.
- Фукуяма Ф. 2008. *Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию*. М.: АСТ.
- Baier A. 1986. Trust and Antitrust. *Ethics*. 96 (2): 231–260.
- Beckert J., Zafirovski M. 2013. *International Encyclopedia of Economic Sociology*. New York: Routledge.
- Benoit W. 1997. Image Repair Discourse and Crisis Communication. *Public Relations Review*. 23 (2): 177–186.
- Bowen S. A. 2009. Ethical Responsibility and Guidelines for Managing Issues of Risk and Risk Communication. In: Heath R. L., O’Hair H. D. (eds) *Handbook of Risk and Crisis Communication*. New York, NY: Routledge; 343–363.
- Brodeur P. 1985. *Outrageous Misconduct: The Asbestos Industry in the United States*. New York, NY: Pantheon.

- Chua R. Y. J., Ingram P., Morris M. W. 2008. From the Head and the Heart: Locating Cognition-and Affect-Based Trust in Managers' Professional Networks. *Academy of Management Journal*. 51 (3): 436–452.
- Claasen C., Roloff J. 2012. The Link between Responsibility and Legitimacy: The Case of De Beers in Namibia. *Journal of Business Ethics*. 107 (3): 379–398.
- Coleman J. 1990. *Foundations of Social Theory*. Cambridge: Belknap Press.
- Douglas M. 1992. *Risk and Blame: Essays in Cultural Theory*. London; New York: Routledge.
- Douglas M., Wildavsky A. 1982. *Risk and Culture: An Essay on the Selection of Technological and Environmental Dangers*. Berkley; Los Angeles, CA: University of California Press.
- Fleming P., Roberts J., Garsten C. 2013. In Search of Corporate Social Responsibility: Introduction to Special Issue. *Organization*. 20 (3): 337–348.
- Gambetta D. 1988. *Trust: Making and Breaking Cooperative Relations*. Oxford: Basil Blackwell.
- Gellner E. 2008. *Nations and Nationalism*. New York: Cornell University Press.
- Granovetter M. S. 1973. The Strength of Weak Ties. *American Journal of Sociology*. 78 (6): 1360–1380.
- Greenwood R. et al. 2008. *The SAGE Handbook of Organizational Institutionalism*. New York: SAGE.
- Grolin J. 1998. Corporate Legitimacy in Risk Society: The Case of Brent Spar. *Business Strategy and the Environment*. 7 (4): 213–222.
- Hart S. L., Sharma S. 2004. Engaging Fringe Stakeholders for Competitive Imagination. *Academy of Management Executive*. 18 (1): 7–18.
- Heath R. L., Ni L. 2010. Community Relations and Corporate Social Responsibility. In: Heath R. L. (ed.) *The SAGE Handbook of Public Relations*. Thousand Oaks, CA: SAGE; 557–568.
- Heugens P., Dentchev N. 2007. Taming Trojan Horses: Identifying and Mitigating Corporate Social Responsibility Risks. *Journal of Business Ethics*. 75 (2): 151–170.
- Joosten A. et al. 2014. Feel-Good, Do-Good!? On Consistency and Compensation in Moral Self-Regulation. *Journal of Business Ethics*. 123 (1): 71–84.
- Kang J., Hustvedt G. 2014. Building Trust between Consumers and Corporations: The Role of Consumer Perceptions of Transparency and Social Responsibility. *Journal of Business Ethics*. 125 (2): 253–265.
- King G., III. 2002. Crisis Management and Team Effectiveness: A Closer Examination. *Journal of Business Ethics*. 41 (3): 235–249.
- Leisis W. 2001. *In the Chamber of Risks: Understanding Risk Controversies*. Montreal; Kingston; London: McGill-Queen's University Press.

- Livesey S. 2001. Eco-Identity as Discursive Struggle: Royal Dutch/Shell, Brent Spar and Nigeria. *The Journal of Business Communication*. 38 (1): 58–91.
- Livesey S. 2002. The Discourse of the Middle Ground Citizen Shell Commits to Sustainable Development. *Management Communication Quarterly*. 15 (3): 313–349.
- Luhmann N. 1979. *Trust and Power*. New York: J. Wiley.
- McLeod C. 2002. *Self-Trust and Reproductive Autonomy*. Boston: The MIT Press.
- Möllering G. 2006. *Trust: Reason, Routine, Reflexivity*. Oxford: Elsevier.
- Nielsen R. P., Dufresne R. 2005. Can Ethical Organizational Character be Stimulated and Enabled? «Upbuilding» Dialog as Crisis Management Method. *Journal of Business Ethics*. 57 (4): 311–326.
- Nooteboom B. 2002. *Trust: Forms, Foundations, Functions, Failures and Figures*. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing.
- O’Riordan L., Fairbrass J. 2008. Corporate Social Responsibility (CSR): Models and Theories in Stakeholder Dialogue. *Journal of Business Ethics*. 83 (4): 745–758.
- Palenchar M. J., Hocke T. M., Heath R. L. 2011. Risk Communication and Corporate Social Responsibility. In: Ihlen Ø., Bartlett J., May S. (eds) *The Handbook of Communication and Corporate Social Responsibility*. New York: John Wiley & Sons.
- Rempel J. K., Holmes J. G., Zanna M. D. 1985. Trust in Close Relationships. *Journal of Personality and Social Psychology*. 49 (1): 95–112.
- Rousseau D. M. et al. 1998. Not So Different after All: A Cross-Discipline View of Trust. *Academy of Management Review*. 23 (3): 393–404.
- Salancik G. R., Pfeffer J. 1978. A Social Information Processing Approach to Job Attitudes and Task Design. *Administrative Science Quarterly*. 23 (2): 224–253.
- Simola S. 2003. Ethics of Justice and Care in Corporate Crisis Management. *Journal of Business Ethics*. 46 (4): 351–361.
- Sztompka P. 1999. *Trust: A Sociological theory*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Thomas K., Dunster H. J., Green C. 1981. Comparative Risk Perception: How the Public Perceives the Risks and Benefits of Energy Systems [and Discussion]. *Proceedings of the Royal Society of London*. 376 (1764): 35–50.
- Vachani S., Doh J. P., Teegen H. 2009. NGOs’ Influence on MNEs’ Social Development Strategies in Varying Institutional Contexts: A Transaction Cost Perspective. *International Business Review*. 18 (5): 446–456.
- Wade-Benzoni K. A. et al. 2002. Barriers to Resolution in Ideologically Based Negotiations: The Role of Values and Institutions. *Academy of Management Review*. 27 (1): 41–57.

- Weitzner D., Darroch J. 2010. The Limits of Strategic Rationality: Ethics, Enterprise Risk Management, and Governance. *Journal of Business Ethics*. 92 (3): 361–372.
- Xu K., Li W. 2013. An Ethical Stakeholder Approach to Crisis Communication: A Case Study of Foxconn's 2010 Employee Suicide Crisis. *Journal of Business Ethics*. 117 (2): 371–386.
- Yin R. K. 2003. *Case Study Research: Design and Methods (Applied Social Research Methods)*. London: SAGE Publications.
- Zavyalova A. et al. 2012. Managing the Message: The Effects of Firm Actions and Industry Spillovers on Media Coverage Following Wrongdoing. *Academy of Management Journal*. 55 (5): 1079–1101.

## DEBUT STUDIES

Sofia Villo

# The Problem of Trust in a Situation of Stakeholder Risk Concern

**VILLO, Sofia** — PhD  
Student, Graduate  
School of Management,  
St. Petersburg State  
University (GSOM SPbU).  
Address: 3 Volkhovskiy  
Pereulok, 199004, St.  
Petersburg, Russian  
Federation.

**Email:** [villo@gsom.spbpu.ru](mailto:villo@gsom.spbpu.ru)

### Abstract

The article analyzes managerial practices in creating trust in a company from the perspective of stakeholders when they are concerned about potential negative effects of the company's actions. The purpose of the study is to determine managerial practices that undermine trust in the company by the stakeholders in a situation of risk concern, to explore why this happens and to develop practical implications for the formation of trust in a company under such situations. Four approaches to trust theory — a rational choice under risk, an act of faith, a psychological condition and a moral attitude — form the theoretical basis of the study. Stakeholder risk concern is examined by drawing on the example of the industrial development of the Arctic by the *Gazprom* group of companies (*Gazprom Neft*, *Gazprom Neft Shelf*, *Gazprom*).

The research examines the position of environmental NGOs, *Russian Bird Conservation Union*, *WWF Russia*, *Greenpeace Russia* and *Bellona-Murmansk*. Data include press releases of these environmental organizations and other archival documents in which representatives of the environmental organizations express their concerns about the actions of the *Gazprom* group of companies in the development of the *Prirazlomnoe* oil field. The author identifies seven managerial practices that may seem reasonable for managers but undermine trust in the company and increase stakeholder concern. The author carefully discusses why these practices are not helpful in building trust in a company. Based on this analysis, the author draws conclusions regarding a possible base for trust in a company by stakeholders in a situation of risk concern.

**Keywords:** stakeholder risk concern; managerial practices; trust; industrial development of the Arctic, *Gazprom*; *Prirazlomnoe* oil rig; platform *Prirazlomnaya*.

### References

- Baier A. (1986) Trust and Antitrust. *Ethics*, vol. 96, no 2, pp. 231–260.
- Beck U. (2000) *Obshchestvo riska: na puti k drugomu modernu* [Risk Society: Towards a New Modernity]. Moscow: Progress-traditsiya (in Russian).
- Beckert J., Zafirovski M. (2013) *International Encyclopedia of Economic Sociology*, New York: Routledge.
- Benoit W. (1997) Image Repair Discourse and Crisis Communication. *Public Relations Review*, vol. 23, no 2, pp. 177–186.
- Bowen S. A. (2009) Ethical Responsibility and Guidelines for Managing Issues of Risk and Risk Communication. *Handbook of Risk and Crisis Communication* (eds. R. L. Heath, H. D. O'Hair), New York, NY: Routledge, pp. 343–363.



- Brodeur P. (1985) *Outrageous Misconduct: The Asbestos Industry in the United States*, New York, NY: Pantheon.
- Chua R. Y. J., Ingram P., Morris M. W. (2008) From the Head and the Heart: Locating Cognition- and Affect-Based Trust in Managers' Professional Networks. *Academy of Management Journal*, vol. 51, no 3, pp. 436–452.
- Claasen C., Roloff J. (2012) The Link between Responsibility and Legitimacy: The Case of De Beers in Namibia. *Journal of Business Ethics*, vol. 107, no 3, pp. 379–398.
- Coleman J. (1990) *Foundations of Social Theory*, Cambridge: Belknap Press.
- Douglas M. (1992) *Risk and Blame: Essays in Cultural Theory*, London; New York: Routledge.
- Douglas M., Wildavsky A. (1983) *Risk and Culture: An Essay on the Selection of Technological and Environmental Dangers*, Berkley; Los Angeles, CA: University of California Press.
- Fleming P., Roberts J., Garsten C. (2013) In Search of Corporate Social Responsibility: Introduction to Special Issue. *Organization*, vol. 20, no 3, pp. 337–348.
- Freyk N. (2002) Piotr Sztompka. Doverie: sotsiologicheskaya teoriya [Piotr Sztompka. Trust: A Sociological Theory]. *Russian Sociological Review*, vol. 2, no 3, pp. 30–41 (in Russian).
- Freyk N. (2006) Kontsepsiya doveriya v issledovaniyakh P. Sztompka [The Concept of Trust in the Works of P. Sztompka]. *Sotsiologicheskie issledovaniya*, vol. 11, no 1, pp. 10–18 (in Russian).
- Fukuyama F. (2008) *Doverie: sotsial'nye dobrodeteli i put' k protsvetaniyu* [Trust: The Social Virtues and the Creation of Prosperity], Moscow: AST (in Russian).
- Gambetta D. (1988) *Trust: Making and Breaking Cooperative Relations*, Oxford: Basil Blackwell.
- Gellner E. (2008) *Nations and Nationalism*, New York: Cornell University Press.
- Glushko I. V. (2014) Sotsial'noe doverie v kontekste mezhlichnostnykh otnosheniy [Social Trust in the Context of Interpersonal Relationships]. *Istoricheskaya i sotsial'no-obrazovatel'naya mysl'*, vol. 2, no 24, pp. 213–216 (in Russian).
- Granovetter M. S. (1973) The Strength of Weak Ties. *American Journal of Sociology*, vol. 78, no 6, pp. 1360–1380.
- Greenwood R., Oliver C., Suddaby R., Sahlin-Andersson K. (2008) *The SAGE Handbook of Organizational Institutionalism*, New York: SAGE.
- Grolin J. (1998) Corporate Legitimacy in Risk Society: The Case of Brent Spar. *Business Strategy and the Environment*, vol. 7, no 4, pp. 213–222.
- Hart S. L., Sharma S. (2004). Engaging Fringe Stakeholders for Competitive Imagination. *Academy of Management Executive*, vol. 18, no 1, pp. 7–18.

- Heath R. L., Ni L. (2010) Community Relations and Corporate Social Responsibility. *The SAGE Handbook of Public Relations* (ed. R. L. Heath), Thousand Oaks, CA: SAGE, pp. 557–568.
- Heugens P., Dentchev N. (2007) Taming Trojan Horses: Identifying and Mitigating Corporate Social Responsibility Risks. *Journal of Business Ethics*, vol. 75, no 2, pp. 151–170.
- Joosten A., Van Dijke M., Van Hiel A., De Cremer D. (2014) Feel-Good, Do-Good!? On Consistency and Compensation in Moral Self-Regulation. *Journal of Business Ethics*, vol. 123, no 1, pp. 71–84.
- Kang J., Hustvedt G. (2014) Building Trust between Consumers and Corporations: The Role of Consumer Perceptions of Transparency and Social Responsibility. *Journal of Business Ethics*, vol. 125, no 2, pp. 253–265.
- King G., III (2002) Crisis Management and Team Effectiveness: A Closer Examination. *Journal of Business Ethics*, vol. 41, no 3, pp. 235–249.
- Knizhnikov F., Rogozhin A. (2012) *Gazprom: odna gruppy, dva standarta* [Gazprom: One Group. Double Standards], Moscow: World Wildlife Fund in Russia (in Russian).
- Kupreychenko A. B. (2008) *Psikhologiya doveriya i nedoveriya* [Psychology of Trust and Distrust], Moscow: Institute of Psychology of Russian Academy of Sciences (in Russian).
- Kupreychenko A. B., Mersiyanova I. V. (2013) *Doverie i nedoverie v usloviyakh razvitiya grazhdanskogo obshchestva* [Trust and Distrust in Terms of Civil Society Development], Moscow: HSE (in Russian).
- Leisis W. (2001). *In the Chamber of Risks: Understanding Risk Controversies*, Montreal; Kingston; London: McGill-Queen's University Press.
- Livesey S. (2001) Eco-Identity as Discursive Struggle: Royal Dutch/Shell, Brent Spar and Nigeria. *The Journal of Business Communication*, vol. 38, no 1, pp. 58–91.
- Livesey S. (2002) The Discourse of the Middle Ground Citizen Shell Commits to Sustainable Development. *Management Communication Quarterly*, vol. 15, no 3, pp. 313–349.
- Luhmann N. (1979) *Trust and Power*, New York: J. Wiley.
- Luhmann N. (2013) Risk i opasnost' [Risk and Danger]. *Zapiski otechestva*, vol. 2, no 53. Available at: [http://www.strana-oz.ru/2013/2/risk-i-opasnost#\\_ftn1](http://www.strana-oz.ru/2013/2/risk-i-opasnost#_ftn1) (accessed 30 April 2015) (in Russian).
- McLeod C. (2002) *Self-Trust and Reproductive Autonomy*, Boston: The MIT Press.
- Möllering G. (2006) *Trust: Reason, Routine, Reflexivity*, Oxford: Elsevier.
- Nielsen R. P., Dufresne R. (2005) Can Ethical Organizational Character be Stimulated and Enabled? “Up-building” Dialog as Crisis Management Method. *Journal of Business Ethics*, vol. 57, no 4, pp. 311–326.
- Nooteboom B. (2002) *Trust: Forms, Foundations, Functions, Failures and Figures*, Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing.

- O’Riordan L., Fairbrass J. (2008) Corporate Social Responsibility (CSR): Models and Theories in Stakeholder Dialogue. *Journal of Business Ethics*, vol. 83, no 4, pp. 745–758.
- Palenchar M. J., Hocke T. M., Heath R. L. (2011) Risk Communication and Corporate Social Responsibility. *The Handbook of Communication and Corporate Social Responsibility* (eds. Ø. Ihlen, J. Bartlett, S. May), New York: John Wiley & Sons, pp. 188–207.
- Rempel J. K., Holmes J. G., Zanna M. D. (1985) Trust in Close Relationships. *Journal of Personality and Social Psychology*, vol. 49, no 1, pp. 95–112.
- Rousseau D. M., Sitkin S. B., Burt R. S., Camerer C. (1998) Not So Different after All: A Cross-Discipline View of Trust. *Academy of Management Review*, vol. 23, no 3, pp. 393–404.
- Salancik G. R., Pfeffer J. 1978. A Social Information Processing Approach to Job Attitudes and Task Design. *Administrative Science Quarterly*, vol. 23, no 2, pp. 224–253.
- Simola S. (2003) Ethics of Justice and Care in Corporate Crisis Management. *Journal of Business Ethics*, vol. 46, no 4, pp. 351–361.
- Sztompka P. (1999) *Trust: A Sociological Theory*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Thomas K., Dunster H. J., Green C. (1981). Comparative Risk Perception: How the Public Perceives the Risks and Benefits of Energy Systems [and Discussion]. *Proceedings of the Royal Society of London*, vol. 376, no 1764, pp. 35–50.
- Tulupov V. (2012) Professional’nye i eticheskie standarty zhurnalistiki v svete problemy snizheniya doveriya k presse [Professional and Ethical Standards of Journalism in the Light of the Problem of Declining Trust in the Media]. *Sotsial’nye kommunikatsii*, vol. 1, no 1, pp. 41–44 (in Russian).
- Vachani S., Doh J. P., Teegen H. (2009) NGOs’ influence on MNEs’ Social Development Strategies in Varying Institutional Contexts: A Transaction Cost Perspective. *International Business Review*, vol. 18, no 5, pp. 446–456.
- Veselov Y. V. (2004) Sotsiologicheskaya teoriya doveriya [Sociological Theory of Trust]. *Ekonomika i sotsiologiya doveriya* [Economy and Sociology of Trust] (ed. Y. V. Veselov), St.-Petersburg: Sociological Society named after M. M. Kovalevsky (in Russian).
- Wade-Benzoni K. A., Hoffman A. J., Thompson L. L., Moore D. A., Gillespie J. J., Bazerman M. H. (2002) Barriers to Resolution in Ideologically Based Negotiations: The Role of Values and Institutions. *Academy of Management Review*, vol. 27, no 1, pp. 41–57.
- Weitzner D., Darroch J. (2010) The Limits of Strategic Rationality: Ethics, Enterprise Risk Management, and Governance. *Journal of Business Ethics*, vol. 92, no 3, pp. 361–372.
- Xu K., Li W. (2013) An Ethical Stakeholder Approach to Crisis Communication: A Case Study of Foxconn’s 2010 Employee Suicide Crisis. *Journal of Business Ethics*, vol. 117, no 2, pp. 371–386.
- Yin R. K. (2003) *Case Study Research: Design and Methods*, London: SAGE Publications.

Zabolotnaya G. M. (2003) *Fenomen doveriya i ego sotsial'nye funktsii* [The Phenomenon of Trust and Its Social Function]. The Bulletin of Peoples' Friendship University of Russia. Series "Sociology", vol. 1, no 4, pp. 79–85 (in Russian).

Zavyalova A., Pfarrer M. D., Reger R. K., Shapiro D. L. (2012) Managing the Message: The Effects of Firm Actions and Industry Spillovers on Media Coverage Following Wrongdoing. *Academy of Management Journal*, vol. 55, no 5, pp. 1079–1101.

**Received:** April 10, 2015

**Citation:** Villo S. (2015) Problema formirovaniya doveriya k kompanii v situatsii obespokoennosti zainteresovannykh storon [The Problem of Trust in a Situation of Stakeholder Risk Concern]. *Journal of Economic Sociology = Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 16, no 4, pp. 60–84. Available at <http://ecsoc.hse.ru/2015-16-4.html> (in Russian).

## ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ОБЗОРЫ

О. С. Довбыш

# Медиарынки в фокусе социального сетевого анализа<sup>1</sup>



**ДОВБЫШ Ольга Сергеевна** — аспирант департамента социологии, младший научный сотрудник Лаборатории медиаисследований Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики».

Адрес: Россия, 101000, Москва, ул. Мясницкая, д. 20.

Email: [dovbysh@hse.ru](mailto:dovbysh@hse.ru)

*В данной статье представлен обзор литературы, посвящённой изучению сетевой структуры медиарынков. Фокус на сетевом подходе неслучаен: отличие медиарынков от других хозяйственных рынков и особая природа продуктов медиаиндустрий оказывают влияние на конфигурацию сети такого рынка и на характер отношений между акторами. Таким образом, автор обзора, изучая существующие исследования по теме, предпринимает попытку выяснить, как структурирован медиарынок с точки зрения взаимодействия его участников и отношений между ними, чем эти отношения обусловлены и какая конфигурация сети характерна для рынка медиа.*

*В результате проведённого обзора литературы выявлено, что сетевая структура медиарынка действительно может быть объяснена особенностями индустрии и медиапродукта. Так, для медиарынка свойственна большая доля неформальных отношений в его структуре, что позволяет снизить риски, связанные с невозможностью прогнозирования спроса на культурный продукт, а также с зависимостью от индивидуальных вкусов и моды. Проектный (то есть разовый) характер производства многих медиапродуктов влияет на укоренённость и повторяемость связей между участниками. Сила личных контактов является определяющей, однако их значение неодинаково для разных этапов производственной цепочки медиапродукта, разных пространственных уровней взаимодействия акторов, а также в разных секторах медиа.*

*Также неформальные отношения используются для разных видов деятельности, среди которых создание креативного продукта, поиск и наём персонала и др. Структуры «переплетённых директоратов» также присутствуют на медиарынках (хотя и не в большей степени, чем в других индустриях). Для участников культурных индустрий характерны сети тесных миров, что способствует более эффективному креативному процессу, однако может блокировать появление новых участников и поступление новых идей.*

*В конце статьи сформулирован ряд вопросов для дальнейшего изучения. В частности, о сравнении медиарынков в разных странах, изучении взаи-*

<sup>1</sup> Статья подготовлена в ходе проведения исследования (№ 15-05-0019) в рамках Программы «Научный фонд Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» (НИУ ВШЭ)» в 2015 г. и с использованием средств выделенной НИУ ВШЭ субсидии на государственную поддержку ведущих университетов Российской Федерации в целях повышения их конкурентоспособности среди ведущих мировых научно-образовательных центров.



*модействия между государственными структурами и акторами медиаиндустрий, а также о трансформации внутрирыночного взаимодействия под воздействием технологий новых медиа.*

**Ключевые слова:** медиарынок; культурные индустрии; неформальные связи; социальная сеть; сетевая структура; социальная укоренённость.

## Введение

Современное общество именуют сетевым [Кастельс 2002]. И действительно, организация всё большего количества сфер человеческой жизни строится по принципу сети. Человек коммуницирует в виртуальном пространстве, представляющем собой сеть. Понятие «нетворкинг» (*networking*), или налаживание связей, прочно вошло в повседневный бытовой и профессиональный обиход. Взаимоотношения между техническим и социальным мирами объясняются акторно-сетевой моделью [Латур 2013].

В академической среде сетевые исследования также являются одним из доминирующих направлений. Сетевой анализ используется для изучения и объяснения различных аспектов человеческой деятельности.

Естественно, рынок и рыночные отношения не могли остаться в стороне от этого тренда. Уже не подлежит сомнению, что фирмы и рынки организованы в логике сетей [Кнох, Savage, Harvey 2006]. С помощью сетевого подхода изучалось множество объектов — рынки труда, фондовые рынки, рыночные структуры (где рынок понимается как совокупность производителей сходной продукции), хозяйственные организации, сети производства, и это далеко не полный перечень объектов исследований [Безрукова 2004].

Медиарынок отличается от других рынков хозяйственной деятельности по ряду причин: (1) характерная для коммерческих компаний двойственность продукта — контент, который продаётся аудитории, и аудитория, которая, в свою очередь, продаётся рекламодателям; (2) особенности медиапродукта, к которым относятся высокая рискованность, непредсказуемость спроса, быстрое устаревание и т. д. (характеристики медиапродукта будут подробнее рассмотрены ниже); (3) склонность медиаиндустрии к получению государственного финансирования и разного рода субвенций. Всё это позволяет предположить, что и отношения внутри медиарынков будут структурированы несколько иначе, чем на других рынках.

Данная статья представляет собой обзор литературы. Автор изучал исследования, в которых использовался сетевой подход для анализа индустрии медиа. Выбор литературы обусловлен целью работы, которая заключается в выявлении особенностей конфигурации сети и отношений внутри сети, характерных для индустрии медиа.

Основные исследовательские вопросы данного теоретического обзора следующие: (1) какие связи существуют между акторами на медиарынке, (2) чем эти связи обусловлены. Мы предполагаем, что отличия индустрии и продуктов медиа будут проявляться и в особенностях сети её участников.

Статья организована следующим образом: сначала обосновывается само понятие «медиарынок», разбирается логика его формирования и функционирования, а также выделяются особенности медиапродукта, что важно для последующего анализа; затем мы останавливаемся на сетевом анализе как методе и на его основных направлениях, после чего отдельно рассмотрена роль сетевого анализа в изучении рынка и рыночных отношений. Далее представлен обзор исследований медиарынка с позиции сетевого анализа. В конце статьи сделаны выводы и сформулированы вопросы для дальнейшего изучения индустрии медиа в логике сетевого подхода.

## Особенности медиарынка и медиапродукта

Академическая традиция рассмотрения медиа как рынка или индустрии сложилась сравнительно недавно. Процесс формирования понятия «медиарынок» включал вовлечение различных дисциплинарных направлений — от социальной философии до политической экономии (см., например: [Вартанова 2003: 28–41; Кирия 2009]).

Изучение медиа как индустрии принято вести от появления идей о коммерциализации культуры, которым положили начало исследователи Франкфуртской школы. Т. Адорно и М. Хоркхаймер впервые ввели понятие «культурная индустрия», когда использовали его в качестве названия главы в книге «Диалектика Просвещения», которая была написана в 1940-е гг. [Хоркхаймер, Адорно 1997]. Концепция культурной индустрии родилась из представлений Адорно и Хоркхаймера о коммерциализации, или коммодификации, культуры, то есть о превращении её в товар, который продаётся и покупается [Михайлов 2008]. При этом философы придерживаются крайне пессимистичной позиции в своих оценках процесса индустриализации культуры, негативно относясь к массовому искусству как способу ретрансляции доминирующей идеологии (в этом они являются последователями эстетики К. Маркса).

Несколькими десятилетиями позднее французские социологи (в первую очередь Б. Мьеж) преобразовали термин «культурная индустрия» в «культурные индустрии» [Miège 1979]. В отличие от Адорно и Хоркхаймера, которые понимали под культурной индустрией некое унифицированное поле, Мьеж с коллегами показали, что культурные индустрии являются комплексными и типы культурного производства подчиняются разным логикам [Хезмондалш 2014].

К культурным индустриям относят все виды деятельности, первичной целью которых является общение с аудиторией, создание текстов [Хезмондалш 2014]. П. Хирш причисляет к культурным нематериальные продукты, обладающие эстетическими или выразительными, в противовес утилитарным, функциями [Hirsch 1972]. В современные культурные индустрии включают массмедиа (радио, телевидение во всех технических формах, газеты и журналы, включая их электронные аналоги), киноиндустрию, аспекты Интернета, связанные с контентом, музыкальную индустрию, видео- и компьютерные игры, рекламу и маркетинг<sup>2</sup>.

Термины «медиарынок» и «медиаиндустрии» чаще используют экономисты, изучающие эти виды деятельности [Picard 2006]. Для них характерна довольно широкая трактовка этих понятий. Так, к организациям медиа представители медиаэкономики причисляют все фирмы, каким-либо образом вовлечённые в производство, упаковку или дистрибуцию контента (или текста, в терминологии Д. Хезмондалша) [Doyle 2013].

Тем не менее в данном обзоре понятия «культурная индустрия», «индустрия медиа» и «медиарынок» будут использоваться как синонимы, поскольку под этими терминами мы понимаем совокупность акторов (фирм или индивидов), участвующих в производстве, упаковке или распределении медиаконтента.

Выделим основные особенности медиапродуктов, так как эти характеристики неминуемо оказывают влияние на организацию производственного процесса, а следовательно, на конфигурацию рынка. Б. Мьеж и его коллеги выделили три вида культурных продуктов в зависимости от технических (сте-

<sup>2</sup> Д. Хезмондалш отмечает, что реклама и маркетинг по сравнению с другими культурными индустриями имеют большую функциональность, так как их целью являются продажа и продвижение продукта. Однако они «занимают центральное место в создании текстов и требуют работы создателей символов», поэтому их также относят к культурным индустриям [Хезмондалш 2014: 28–29].

пень воспроизводства), экономических (способ коммерциализации) и социокультурных (степень вовлечённости творческих работников в производство) критериев [Miège 1979; Кирия 2004]:

- произведённые без участия творческих работников;
- воспроизводимые и произведённые с участием творческих работников;
- не полностью воспроизводимые и произведённые часто ремесленным способом с участием творческих работников.

Основными в индустрии являются продукты второго типа — воспроизводимые, произведённые с участием творческих работников. Р. Пикард разделяет эти продукты по нескольким критериям [Picard 2005]. Прежде всего, он различает продукты единичного производства и серийного.

*Продукты единичного производства* основаны на уникальном индивидуальном контенте (например, книги, фильмы, аудиозаписи или видеоигры). Условия производства такого продукта, как правило, проектные, то есть для его выпуска создаётся отдельный проект, а не постоянное производство, для чего формируется команда, и после завершения работы проект закрывается. Поскольку каждый продукт уникален, производитель должен прилагать большие маркетинговые усилия по его продвижению. Спрос на такие продукты переменчив, поскольку невозможно сколь-либо точно предсказать вкусы потребителей. Такие проекты имеют высокую степень риска и большую вероятность провала.

Второй тип продуктов, наоборот, основан на постоянном *серийном производстве* однотипного контента (например, журналы, газеты, телевизионные сериалы и пакеты телевизионных каналов). Создание таких продуктов требует структурированного и хорошо скоординированного производственного процесса. Ключевая компетенция здесь не контент сам по себе, а отбор, производство, формирование пакетов контента, брендинг. В отличие от продуктов первого типа (единичных), издержки продвижения серийных продуктов не так высоки, так как в этом случае у потребителя формируется привычка к ним; часто они распространяются по подписке.

Разные, по классификации Р. Пикарда, типы продуктов требуют разных бизнес-стратегий производителей. Те из них, кто занимается производством единичных медиапродуктов, стремятся минимизировать вероятность провала, поэтому часто используют стратегии выпуска таких продуктов альбомами или сериями, чтобы более успешный выпуск в случае своего успеха — «выстрела» — смог покрыть неудачи других. Производители серий стремятся удержать потребителя, усиливая бренд и подчёркивая его преимущество при позиционировании по сравнению с товарами-заменителями.

В целом для медиапродуктов характерны непредсказуемый спрос и быстрое устаревание, вызванное необходимостью постоянно следовать «вкусу публики». Сложное прогнозирование спроса тоже связано с непредсказуемостью моды и вкусов. Так, модные исполнители или стили, даже используя массированный маркетинг, могут внезапно выйти из моды [Хезмондалш 2014].

Следует отметить, что медиапродукты подвержены множественному использованию. Нередко последующее использование бывает даже более ценным, чем первоначальное, или оригинальное (кинофильм, например, может быть позже показан по кабельному и эфирному телеканалам, продан на носителе; аудиозапись можно переиздать, включить в различные аудиокolleкции, использовать как саундтрек к фильму и т. д.).

Важной характеристикой, присущей медиапродуктам, является перенасыщенное предложение, повышающее рыночную силу потребителя (идёт борьба за его свободное время). Ещё одна особенность:

хотя высока вероятность неудачи, успех покрывает все провалы. Так, в Голливуде 10% из 200 топовых фильмов обычно приносят 50% выручки.

Медиапродукты потребляются чаще, чем другие продукты. В частности, время на потребление телевидения и радио намного превышает время пользования любым другим продуктом. В силу двойственности коммерческого медиапродукта (он продаётся аудитории и рекламодателю как доступ к аудитории) тот товар, который удовлетворяет потребности аудитории, но не рекламодателя, будет обречён на провал, если аудитория не готова самостоятельно покрывать издержки на его производство. В печатных СМИ распространены субсидирование и субвенции, которые призваны стимулировать качество прессы, плюрализм мнений [Cavallin 1998], а также вовлечённость граждан в общественную сферу [Faustino 2013]. Например, косвенное субсидирование включает отмену или снижение ряда налогов в большинстве европейских стран, снижение ставки НДС для книг и ежедневных газет. Прямое субсидирование производства некоторых ежедневных газет действует в Скандинавских странах, частично — в Австрии, Франции и Италии. В Швеции и Франции также субсидируется распространение ежедневных газет [Cavallin 1998]. В России в ранний постсоветский период, когда после распада СССР резко снизился уровень потребления ежедневной прессы, газеты получали беспрецедентное по тем временам субсидирование от государства [Засурский 2001]. Наконец, паттерны потребления медиапродуктов отличаются от других продуктов, поскольку потребители *недопотребляют* большое количество приобретённого контента (например, система подписки или бесплатного контента, оплаченного рекламодателем, создаёт ситуацию, когда потребитель или приобретает контент, который не может использовать полностью, или получает часть контента бесплатно, но при этом не имеет максимального удовлетворения от его потребления) [Кирия 2004; Picard 2005].

## Основные направления сетевого подхода

В данном разделе мы остановимся на сетевом подходе как методе исследования, а также рассмотрим его применение для анализа рынков.

Сетевой подход — одно из популярных и даже модных исследовательских направлений последних десятилетий [Mizruchi 1994; Knox, Savage, Harvey 2006]. Академические и прикладные исследования, полагающие, что социальные сети влияют на поведение индивидов и групп, продолжают множиться. М. Мизраки в обзоре, посвящённом социальному сетевому анализу, выделяет несколько теоретических направлений, способствовавших зарождению и становлению сетевого анализа [Mizruchi 1994]. Среди них социометрия (подход, в котором межличностные отношения представлялись графически), антропологические подходы, а также французский структурализм К. Леви-Стросса. Также считается, что сетевой анализ — это тип структурной социологии, основанной на представлении о том, что социальные отношения оказывают влияние на поведение индивидов и групп [Wellman 1983; 1988; Mizruchi 1994; Knox, Savage, Harvey 2006]. Выделяют два основных направления сетевого подхода — социальный сетевой анализ и антропологический сетевой анализ [Knox, Savage, Harvey 2006].

### Социальный сетевой анализ

Как указывают Х. Нокс, М. Сэвидж и П. Харви, развитие традиции социального сетевого анализа (*social network analysis, SNA*), в котором доминировали американские социологи-количественники, шло в логике структурной социологии [Knox, Savage, Harvey 2006]. Близость социального сетевого анализа и логики структурной социологии стала причиной вывода о том, что социальные сети есть способ обозначения социальной структуры общества. Таким образом, приверженцы этого подхода смогли выделить важность социальной структуры и отделиться от влиятельных индивидуалистских концепций, которые представляли основное направление количественных исследований в экономике, частично — в

социологии и политических науках. В первую очередь благодаря М. Грановеттеру сетевой подход стал, возможно, самым влиятельным противовесом индивидуалистским подходам рационального выбора, которые присутствовали в социологии и были особенно важны в экономике. Вследствие усилий именно Грановеттера сетевой подход занял центральное место при становлении экономической социологии как отдельной дисциплины. Однако в рамках социального сетевого анализа существует известное разделение между двумя типами анализа: «сети целиком» (*whole networks*), когда исследователь пытается обозначить отношения между структурными ролями, и «эго-сети» (*ego-networks*), когда исследователь фокусирует свое внимание лишь на выбранном индивиде и его связях [Wellman 1988]<sup>3</sup>. При использовании подхода «эго-сети» выявляют контекст, в котором индивиды живут, поэтому он «совместим с более индивидуалистской позицией в рамках социальных наук» [Knox, Savage, Harvey 2006: 118]. На самом деле, метафора М. Грановеттера об укоренённости<sup>4</sup> содержит мысль о том, что сети — это способ изучения индивидов внутри их жизненного опыта. Таким образом, концепция эго-сетей вполне совместима с преобладающим индивидуалистским направлением в социальных науках, поскольку оно определяет сети контактов как атрибут индивидов (наряду с классом, гендером, этничностью и т. д.) [Knox, Savage, Harvey 2006].

Ещё одно направление в рамках социального сетевого анализа (его основным представителем является Харрисон Уайт со своим подходом структурной эквивалентности<sup>5</sup>) делает акцент на отношениях между группами в одном поле. Этот подход воспринимает сетевой анализ не как способ обозначения связей, но как способ разграничения структурных отношений (это может быть отсутствие связей или наличие связей одного типа). Более того, «пустоты» (то есть отсутствие связей) могут представлять даже больший интерес, как это показано в работах Р. Бёрта (см, например: [Burt 2009]).

### Антропологический сетевой анализ

Несмотря на все преимущества социального сетевого анализа, основная критика в адрес этого подхода состоит в том, что идентификация связей между индивидами не позволяет на самом деле выявить всю глубину ни этих связей, ни отношений между акторами. Отмечаются и другие недостатки подхода. Изучая сеть целиком, во-первых, методологически довольно сложно собрать полную достоверную информацию о связях рассматриваемой группы. Как пишут Нокс, Сэвидж и Харви, «нередко большинство признанных исследований опираются на документальные данные, полученные из опубликованных или архивных источников, которые были собраны для того, чтобы предоставить исчерпывающую информацию о членах определённой группы и об их наиболее значимых связях» [Knox, Savage, Harvey 2006: 120]. Во-вторых, анализируя сеть целиком, непросто очертить границы этой сети. Обычно для этого используется прагматический способ административных границ (например, дети одного класса, директора отобранных компаний), однако такой подход противоречит самой идее сетевого анализа. В последние годы поэтому исследователи также обращают внимание на вторую ветвь сетевого подхода — антропологический, или культурологический, сетевой анализ (о нём уже упоминалось выше в связи с эго-сетями). Не будем подробно останавливаться на этом подходе, однако отметим, что

<sup>3</sup> В качестве примеров таких исследований приводятся работы Джона Барнса 1954 г. «Класс и комитеты в Норвежском островном округе» («Class and Committees in a Norwegian Island Parish») (см.: [Wellman 1988]) и Элизабет Ботт 1957 г. «Семья и социальная сеть: роли, нормы и внешние отношения в обычных городских семьях» («Family and Social Networks: Roles, Norms, and External Relationships in Ordinary Urban Families») (см.: [Knox, Savage, Harvey 2006: 118–119]).

<sup>4</sup> Укоренённость объясняется прежде всего тем, что «акторы не действуют и не принимают решения вне социального контекста... их действия укоренены в конкретных системах длящихся социальных отношений» [Грановеттер 2002: 49–50].

<sup>5</sup> Структурная эквивалентность представляет собой ситуацию, когда два актора, которые занимают похожие позиции в социальной системе, имеют структурно сравнимые сетевые связи [White, Boorman, Breiger 1976].



антропологические исследования сети направлены на изучение других вопросов, нежели социальный сетевой анализ. Антропологи критично настроены к логике структурного функционализма и отмечают наличие фрагментации и комплексности (сложности). Сети, таким образом, не измеряются структурными ролями, но сами по себе есть культурные конструкты [Mische, White 1998].

В данном обзоре рассматриваются в основном исследования, выполненные в логике социального сетевого анализа. Однако понимание сетевого подхода не только в соответствии со структурной логикой, но и в более широком культурологическом контексте важно для обозначения возможных дальнейших исследований в этой области.

Далее кратко сформулируем основные положения, касающиеся понимания рынка с позиции сетевого подхода. Отойдя от общих рассуждений о сетевом анализе как о методе, сосредоточимся на его роли в изучении рынка и его феноменов. Исследователи отмечают роль сетей в понимании таких феноменов, как рыночные отношения, предпринимательство, международная торговля и т. д. [Smith-Doerr, Powell 2005].

### **Сетевой подход к анализу рынка**

Среди многообразия представлений о том, что такое рынок, сетевой подход рассматривает его как переплетение социальных сетей, под которыми понимается совокупность устойчивых связей между участниками [Радаев 2003]. Рынки есть самовоспроизводимые социальные структуры, состоящие из специфических клик (малых связанных групп), фирм и других акторов, которые определяют свою роль, наблюдая за поведением друг друга [White 1981]. Иначе говоря, согласно сетевому подходу основная деятельность фирмы на рынке — это наблюдение и по его результатам выстраивание своего поведения. Таким образом, рынки различаются прежде всего структурой сложившихся связей между их участниками [Радаев 2003].

Сети, как указывал Р. Бёрт в 1992 г., обеспечивают три основные категории рыночных преимуществ: доступ, своевременность и рекомендации (цит. по: [Smith-Doerr, Powell 2005: 380]). Связи помогают осуществить доступ к группам, предоставляющим информацию или ресурсы. Те связи, которые предоставляют доступ в срочном порядке, формируют преимущество над теми связями, которые такими контактами не обладают. Рекомендации позволяют заменить формальные каналы передачи информации неформальными. Таким образом, сети через формирование рыночных преимуществ оказывают значимое совокупное влияние на экономическое действие на рынке.

У. Пауэлл и Л. Смит-Дор в обзоре сетевых исследований делают вывод о неразрывной связи формальных и неформальных организаций между собой: «Иерархические организации тесно вплетены в более широкие сети, а неформальные организации проникают сквозь границы иерархических структур» [Пауэлл, Смит-Дор 2003: 75]. Также они отмечают со ссылкой на других авторов (а именно на работу: [Faulkner, Anderson 1987]), что определённые сферы хозяйственной деятельности, например, киноиндустрия, в значительной степени опираются на стабильные и устойчивые сети персональных отношений. Пауэлл и Смит-Дор выделяют три основные сферы, где неформальные отношения особенно важны: наём и поиск персонала; распространение идей и правил; мобилизация ресурсов [Пауэлл, Смит-Дор 2003].

Выше были рассмотрены особенности индустрии медиа и медиапродуктов, а также приведён общий обзор сетевого подхода как метода исследования. Теперь обратимся к изучению исследований медиарынков с позиций сетевого анализа.

## Сетевая структура медиарынка

Сетевые структуры культурных индустрий имеют ряд особенностей. Например, киноиндустрия характеризуется краткосрочными повторяющимися связями между участниками рынков [Faulkner, Anderson 1987], для книгоиздания и музыкальной индустрии также характерна подобная система отношений в сети, особенно на этапе производства культурного продукта [Hirsch 1972]. Для телевизионного рынка сети становятся способом найма персонала, поиска талантов и получения слухов [Antcliff, Saundry, Stuart 2007; Pratt 2002]. В то же время сетевая культура укореняет и ряд отрицательных свойств: снижение лояльности работников компании нанимателю, невозможность получить работу, не будучи включённым в существующую сеть [Lee 2011].

### *Сетевая структура медиарынка на этапе создания и распространения культурного продукта*

П. Хирш отмечает, что в современных обществах производство и дистрибуция как высокого искусства, так и популярной культуры формируют отношения между сложной сетью организаций, которые способствуют процессу создания культурного продукта и одновременно регулируют его. Таким образом, исследователи создают концепт культурной производственной системы, которая представляет собой единую и стабильную сеть идентифицируемых и взаимодействующих компонентов. Хирш не рассматривает массмедиа (телевидение, радио, газеты), а фокусирует своё внимание на более узком понимании культурного продукта, к которому он относит кино, театральные постановки, книги, принты, видеоигры и т. д. [Hirsch 1972].

Хирш выделяет различные характеристики производства культурного продукта и его дистрибуции. Производственный процесс тяготеет к более ручному управлению. Например, создатели текстов (авторы, певцы, актёры) чаще работают за вознаграждение, не заключая контракта. Кинопроизводственные компании для минимизации издержек нередко арендуют технику и другое оборудование под конкретный проект, а издатели передают работы по печатанию на аутсорсинг. Этап производства культурного продукта характеризуется неформальными, личными отношениями.

Одновременно Хирш отмечает, что дистрибуция культурного продукта характеризуется более высокой рыночной концентрацией по сравнению с этапом производства. Это обусловлено более низкими барьерами входа, поскольку гораздо больше индивидов или компаний могут распространять готовый культурный продукт, чем тех, кто способен его создавать. При дистрибуции поэтому распространён бюрократический, стандартизированный подход: фиксированные зарплаты менеджеров по продажам, невысокая степень делегирования полномочий или аутсорсинга [Hirsch 1972].

Влияние структуры и конфигурации сети на развитие самой индустрии подтверждено рядом исследований (см., например: [Baum, Oliver 1992; Powell et al. 2005]). М. Лоренцен и Ф. Таубе изучали недавний быстрый рост киноиндустрии Болливуда в Индии [Lorenzen, Täube 2008]<sup>6</sup>. Они выявили, что столь стремительная эволюция индустрии обязана, помимо особенностей регулирования, специфической структуре и действиям в социальной сети, функционирующей в Болливуде. Исследователи выделяют три категории социальных отношений, которые являются центральными для производства фильмов в Болливуде:

<sup>6</sup> В 2005 г. Болливуд выпустил 1041 фильм и продал около 3,6 млн билетов, что делает Индию крупнейшим мировым производителем фильмов. Для сравнения: США выпустили 535 фильмов и продали 2,6 млн билетов [Lorenzen, Täube 2008].

- между продюсерами и актёрами-звёздами. Одним из популярных жанров индийского кино является масала<sup>7</sup>. Этот жанр сочетает мелодраму, драму и комедию с танцами и песнями, поэтому роль, исполняемая звёздным актёром, является ключевой для этого типа кино. Отношения между продюсером и актёром носят неформальный характер, в этом их особенность. Кастинг, все договорённости вплоть до контракта (который в реальности часто отсутствует) основаны на личном доверии;
- между продюсером и финансистами, которые выделяют деньги на создание фильма. Производство фильмов в Голливуде финансируется по большей части через предварительную оплату распространителей контента или из частных источников. И в этом случае тоже важную роль играют неформальные отношения. В процессе создания продукта бюджет часто превышает отпущенные средства, и тогда продюсер должен через личные контакты договориться об увеличении финансирования с дистрибьюторами, передавая им всё больше и больше прав на фильм. Если распространитель не хочет покрывать дополнительные расходы, продюсер договаривается о финансировании (иногда нелегальном) с заимодателем, венчурной компанией или с другими партнёрами, но повсюду налаженные социальные отношения являются предпочтительной формой для доступа к источникам финансирования;
- между продюсером и звёздным режиссёром. Изменения во вкусах потребителей приводят к тому, что роль сценария и режиссёрской работы становится всё более важной, но и режиссёры предпочитают действовать, опираясь на личные отношения.

Чёткое разделение ролей внутри сети соседствует в культурных индустриях с процессом коммерциализации индустрии. Например, в Голливуде после наступления эпохи блокбастеров (это произошло после выпуска фильма «Крёстный отец» в 1975 г.) установилось чёткое деление в сети на бизнес (продюсер) и артистических акторов (сценаристы, режиссёры) [Baker, Faulkner 1991]. В случае Голливуда три упомянутые выше категории социальных отношений (продюсер — актёр-звезда; продюсер — финансист; продюсер — режиссёр-звезда) формируют сеть личных отношений между малым количеством ключевых акторов. Как правило, это продюсеры и звёзды-актёры, которые начали формирование этой сети при зарождении Голливуда (1950–1960-е гг.), члены их расширенных семей и близкие друзья. В социальном сетевом анализе такая сеть характеризуется короткой средней длиной пути (*path length*; см.: [Wasserman, Faust 1994]), то есть средним числом «шагов» между двумя актёрами в сети. Это позволяет её участникам эффективно распространять новые практики, информацию и другие ресурсы, учиться друг у друга [Baum, Oliver 1992]. Пример Голливуда подтверждает, что в существующей сети происходит очень интенсивный обмен информацией (тем более что все её участники локализованы в Мумбаи) и действует высокое социальное доверие. Рукопожатие в такой системе отношений значит больше, чем подписанный контракт. Характер отношений позволяет участникам сети киноиндустрии Голливуда снижать транзакционные издержки на получение ресурсов и распространение информации, а также делает такую сеть эффективной, что позволяет ей успешно конкурировать с крупными корпорациями и холдингами, главенствующими, например, в Голливуде.

Говоря о конфигурации сети, исследователи отмечают, что она растёт за счёт предпочтительного присоединения (*preferential attachment*) [Wasserman, Faust 1994]. В данном случае понятие «предпочтительное присоединение» означает, что наиболее влиятельные участники сети приводят новых (из круга своей семьи или друзей). Благодаря предпочтительному присоединению сеть растёт с высокой степенью зависимости от выбранного пути (*path dependence*). Это означает, что связи с новыми актёрами устанавливаются через уже сложившиеся каналы. Например, актёр *X* для связи с новым актёром *Y* бу-

<sup>7</sup> В переводе с хинди — «смесь специй».

дет вынужден взаимодействовать с уже знакомым ему актором  $Z$ , который привёл актора  $Y$  в эту сеть. Исследования свидетельствуют о том, что высокая плотность сети и высокая степень кластеризации препятствуют распространению новых организационных форм, поскольку такая конфигурация сети ограничивает приход новых участников [Uzzi, Spiro 2005].

Роль таких отношений в развитии киноиндустрии заключается в том, что участники сети не только встречаются, обсуждают слухи, оценивают развитие индустрии и деятельность конкурентов, но и способствуют формированию и распространению альянсов среди участников. Такие альянсы участников позволяют сдерживать натиск вертикальной интеграции, не допуская её к этапу производства продукта и оставляя на уровне дистрибуции и финансирования. В этом заключается основное отличие структуры индустрии Болливуда от Голливуда. В Голливуде независимым кинопроизводителям редко удаётся получить доступ к дистрибуции. В Болливуде же наиболее дорогие и «звёздные» фильмы произведены маленькими, специализированными, независимыми компаниями<sup>8</sup>. Даже если некоторые из фильмов распространяются и финансируются крупными корпорациями (хотя многие производственные компании Болливуда до сих пор полагаются на традиционные формы финансирования через мелких частных инвесторов и распространения через сеть региональных независимых дистрибьюторов), все они выпускаются независимыми специализированными производственными компаниями [Lorenzen, Täube 2008].

Исследователи сетевой структуры киноиндустрии в Индии изучали отношения в рамках территориальных границ Болливуда. При этом в современном мире медиаиндустрии оперируют не только на локальном уровне, но также на международном и национальном. Нейл Коу, изучая киноиндустрию Ванкувера (Канада), исходил из предположения, что именно социальные сети, в которых укоренены акторы, конструируют различные пространственные уровни взаимодействия [Сое 2000]. Исследование в Ванкувере показало, что продюсеры встроены в сеть, характеризующуюся сравнительно крепкими связями на локальном и международном уровнях, но слабыми на национальном уровне (в Канаде). Крепкие связи на международном уровне обусловлены прежде всего исторически сформированной зависимостью от ключевых лиц (заказчиков) в Лос-Анджелесе (США). На североамериканском рынке доминируют американские продюсеры, дистрибьюторы, вещатели, более 80% выручки генерируется от проектов, финансируемых Голливудом. Слабость национальных связей объясняется тем, что социальные сети, сформированные вокруг ключевых культурных индустрий Торонто и Монреаля, скорее, ориентированы на американских партнёров, чем на кинопроизводственный комплекс в Ванкувере. Будучи «выключенными» из сети вещателей и производственных компаний Торонто и Монреаля, продюсеры Ванкувера редко находят поддержку при продвижении своих проектов на национальном уровне.

Такая структура сети формирует сходную стратегию для всех продюсеров Ванкувера, желающих реализовать собственные независимые проекты. Она заключается в развитии личных связей с американскими студиями и производственными компаниями, а также с местными продюсерами, обладающими большим креативным и финансовым контролем над проектами. При этом отношения с американскими студиями и производителями предполагают трансформацию взаимодействия по принципу «работодатель — исполнитель» в партнёрские отношения. Это доказывает наличие зависимости от выбранного пути, которое в данном случае уместнее назвать сложившейся системой связи.

Зависимость от сложившихся отношений проявляется в формировании более плотной и эффективной международной сети с американскими партнёрами, чем с основными узлами канадской медиаиндустрии [Сое 2000]. Таким образом, структурная укоренённость в сети ведёт к развитию дальнейших

<sup>8</sup> Для сравнения: в Голливуде 30 топовых фильмов 2003–2005 гг. были созданы 11 производственными компаниями, которые все принадлежали основным медиакорпорациям; в Болливуде 30 топовых фильмов были созданы 20 производственными компаниями [Lorenzen, Täube 2008].



отношений между акторами, связанными личными контактами [Уцци 2007]. При этом даже подчинённые (как в случае с американскими компаниями), но укоренённые отношения, предпочтительнее для актора при выборе партнёра, чем равные, но характеризующиеся слабыми связями.

### *Сетевая структура медиарынка при поиске работы и построении карьеры*

Р. Фолкнер и Э. Андерсон описывают голливудскую киноиндустрию как систему повторяющихся связей между различными участниками рынка [Faulkner, Anderson 1987]. Связи характеризуются краткосрочными контрактами, заключаемыми для создания конкретного фильма. Такая проектная форма организации представляется способом минимизации неопределённости и рисков киноиндустрии. Хирш в более общем виде говорит о том, что в культурных индустриях представители творческого персонала (создатели текстов и сотрудники, ищущие молодые таланты — *talent scouts*) редко связаны какими-либо долгосрочными отношениями с одной центральной организацией [Hirsch 1972: 644]. При этом в периоды между реализацией проектов сеть остаётся в устойчивом *латентном* состоянии (то есть все отношения между участниками сохраняются) до момента активизации для создания очередного проекта. К. Старки, К. Барнатт, С. Темпест засвидетельствовали это для телевизионной индустрии Великобритании [Starkey, Barnatt, Tempest 2000], а С. Маннинг — для Германии [Manning 2005]. Упомянутые исследования подтверждают классическое представление о рынке как о системе связей между акторами: при регулярно повторяющихся актах обмена для участников рынка становится важен опыт предыдущего взаимодействия и они скорее предпочтут структурно укоренённые связи [Радаев 2008]. Однако для культурных индустрий имеют значение и особенности культурного продукта, когда повторяющиеся связи являются способом снижения рисков неопределённости. Эмпирически доказано, что в киноиндустрии Италии коммерческий успех фильма связан с сильными вертикальными связями режиссёра с продюсерами и дистрибьюторами, а также с его экономической репутацией (отсутствие финансово провальных фильмов в прошлом) [Delmestri, Montanari, Usai 2005].

Нетворкинг играет особую роль в культурных индустриях. Во время налаживания связей распространяются индустриальные слухи, ищут работу и новые таланты [Pratt 2002]. Причём исследователи отмечают важность именно неформальных связей и персональных рекомендаций как средства для найма персонала [Antcliff, Saundry, Stuart 2007]. В. Антклифф и его коллеги в исследовании телевизионной индустрии Великобритании выявили по крайней мере четыре сетевые структуры, через которые происходят поиск и наём персонала. Первые две из них открытые, вторые две — закрытые [Antcliff, Saundry, Stuart 2007]:

- наём работников на краткосрочные проектные работы (чаще всего это фрилансеры) происходит по принципу «адресной книги», сформированной в основном из слабых связей. Например, работодатель нанимает оператора, затем оператор рекомендует знакомого звукорежиссёра, тот приводит другого специалиста и т. д. Соответственно после реализации проекта слабая связь между работодателем и звукорежиссёром становится сильной. Интересно, что исследователи отмечают реципрокность таких рекомендаций, то есть коллеги, по сути, являющиеся конкурентами, рекомендуют друг друга работодателям. При этом человек, отрицательно себя зарекомендовавший, быстро «стирается» из «адресных книг», то есть сила санкций велика;
- виртуальные сети, профессиональные порталы, на которых можно найти требуемого специалиста;
- членство в профессиональных организациях. Будучи институционализированными структурами, профессиональные организации играют более важную роль при распространении профессиональных знаний и стандартов, а также при отстаивании прав своих членов;



- проектная сеть работников, объединённых общими работодателями (проектами) или географическим положением. Участники этой сети хорошо знают друг друга, все связи здесь являются сильными.

Однако сетевая структура в культурных индустриях также подвергается критике. Так, Д. Ли, изучая роль сетей при поиске работы и развитии карьеры в производственном секторе независимого Британского телевидения, выявил, что нетворкинг является не только способом поиска работы, но и механизмом исключения акторов из сети в пользу индивидов с более высоким уровнем культурного и социального капитала [Lee 2011]. Негативная роль нетворкинга при отборе персонала подтверждается и другими исследованиями по теме (см., например: [McRobbie 2002; Oakley 2006]). Таким образом, сетевая структура ведёт в том числе к появлению новых паттернов иерархии и к дискриминации в этой индустрии.

### *Переплетённые директораты на медиарынках*

Рассматривая сетевой подход к анализу медиаиндустрий, нельзя не остановиться на феномене так называемых переплетённых директоратов. В культурных индустриях переплетённые директораты характеризуются тем, что одни и те же люди находятся в совете директоров нескольких медиакомпаний. Эта тема является одной из центральных для политэкономистов медиа, занимающихся изучением контроля на медиарынке, который реализуется через обладание собственностью и рыночную концентрацию. Так, Роберт Макчесни, анализируя конфигурацию медиарынка США в начале XXI века, пишет, что «у шести медиагигантов (США. — О. Д.) в совокупности 81 директор. Этот 81 человек имеет 104 дополнительных к медийному директорства в корпорациях из списка “Fortune-1000”. Советы директоров 11 крупнейших медиакомпаний (США — О. Д.) имеют уже 144 дополнительных директорства в корпорациях из списка “Fortune-1000”. Эти 11 медиакомпаний также имеют 36 прямых связей, означающих людей, которые одновременно состоят в советах директоров медиакомпаний и в одних и тех же корпорациях из списка “Fortune-1000”. Каждая из 11 медиакомпаний имеет по крайней мере двух таких представителей (например, Time Warner имеет семь таких прямых связей с другими медиакомпаниями)» [McChesney 2000: 71].

Это свидетельствует, что медиакомпании находятся в тесных отношениях между собой и с высшим эшелонем американских корпораций. Макчесни также пишет о ежегодных встречах руководства крупнейших американских медиакомпаний [McChesney 2000]. Он делает вывод, что, хотя для медиакорпораций не характерна более высокая переплетённость, чем в других индустриях, такая структура советов директоров делает медиакомпании полноправными участниками корпоративного сообщества.

Переплетённые директораты возникают как следствие роста рыночной концентрации и снижения числа собственников на медиарынках. Изучению коммерциализации и концентрации на рынках посвящены работы представителей критической теории и политической экономии массовых коммуникаций (см. обзорную статью об основных исследованиях в этой области: [Downing 2011]). Следствием переплетённых директоратов и личных знакомств между владельцами медиа становится общее снижение плюрализма мнений, гомогенизация контента и коммерциализация медиаиндустрии.

### *Сетевая структура и креативность*

Помимо сфер влияния сетей неформальных отношений, описанных Пауэллом и Смит-Дором, для культурных индустрий существует взаимосвязь между конфигурацией сети и креативностью, то есть способностью акторов генерировать тексты (в терминологии Д. Хезмондалша). О роли сети в распространении профессиональной информации или слухов уже говорилось выше, однако стоит отдельно

остановиться именно на особой конфигурации сети. Речь идёт о так называемых сетях тесных миров (*small world networks*). «Тесный мир — это сетевая структура, которая одновременно имеет высокую локальную кластеризацию и короткую длину пути ... то есть все соединены со всеми. Две эти характеристики обычно несовместимы» [Watts 1999] (цит. по: [Uzzi, Spiro 2005]). Концепция тесного мира хорошо разработана исследователями. Её основоположником был Стэнли Милграм [Milgram 1967] (см. также: [Watts 1999; Newman 2000]). Уцци и Спиро исследовали сетевую структуру тесного мира, характерную для создателей бродвейских мюзиклов в 1945–1989 гг., и пытались понять, как распределение талантов в сети тесного мира создателей текстов влияет на креативность каждой отдельной проектной команды, создающей мюзикл, и на креативность в индустрии в целом. Авторы выявили, что сетевая структура тесного мира имеет значительное положительное влияние на процесс создания мюзикла, но только до определённого предела, после которого преимущества такой структуры начинают снижаться. Это объясняется следующим: по мере того как значения характеристик тесного мира (уровень кластеризации и средняя длина пути)<sup>9</sup> увеличиваются, отдельные кластеры тесного мира становятся всё более и более соединены друг с другом через индивидов, которые хорошо знакомы (имеются в виду прошлые контакты или контакты через третьих лиц). Иначе говоря, пока структура сети тесного мира не слишком явная (переменная  $Q$  мала), креативные материалы остаются распределены в разных командах. При этом некоторые связи между командами всё же существуют и через них могут передавать новаторские и пока неизвестные материалы. Но по мере того, как структура тесного мира разрастается (то есть увеличивается коэффициент кластеризации и уменьшается средняя длина пути), растёт и уровень сплочённости между различными командами в сети вплоть до того порогового момента, когда позитивная роль сети тесного мира превращается в негативную. Высокий уровень связанности гомогенизирует общий пул креативных материалов и препятствует выходу за пределы уже отработанных шаблонов, то есть не позволяет придумать что-то действительно новое. Это негативно сказывается на креативном процессе и финансовых показателях успеха мюзиклов [Uzzi, Spiro 2005]. Роль конфигурации сети с высокой плотностью и связанностью акторов для распространения информации в культурных и креативных индустриях была также продемонстрирована в ряде эмпирических исследований разных стран — Северной Кореи [Lee 2015], Норвегии [Garmann Johnsen 2011], Великобритании [Mould, Joel 2010].

## Заключение

Представители политической экономии медиа придерживаются позиции, что существующая в странах Запада структура рынка сформирована не в результате естественных причин, связанных с рыночной эффективностью, а для исключения большинства граждан из принятия решения и доминирования малой влиятельной группы индивидов.

Структура переплетённых директоров на медиарынке США доказывает эту позицию, а также тенденцию к гиперкоммерциализации медиаиндустрии, которая связана с ростом рыночной концентрации [McChesney 2004]. Однако процессы индустриализации культуры и коммерциализации культурных продуктов обсуждаются уже не одно десятилетие. Функционирование медиаиндустрий действительно в большой степени обусловлено рыночными отношениями. Но то, как организованы сетевые структуры и отношения внутри сети на различных медиарынках, объединяет одна общая черта: наряду с внешними факторами большое влияние на медиарынок оказывают факторы, связанные с особенностями медиапродукта и его производственного процесса.

В ходе обзора литературы было выявлено, что специфика медиапродуктов влияет на характеристики сетей. Стоит отметить, что все эти характеристики в большей или меньшей степени зависят от невоз-

<sup>9</sup> Авторы обозначают эти характеристики переменной  $Q$ , которая является отношением уровня кластеризации к величине средней длины пути [Uzzi, Spiro 2005].

возможности точного прогнозирования спроса, которая связана с переменчивостью вкусов аудитории и быстрым старением продукта.

Итак, можно отметить следующие особенности сетей, характерные для рынков медиа:

- значительный уровень неформальных отношений между участниками медиарынка объясняется стремлением к снижению транзакционных издержек при распространении информации, аккумуляции ресурсов и т. д., что, в свою очередь, продиктовано высокой рискованностью продуктов культурных индустрий по сравнению с другими;
- неформальность отношений также объясняется проектной формой работы, когда под каждый продукт создаётся свой проект, состоящий из акторов, связанных многократными предыдущими взаимодействиями, то есть укоренёнными связями;
- создание креативного продукта в общем виде является ремесленным трудом, для которого характерны неформальные связи, в то время как на стадии распределения продукта отношения между акторами могут быть более формализованы [Hirsch 1972];
- невозможность точного определения цены культурного продукта приводит к тому, что акторы, участвующие в его создании, работают на гонорарной основе, которая учитывает не количество вложенного труда (адекватно его оценить невозможно), а в том числе отношения между креативными работниками и менеджерами (продюсером, сотрудником, ищущим таланты, и т. д.);
- укоренённость связей между акторами является драйвером развития отношений для дальнейшего сотрудничества. Роль неформальных связей в культурных индустриях сильна настолько, что акторы предпочитают, скорее, неравные подчинённые отношения (как в примере с киноиндустрией Ванкувера), но зато укоренённые и надёжные;
- для создания творческого продукта характерна сеть тесного мира, где участники объединяются в клики (проектные, рабочие группы). Именно такая конфигурация сети позволяет создавать новые креативные тексты, однако при достижении определённого уровня плотности связей между участниками она, наоборот, становится препятствием для появления новых идей [Uzzi, Spiro 2005];
- негативным признаком сетевого взаимодействия является дискриминация участников, не обладающих определённым культурным или социальным капиталом [Lorenzen, Täube 2008; Lee 2011].

Тем не менее мы считаем, что сетевой подход может быть использован для исследования и других аспектов медиарынков. Некоторые вопросы, требующие дальнейшего изучения, не представлены в данной статье. Так, в обзор включены исследования культурных индустрий отдельных стран — Канады, США, Индии, Италии, Великобритании и других. Сравнение культурных индустрий разных стран позволило бы получить более полные выводы о том, как организованы медиаиндустрии в экономиках. Существуют ли культурные различия, влияющие на сетевую структуру медиаиндустрий в странах? Различается ли в разных странах процесс рекрутинга в медиапроекты? Для ответа на эти вопросы может быть использован не социальный, а антропологический (или культурологический) сетевой анализ.

Не все особенности медиапродуктов и медиаиндустрий удалось сопоставить с сетевыми характеристиками. Рассмотренные исследования практически не касались отношений между государством и медиа. При этом было бы небезынтересно уделить внимание изучению связей между акторами креативных индустрий и представителями властных структур, поскольку медиарынки в большой степени тяготеют к взаимодействию с государством (для привлечения ресурсов) и всякого рода субвенциям. Печатные СМИ в большинстве европейских стран субсидируются прямо или косвенно государством [Cavallin 1998]. Высказывается мнение, что российская региональная пресса, в принципе, не может существовать без государственной поддержки [Касютин 2011]; кроме того, в России существует феномен параллельного государственного финансирования СМИ [Кирия 2012]. Однако в наш обзор не попали исследования, изучающие подобного рода взаимодействия между медиа и государством с помощью сетевого подхода.

Все рассмотренные в данном обзоре исследования касались в основном лишь одной категории медиапродуктов из классификации Б. Мьежа — воспроизводимых и созданных с участием творческих работников. Однако две другие категории продуктов из этой классификации — произведённые без участия творческих работников, не полностью воспроизводимые продукты, произведённые часто ремесленным образом с участием творческих работников — также нуждаются в изучении и сравнении между собой.

Наконец, отдельного внимания заслуживают исследования сетевой структуры рынков новых медиа. К новым, в отличие от традиционных (газеты, журналы, телевидение, радио), относят медиа, существующие в цифровой среде (в первую очередь интернет-СМИ, мобильные сервисы, цифровое телевидение и радио и т. д. [Варганова 2008]). Очевидно, что новые технологии трансформируют практики взаимодействия между участниками индустрий, а также влияют на структуру рынков традиционных массмедиа. Обзор уже существующих исследований в этой области может также стать темой для изучения.

## Литература

- Безрукова О. Н. 2004. Сеть как условие экономического действия. *Экономическая социология*. 5 (3): 78–93. URL: <http://ecsoc.hse.ru/2004-5-3.html>
- Варганова Е. Л. 2003. *Медиаэкономика зарубежных стран*. Учеб. пособие. М.: Аспект Пресс.
- Варганова Е. Л. 2008. Новые медиа как фактор модернизации СМИ. *Информационное общество*. 5–6: 37–39.
- Грановеттер М. 2002. Экономическое действие и социальная структура: проблема укоренённости. *Экономическая социология*. 3 (3): 44–58. URL: <http://ecsoc.hse.ru/2002-3-3.html>
- Засурский И. 2001. *Массмедиа и политика в 90-е годы*. М.: Изд-во Московского ун-та.
- Кастельс М. 2000. *Информационная эпоха: экономика, общество, культура*. Пер. с англ. под науч. ред. О. И. Шкаратана. М.: Изд. дом ВШЭ.
- Касютин В. Л. 2011. *Формы и методы государственного регулирования СМИ*. Автореф. дис. канд. филолог. наук. М.: ИПК работников телевидения и радиовещания.
- Кирия И. В. 2004. От «культурной индустрии» к «индустриям содержания»: 70 лет теоретических поисков. *Меди@льманах*. 5 (1): 44–53.

- Кирия И. В. 2009. Актуальные вопросы теории медиакапитала. *Меди@льманах*. 6 (35): 16–27.
- Латур Б. 2013. Пересобирая социальное. Введение в акторно-сетевую теорию. *Экономическая социология*. 14 (2): 73–87. URL: <http://ecsoc.hse.ru/2013-14-2.html>
- Михайлов И. А. 2008. *Макс Хоркхаймер. Становление Франкфуртской школы социальных исследований. Часть 1. 1941–1949 гг.* М.: Институт философии РАН.
- Пауэлл У., Смит-Дор Л. 2003. Сети и хозяйственная жизнь. *Экономическая социология*. 4 (3): 61–105. URL: <http://ecsoc.hse.ru/2003-4-3.html>
- Радаев В. В. 2003. *Социология рынков: к формированию нового направления*. М.: Изд. дом ВШЭ.
- Радаев В. В. 2008. Рынок как переплетение социальных сетей. *Российский журнал менеджмента*. 6 (2): 47–54.
- Уцци Б. 2007. Источники и последствия укоренённости для экономической эффективности организаций: влияние сетей. *Экономическая социология*. 8 (3): 44–60. URL: <http://ecsoc.hse.ru/2007-8-3.html>
- Хезмондалш Д. 2014. *Культурные индустрии*. Пер. с англ. И. Кушнаревой; под науч. ред. А. Михалёва. М.: Изд. дом ВШЭ.
- Хоркхаймер М., Адорно Т. 1997. *Диалектика Просвещения. Философские фрагменты*. Пер с нем. М. Кузнецова. М.; СПб.: Медиум; Ювента.
- Antcliff V., Saundry R., Stuart M. 2007. Networks and Social Capital in the UK Television Industry: The Weakness of Weak Ties. *Human Relations*. 60 (2): 371–393.
- Baker W. E., Faulkner R. R. 1991. Role as Resource in the Hollywood Film Industry. *American Journal of Sociology*. 97 (2): 279–309.
- Baum J. A. C., Oliver C. 1992. Institutional Embeddedness and the Dynamics of Organizational Populations. *American Sociological Review*. 57 (4): 540–559.
- Burt R. S. 2009. *Structural Holes: The Social Structure of Competition*. Cambridge: Harvard University Press.
- Cavallin J. 1998. European Policies and Regulations on Media Concentration. *International Journal of Communications Law and Policy*. 3 (1). URL: [www.lenartkucic.net/wp.../06/Cavallin\\_3-1-1998.rtf](http://www.lenartkucic.net/wp.../06/Cavallin_3-1-1998.rtf)
- Coe N. M. 2000. The View from out West: Embeddedness, Inter-Personal Relations and the Development of an Indigenous Film Industry in Vancouver. *Geoforum*. 31 (4): 391–407.
- Delmestri G., Montanari F., Usai A. 2005. Reputation and Strength of Ties in Predicting Commercial Success and Artistic Merit of Independents in the Italian Feature Film Industry. *Journal of Management Studies*. 42 (5): 975–1002.
- Downing J. D. 2011. Media Ownership, Concentration, and Control: The Evolution of Debate. In: Wasko J., Murdock G., Sousa H. (eds). *The Handbook of Political Economy of Communications*. Malden; Oxford; Chichester: John Willey & Sons Inc.; 140–168.



- Doyle G. 2013. *Understanding Media Economics*. London, UK: SAGE Publications Ltd.
- Faulkner R. R., Anderson A. B. 1987. Short-Term Projects and Emergent Careers: Evidence from Hollywood. *American Journal of Sociology*. 92 (4): 879–909.
- Faustino P. 2013. Media Governance, State Subsidies and Impacts on Regional Press and Radio. *Journalism and Mass Communication*. 3 (12): 768–785.
- Garmann Johnsen I. H. 2011. Formal Project Organization and Informal Social Networks: Regional Advantages in the Emergent Animation Industry in Oslo, Norway. *European Planning Studies*. 19 (7): 1165–1181.
- Hirsch P. M. 1972. Processing Fads and Fashions: An Organization-set Analysis of Cultural Industry Systems. *American Journal of Sociology*. 77 (4): 639–659.
- Kiriya I. 2012. The Culture of Subversion and Russian Media Landscape. *International Journal of Communication*. 6 (21): 446–466.
- Knox H., Savage M., Harvey P. 2006. Social Networks and the Study of Relations: Networks as Method, Metaphor and Form. *Economy and Society*. 35 (1): 113–140.
- Lee D. 2011. Networks, Cultural Capital and Creative Labour in the British Independent Television Industry. *Media, Culture & Society*. 33 (4): 549–565.
- Lee M. 2015. Fostering Connectivity: A Social Network Analysis of Entrepreneurs in Creative industries. *International Journal of Cultural Policy*. 21 (2): 139–152.
- Lorenzen M., Täube F. A. 2008. Breakout from Bollywood? The Roles of Social Networks and Regulation in the Evolution of Indian Film Industry. *Journal of International Management*. 14 (3): 286–299.
- Manning S. 2005. Managing Project Networks as Dynamic Organizational Forms: Learning from the TV Movie Industry. *International Journal of Project Management*. 23 (5): 410–414.
- McChesney R. 2004. U.S. Media at the Dawn of the Twenty-First Century. In: McChesney R. W., Scott B. (eds). *Our Unfree Press: 100 Years of Radical Media Criticism*. New York: The New Press; 60–75.
- McRobbie A. 2002. Clubs to Companies: Notes on the Decline of Political Culture in Speeded up Creative Worlds. *Cultural Studies*. 16 (4): 516–531.
- Miège B. 1979. The Cultural Commodity. *Media, Culture & Society*. 1 (3): 297–311.
- Milgram S. 1967. The Small World Problem. *Psychology Today*. 2 (1): 60–67.
- Mische A., White H. 1998. Between Conversation and Situation: Public Switching Dynamics across Network Domains. *Social Research*. 65 (3): 695–724.
- Mizruchi M. S. 1994. Social Network Analysis: Recent Achievements and Current Controversies. *Acta Sociologica*. 37 (4): 329–343.
- Mould O., Joel S., 2010. Knowledge Networks of «Buzz» in London's Advertising Industry: A Social Network Analysis Approach. *Area*. 42 (3): 281–292.

- Newman M. E. J. 2000. Models of the Small World. *Journal of Statistical Physics*. 101 (3–4): 819–841.
- Oakley K. 2006. Include Us Out: Economic Development and Social Policy in the Creative Industries. *Cultural Trends*. 15 (4): 255–273.
- Picard R. G. 2005. Unique Characteristics and Business Dynamics of Media Products. *Journal of Media Business Studies*. 2 (2): 61–69.
- Picard R. G. 2006. Historical Trends and Patterns in Media Economics. In: Albarran A. B., Chan-Olmsted S. M., Wirth M.O. (eds). *Handbook of Media Management and Economics*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates Inc.; 23–36. URL: <http://www.citi.columbia.edu/B8210/read1/Ch.2-Picard.pdf>
- Powell W. W. et al. 2005. Network Dynamics and Field Evolution: The Growth of Interorganizational Collaboration in the Life Sciences. *American Journal of Sociology*. 110 (4): 1132–1205.
- Pratt A. C. 2002. Hot Jobs in Cool Places. The Material Cultures of New Media Product Spaces: The Case of South of the Market, San Francisco. *Information, Communication & Society*. 5 (1): 27–50.
- Smith-Doerr L., Powell W. W. 2005. Networks and Economic Life. In: Smelser N., Swedberg R. (eds). *The Handbook of Economic Sociology*. Princeton; Woodstock: Princeton University Press; Russel Sage Foundation; 379–402.
- Starkey K., Barnatt C., Tempest S. 2000. Beyond Networks and Hierarchies: Latent Organizations in the UK Television Industry. *Organization Science*. 11 (3): 299–305.
- Uzzi B., Spiro J. 2005. Collaboration and Creativity: The Small World Problem. *American Journal of Sociology*. 111 (2): 447–504.
- Wasserman S., Faust K. 1994. *Social Network Analysis: Methods and Applications*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Watts D. J. 1999. *Small Worlds: The Dynamics of Networks between Order and Randomness*. Princeton; Woodstock: Princeton University Press.
- Wellman B. 1983. Network Analysis: Some Basic Principles. *Sociological Theory*. 1 (1): 155–200.
- Wellman B. 1988. Structural Analysis: From Method and Metaphor to Theory and Substance. In: Wellman B., Berkowitz S. D. (eds). *Social Structures: A Network Approach*. Cambridge; New York; Melbourne: Cambridge University Press; 19–62.
- White H. C. 1981. Where do Markets Come from? *Advances in Strategic Management*. 17 (2): 323–350.
- White H. C., Boorman S. A., Brieger R. 1976. Social Structures from Multiple Networks I: Blockmodels of Roles and Positions. *American Journal of Sociology*. 81 (4): 730–780.

## PROFESSIONAL REVIEWS

Olga Dovbysh

# Media Markets in the Focus of Social Network Analysis

**DOVBYSH, Olga** — PhD

Student, Department of Sociology; Junior Research Fellow, Laboratory of Media Research, National Research University Higher School of Economics. Address: 20 Myasnitskaya str., 101000, Moscow, Russian Federation.

**Email:** [dovbysh@hse.ru](mailto:dovbysh@hse.ru)

### Abstract

This article presents a review of literature on the network structure of media markets. The focus on the network approach is not an accident: features which distinguish media markets from other markets as well as the specific nature of media products influence the network configurations and relations between actors in this market.

The author explores how media markets are structured in terms of intra-market relations, what these relations are, and reasons for these relations and what network configuration is typical for media markets. This review focuses on the following questions: How is the media market organized in terms of the intramarket relations of its members? What relations exist in the

market? What is the rationale of these relations? What configuration of the network is typical for the media market?

The author suggests that the network structure of media markets can be explained by the peculiarities of media industries and media products. Thus, the literature review revealed that media markets can be characterized by a high share of informal relations within the market structure. Such structure allows reduced risks related to the impossibility of demand forecast for cultural goods and the dependency on individual tastes and fashion. The project-based work of many cultural products influences embedded links between actors. The power of personal social contacts is important, however it is not the same for different stages of the production chain for media products, or for different spatial scales of interrelations and in different sectors of media.

In addition, informal relations are valuable for many types of activities — generating creative products, employment and career developing, etc. Structures of interlocking directorates also exist in media industries, however, there is no evidence that media companies are more intertwined than in other industries. Actors in cultural industries can be characterized by small world network configurations that enable more effective creative process, but can block the entrance of new participants and new ideas.

A number of questions for further investigation are stated in the end of the article.

**Keywords:** media market; cultural industries; informal relations; social network; network structure; embeddedness.

### Acknowledgements

The article was prepared within the framework of the Academic Fund Program at the National Research University Higher School of Economics (HSE) in 2015 (grant 15-05-0019) and supported within the framework of a subsidy granted to the HSE by the Government of the Russian Federation for the implementation of the Global Competitiveness Program.

## References

- Antcliff V., Saundry R., Stuart M. (2007) Networks and Social Capital in the UK Television Industry: The Weakness of Weak Ties. *Human Relations*, vol. 60, no 2, pp. 371–393.
- Baker W. E., Faulkner R. R. (1991) Role as Resource in the Hollywood Film Industry. *American Journal of Sociology*, vol. 97, no 2, pp. 279–309.
- Baum J. A. C., Oliver C. (1992) Institutional Embeddedness and the Dynamics of Organizational Populations. *American Sociological Review*, vol. 57, no 4, pp. 540–559.
- Bezrukova O. (2004) Set' kak uslovie ekonomicheskogo deystviya [Network as a Condition of the Economic Action]. *Journal of Economic Sociology = Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 5, no 3, pp. 78–93. Available at: <http://ecsoc.hse.ru/2004-5-3.html> (accessed 9 September 2015) (in Russian).
- Burt R. S. (2009) *Structural Holes: The Social Structure of Competition*, Cambridge: Harvard University Press.
- Castells M. (2000) *Informatsionnaya epokha: ekonomika, obshchestvo, kultura* [Informational Era: Economy, Society, Culture] (Russ. ed. O. Shkaratan), Moscow: HSE (in Russian).
- Cavallin J. (1998) European Policies and Regulations on Media Concentration. *International Journal of Communications Law and Policy*, vol. 3, no 1. Available at: [www.lenartkucic.net/wp.../06/Cavallin\\_3-1-1998.rtf](http://www.lenartkucic.net/wp.../06/Cavallin_3-1-1998.rtf) (accessed 9 September 2015).
- Coe N. M. (2000) The View from out West: Embeddedness, Inter-Personal Relations and the Development of an Indigenous Film Industry in Vancouver. *Geoforum*, vol. 31, no 4, pp. 391–407.
- Delmestri G., Montanari F., Usai A. (2005) Reputation and Strength of Ties in Predicting Commercial Success and Artistic Merit of Independents in the Italian Feature Film Industry. *Journal of Management Studies*, vol. 42, no 5, pp. 975–1002.
- Downing J. D. (2011) Media Ownership, Concentration, and Control: The Evolution of debate. *The Handbook of Political Economy of Communications* (eds. J. Wasko, G. Murdock, H. Sousa), Malden; Oxford; Chichester: John Willey & Sons Inc., pp. 140–168.
- Doyle G. (2013) *Understanding Media Economics*, London, UK: SAGE Publications Ltd.
- Faulkner R. R., Anderson A. B. (1987) Short-Term Projects and Emergent Careers: Evidence from Hollywood. *American Journal of Sociology*, vol. 92, no 4, pp. 879–909.
- Faustino P. (2013) Media governance, State Subsidies and Impacts on Regional Press and Radio. *Journalism and Mass Communication*, vol. 3, no 12, pp. 768–785.
- Garmann Johnsen I. H. (2011) Formal Project Organization and Informal Social Networks: Regional Advantages in the Emergent Animation Industry in Oslo, Norway. *European Planning Studies*, vol. 19, no 7, pp. 1165–1181.
- Granovetter M. (2002) Ekonomicheskoe deystvie i sotsialnaya struktura: problema ukorenennosti [Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness]. *Journal of Economic Sociology = Ekono-*

- micheskaya sotsiologiya*, vol. 3, no 3, pp. 44–58. Available at: <http://ecsoc.hse.ru/2002-3-3.html> (accessed 9 September 2015) (in Russian).
- Hesmondalgh D. (2014) *Kulturnye industrii* [Kultural Industries] (Russ. ed. A. Mikhalyova), Moscow: HSE (in Russian).
- Hirsch P. M. (1972) Processing Fads and Fashions: An Organization-Set Analysis of Cultural Industry Systems. *American Journal of Sociology*, vol. 77, no 4, pp. 639–659.
- Horkheimer M., Adorno T. (1997) *Dialektika Prosveshcheniya. Filosofskie fragmenty* [Dialectic of Enlightenment. Philosophical Fragments], Moscow; St. Petersburg: Medium; Uventa (in Russian).
- Kasutin V. L. (2011) *Formy i metody gosudarstvennogo regulirovaniya SMI* [Forms and Methods of State Regulation of Mass Media] (PhD Thesis), Moscow: IPK rabotnikov televideniya i radioveshchaniya (in Russian).
- Kiriya I. (2004) Ot “kulturnoy industrii” k “industriyam sodержaniya”: 70 let teoreticheskikh poiskov [From “Cultural Industry” to “Content Industries”: 70 Years of Theoretical Research]. *Medi@lmanah Journal*, vol. 5, no 1, pp. 44–53 (in Russian).
- Kiriya I. (2009). Aktualnye voprosy mediakapitala [Actual Problems of Mediacapital]. *Medi@lmanah Journal*, vol. 6, no 35, pp. 16–27 (in Russian).
- Kiriya I. (2012) The Culture of Subversion and Russian Media Landscape. *International Journal of Communication*, vol. 6, no 21, pp. 446–466.
- Knox H., Savage M., Harvey P. (2006) Social Networks and the Study of Relations: Networks as Method, Metaphor and Form. *Economy and Society*, vol. 35, no 1, pp. 113–140.
- Latour B. (2013) Peresobiraya sotsialnoe: vvedenie v aktorno-setevuyu teoriyu [Reassembling the Social: An Introduction to Actor-Network Theory]. *Journal of Economic Sociology = Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 14, no 2, pp. 73–87 Available at: <http://ecsoc.hse.ru/2013-14-2.html> (accessed 9 September 2015) (in Russian).
- Lee D. (2011) Networks, Cultural Capital and Creative Labour in the British Independent Television Industry. *Media, Culture & Society*, vol. 33, no 4, pp. 549–565.
- Lee M. (2015) Fostering Connectivity: A Social Network Analysis of Entrepreneurs in Creative Industries. *International Journal of Cultural Policy*, vol. 21, no 2, pp. 139–152.
- Lorenzen M., Täube F. A. (2008) Breakout from Bollywood? The Roles of Social Networks and Regulation in the Evolution of Indian Film Industry. *Journal of International Management*, vol. 14, no 3, pp. 286–299.
- Manning S. (2005) Managing Project Networks as Dynamic Organizational Forms: Learning from the TV Movie Industry. *International Journal of Project Management*, vol. 23, no 5, pp. 410–414.
- McChesney R. (2004) U.S. Media at the Dawn of the Twenty-first Century. *Our Unfree Press: 100 Years of Radical Media Criticism* (eds. R.W. McChesney, B. Scott), New York: The New Press, pp. 60–75.
- McRobbie A. (2002) Clubs to Companies: Notes on the Decline of Political Culture in Speeded up Creative Worlds. *Cultural Studies*, vol. 16, no 4, pp. 516–531.



- Miège B. (1979) The Cultural Commodity. *Media, Culture & Society*, vol. 1, no 3, pp. 297–311.
- Mikhaylov I. (2008) *Max Horkheimer. Stanovlenie Frankfurtskoy shkoly sotsialnykh issledovaniy. Chast' 1. 1941–1949* [Max Horkheimer. Development of Frankfurt School of Social Studies. Part 1. 1941–1949], Moscow: RAS Institute of Philosophy (in Russian).
- Milgram S. (1967) The Small World Problem. *Psychology Today*, vol. 2, no 1, pp. 60–67.
- Mische A., White H. (1998) Between Conversation and Situation: Public Switching Dynamics across Network Domains. *Social Research*, vol. 65, no 3, pp. 695–724.
- Mizruchi M. S. (1994) Social Network Analysis: Recent Achievements and Current Controversies. *Acta Sociologica*, vol. 37, no 4, pp. 329–343.
- Mould O., Joel S. (2010) Knowledge Networks of 'Buzz' in London's Advertising Industry: A Social Network Analysis Approach. *Area*, vol. 42, no 3, pp. 281–292.
- Newman M. E. J. (2000) Models of the Small World. *Journal of Statistical Physics*, vol. 101, no 3–4, pp. 819–841.
- Oakley K. (2006) Include Us Out: Economic Development and Social Policy in the Creative Industries. *Cultural Trends*, vol. 15, no 4, pp. 255–273.
- Picard R. G. (2005) Unique Characteristics and Business Dynamics of Media Products. *Journal of Media Business Studies*, vol. 2, no 2, pp. 61–69.
- Picard R. G. (2006) Historical Trends and Patterns in Media Economics. *Handbook of Media Management and Economics*. (eds. A. B. Albarran, S. M. Chan-Olmsted, M. O. Wirth), Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates Inc., pp. 23–36. Available at: <http://www.citi.columbia.edu/B8210/read1/Ch.2-Picard.pdf> (accessed 9 September 2015).
- Powell W. W., Smith-Dor L. (2003) Seti i khozyaystvennaya zhizn' [Networks and Economic life]. *Journal of Economic Sociology = Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 4, no 3, pp. 61–105. Available at: <http://ecsoc.hse.ru/2003-4-3.html> (accessed 9 September 2015) (in Russian).
- Powell W. W., White D. R., Koput K. W., Owen-Smith J. (2005) Network Dynamics and Field Evolution: The Growth of Interorganizational Collaboration in the Life Sciences. *American Journal of Sociology*, vol. 110, no 4, pp. 1132–1205.
- Pratt A. C. (2002) Hot Jobs in Cool Places. The Material Cultures of New Media Product Spaces: The Case of South of the Market, San Francisco. *Information, Communication & Society*, vol. 5, no 1, pp. 27–50.
- Radaev V. (2003) *Sotsiologiya rynkov: k formirovaniyu novogo napravleniya* [Sociology of Markets: Toward a New Approach], Moscow: HSE (in Russian).
- Radaev V. (2008) Rynok kak perepletenie sotsialnykh setey [Market as Interweaving of Social Networks]. *Russian Journal of Management*, vol. 6, no 2, pp. 47–54 (in Russian).

- Smith-Doerr L., Powell W. W. (2005) Networks and Economic Life. *The Handbook of Economic Sociology* (eds. N. Smelser, R. Swedberg), Princeton; Woodstock: Princeton University Press; Russel Sage Foundation, pp. 379–402.
- Starkey K., Barnatt C., Tempest S. (2000) Beyond Networks and Hierarchies: Latent Organizations in the UK Television Industry. *Organization Science*, vol. 11, no 3, pp. 299–305.
- Uzzi B. (2007) Istochniki i posledstviya ukorenennosti dlya ekonomicheskoy effektivnosti organizatsiy: vliyaniye setey [The Sources and Consequences of Embeddedness for the Economic Performance of Organizations: The Network Effect]. *Journal of Economic Sociology = Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 8, no 3, pp. 44–60. Available at: <http://ecsoc.hse.ru/2007-8-3.html> (accessed 9 September 2015 (in Russian)).
- Uzzi B., Spiro J. (2005) Collaboration and Creativity: The Small World Problem. *American Journal of Sociology*, vol. 111, no 2, pp. 447–504.
- Vartanova E. (2003) *Mediaekonomika zarubezhnykh stran* [Mediaeconomics of Foreign Countries], Moscow: Aspect Press (in Russian).
- Vartanova E. (2008) Novye media kak factor modernizatsii SMI [New Media as a Factor of Modernization in Media]. *Informatsionnoye obshchestvo*, vol. 5–6, pp. 37–39 (in Russian).
- Wasserman S., Faust K. (1994) *Social Network Analysis: Methods and Applications*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Watts D. J. (1999) *Small Worlds: The Dynamics of Networks between Order and Randomness*, Princeton, Woodstock: Princeton University Press.
- Wellman B. (1983) Network Analysis: Some Basic Principles. *Sociological Theory*, vol. 1, no 1, pp. 155–200.
- Wellman B. (1988) Structural Analysis: From Method and Metaphor to Theory and Substance. *Social Structures: A Network Approach* (eds. B. Wellman, S. D. Berkowitz), Cambridge; New York; Melbourne: Cambridge University Press, pp. 19–62.
- White H. C. (1981) Where do Markets Come from? *Advances in Strategic Management*, vol. 17, no 2, pp. 323–350.
- White H. C., Boorman S. A., Brieger R. (1976) Social Structures from Multiple Networks I: Blockmodels of Roles and Positions. *American Journal of Sociology*. vol. 81, no 4, pp. 730–780.
- Zasoursky I. (2001) *Mass media i politika v 90-e gody* [Mass Media and Politics in the 90s], Moscow: Moscow University Press (in Russian).

**Received:** April 13, 2015.

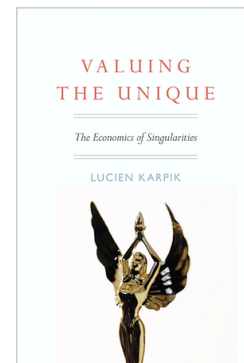
**Citation:** Dovbysh O. (2015) Mediarynki v fokuse sotsial'nogo setevogo analiza [Media Markets in the Focus of Social Network Analysis]. *Journal of Economic Sociology = Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 16, no 4, pp. 85–107. Available at <http://ecsoc.hse.ru/2015-16-4.html> (in Russian).

## НОВЫЕ КНИГИ

Я. М. Рощина

# Как на рынках «особенных благ» формируются суждения о качестве?

Рецензия на книгу: Karpik L. 2010. *Valuing the Unique: The Economics of Singularities*. Princeton; Oxford: Princeton University Press (впервые: Karpik L. 2007. *L'économie des singularités*. Paris: Gallimard).



**РОЩИНА Яна Михайловна** — кандидат экономических наук, старший научный сотрудник Лаборатории экономико-социологических исследований; ведущий научный сотрудник Центра лонгитюдных обследований; доцент департамента социологии НИУ ВШЭ. Адрес: Россия, 101000, Москва, ул. Мясницкая, д. 20.

Email: [yroshchina@hse.ru](mailto:yroshchina@hse.ru)

*Выбор хорошего романа, хорошего ресторана или хорошего врача не вынуждает механизм обмена, описанным экономикой. Для анализа специфики потребительского выбора высококачественных благ Люсьен Карпик предлагает использовать такое понятие, как «особенное благо». Главные особенности таких благ — это многомерность свойств, неопределённость качества и несравнимость между собой. К важным особенностям рынка таких благ нужно отнести непрозрачность и оппортунизм, необходимость координационных механизмов, превалирование конкуренции качества над конкуренцией цен и невозможность объяснить уровень цен балансом спроса и предложения.*

*Рынки особенных благ оснащены инструментами формирования оценочных суждений (гайд, список лауреатов), без которых потребитель не мог бы сделать свой выбор. Такой механизм нужен для того, чтобы снизить непрозрачность рынка путём предоставления покупателям необходимых знаний. Используются такие инструменты, как сети, сертификаты качества, экспертиза, ранжирование (экспертное или рыночное), техники управления потребителями и способами демонстрации продукта в местах продаж.*

*Рынки особенных благ регулируются на основе нескольких режимов координации. Так, режим подлинности, основанный на введении гарантий качества, характерен для рынка дорогого вина во Франции. Мегарежим действует в случае глобальных производителей фильмов, одежды класса люкс и т. д., то есть там, где качество подтверждается именем бренда. Режим экспертного мнения относится к таким сравнительно узким рынкам, как хорошие книги, фильмы, спектакли и т. д. Режим профессиональной координации применим к регулированию рынка персональных услуг (таких как врачи, юристы, архитекторы, бизнес-консультанты и т. д.), поставщики которых подчиняются профессиональной этике.*

*Цены на особенные блага, не подчиняясь стандартному механизму баланса спроса и предложения, формируются в зависимости от ограничений на объём производства. Для этого рынка также характерен большой разрыв в ценах между топовыми продуктами в ранжируемом списке и основной массой благ.*

**Ключевые слова:** экономика качества; рынок особенных благ; оценка качества; режим координации; асимметрия информации; непрозрачность рынка.

Как потребитель выбирает высококачественные блага — хороший ресторан, значимый фильм или книгу, вино лучшего сорта, хорошего врача или адвоката? Цель книги Люсьена Карпика — разобраться в этой проблеме. Люсьен Карпик, автор книги, — французский социолог, профессор в Эколь де Мин (L'école des Mines), основатель Центра социологии инноваций (Centre de Sociologie de l'Innovation). Первое издание его труда появилось в 2007 г. на французском языке, для английского перевода (2010) книга была существенно дополнена, а глава, посвящённая ценообразованию, написана заново.

Для анализа специфики потребительского выбора высококачественных благ Люсьен Карпик использует относительно новое экономико-социологическое понятие — «особенное благо» (или «особенность, своеобразие» — *singularity* по-английски, *singularité* по-французски). Что же представляют собой особенные блага? По мнению автора, это такие товары и услуги, спрос на которые определяется в первую очередь их качеством, отличием от других благ, а не ценой. В своих более ранних работах [Karpiк 1989; 1995; 2000]. Л. Карпик использовал термины «качественные блага», «экономика качеств», однако затем счёл, что термин «особенные блага» является более адекватным. Речь в данном случае идёт и о произведениях искусства (в том числе и «массового», таких как песни, кинофильмы, книги), и о потребительских товарах и услугах высокого качества (рестораны высокой кухни, одежда высокой моды, дорогие вина, врачи, адвокаты и т. д.). Конечно, нельзя сказать, что понятие *singularité* ранее не использовалось в социологии, прежде всего французской. Так, Пьер Бурдьё применяет его в своей теории полей для описания поля ограниченного производства культурных благ — например, литературных произведений [Bourdieu 1991]. Жан-Пьер Эшкенази, анализируя потребление культурных товаров, выделяет стоимость легитимности (*valeur de légitimité*) и стоимость своеобразия (*valeur de singularité*) [Esquenazi 2007]. Люк Болтански и Лоран Тевено считают своеобразие, или особенность, необходимой характеристикой великих произведений и великих творцов [Boltanski, Thévenot 1991].

Однако, во-первых, Л. Карпик существенно расширяет понятие «особенные блага», распространяя его не только на произведения искусства, но и на другие товары и услуги высокого качества. И, во-вторых, в своей книге он предлагает анализ особенностей функционирования рынка таких благ.

В книге 19 глав, объединённых в три содержательные и одну заключительную части.

## Что такое «особенные блага»?

Первая часть книги — «An Overlooked Reality» («Неизвестная реальность») — посвящена постановке проблемы исследования, описанию свойств особенных благ и обсуждению вопроса, способна ли неоклассическая экономическая теория анализировать функционирование рынка этих благ. К ним можно отнести произведения искусства, высокую кухню, кинофильмы, музыкальные записи, люксовые товары, литературу, туризм, некоторые сделанные вручную товары, персонализированные профессиональные услуги и некоторые виды экспертизы (р. 3). В книге выделяются три важнейшие особенности таких благ. Во-первых, *многомерность*, то есть оценка каждого из свойств блага неотделима от оценки других его свойств. Во-вторых, *неопределённость* двух видов — *стратегическая*, возникающая из возможного несовпадения презентации свойств продукта и их восприятия потребителями, и *качественная*, возникающая в силу асимметрии информации, невозможности потребителя оценить качество до приобретения продукта. В-третьих, *несравнимость*: по отношению к особенным благам невозможно сказать, у какого из них качество выше — у записей Моцарта или Вагнера, «The Beatles» или «The Rolling Stones».



Граница между особенными и обычными благами прочерчивается прежде всего по критерию качества и возможности замены одного блага другим: фастфуд и большинство заведений общественного питания относятся к обычным благам, а рестораны высокой кухни — к особенным, поскольку предлагают не просто возможность утолить голод, а меню и атмосферу, которые невозможно найти в соседнем кафе. В то же время, как показывает далее автор на примере CD-плееров, некоторые обычные блага благодаря их позиционированию могут выглядеть для потребителя особенными, и это делает границу между этими типами благ подвижной.

Л. Карпик выделяет несколько свойств рынка особенных благ, которые он иллюстрирует на примере рынка услуг психоанализа. Во-первых, это непрозрачность и оппортунизм, связанные с несовершенством информации, при этом в экономике такие свойства рынка связывают прежде всего с проблемой формирования цены, тогда Л. Карпик делает акцент на сложности для потребителя выбрать *хороший* товар или услугу. Во-вторых, это необходимость координационных механизмов, под которыми автор понимает инструменты для внешней по отношению к потребителю системе суждений о качестве данной категории благ. В-третьих, это превалирование конкуренции качеств над конкуренцией цен, когда для потребителя становится невозможным заменить спектакль или врача более дешёвым, но менее качественным. Наконец, это невозможность объяснить цены балансом спроса и предложения, в связи с чем возникают другие механизмы, о которых автор подробно говорит в главе 17 (р. 13–15).

В зависимости от критерия оценки качества особенные блага можно разделить на два типа: *модель отличия* (к ней относятся произведения искусства, высокой моды и т. д., оценка которых требует применения эстетических критериев) и *модель персонализации* (к ней относятся услуги адвокатов, врачей, частных преподавателей и т. д., оценка которых требует применения профессиональных критериев качества). Первая модель применяется прежде всего к товарам, а вторая — к услугам.

Наконец, автор задаётся вопросом: может ли экономическая теория объяснить функционирование рынка особенных благ? Начиная со второй половины XX века экономическая наука научилась иметь дело с такими понятиями, как «неопределённость», «многомерность» и «несравнимость», однако, как показывает Л. Карпик, этого недостаточно в силу специфики их у особенных благ и разного их понимания в экономике и экономической социологии (р. 30). Далее автор книги переходит к описанию схемы своей теоретической модели.

### **Как инструменты оценочных суждений помогают выбору особенных товаров?**

Во второй части книги — «Tools for Analysis» («Инструменты для анализа») — Л. Карпик каждую главу посвящает анализу отдельного понятия: «оценочное суждение», «инструменты оценки», «инструменты доверия», *Homo singularis* (человек особенный), «квалификация» и «экономическая координация». По мнению автора, необходимо разделять понятия «решение», «вкус» и «оценочное суждение». В классической новой экономической теории индивид принимает решение о выборе блага, основываясь на калькуляции полезности, исходя из соотношения цен и своих предпочтений. Однако к особенным благам в силу их свойств (многомерность, неопределённость и несравнимость) эта модель неприменима. Более того, при их выборе важно делать различие между вкусом и оценочным суждением: это второе, в отличие от первого, является рефлексивным и входит в публичное пространство. Оценочное суждение также представляет собой, скорее, качественный выбор, чем выбор, основанный на логике или калькуляции. Выбор делается экономическими агентами (то же относится и к решению), которые обладают объективной информацией и имеют один и тот же взгляд на мир, а оценочное суждение формируется частными акторами, чьё знание одинаково только среди тех, кто имеет одну и ту же точку зрения (р. 41).



Инструменты оценочных суждений используются рынком для того, чтобы снизить его непрозрачность путём предоставления покупателям знаний, помогающих им сделать выбор на рынке особенных благ. Эти инструменты могут быть разделены на пять категорий: сети (межличностные отношения, способствующие циркуляции опыта и знаний), сертификаты качества (бренды, подтверждённое качество, сертификация и т. д.), экспертиза (критические статьи, экспертные оценки, гайды; осуществляющих эти виды деятельности экспертов Карпик называет «чичероне»), экспертное или рыночное ранжирование (иерархический список благ в зависимости от разных критериев — экспертной оценки, цены, лидерства продаж и т. д.), слияние (техники управления потребителями и способами демонстрации продукта в местах продаж).

Инструменты оценочных суждений имеют несколько общих свойств. Во-первых, они базируются на социальных связях, так как принимают на себя полномочия по оценке блага, которые делегированы им потребителям на основе доверия (р. 46–49). Во-вторых, являются механизмами когнитивной поддержки: их роль состоит в том, чтобы производить знания, облегчающие потребителям выбор особенных благ, при этом сами инструменты не способствуют прозрачности рынка, но предлагают ориентированное знание, производя одновременно классификацию и продуктов, и потребителей. В-третьих, данные инструменты являют собой активные силы, или символическую власть на рынке, когда конкуренция между товарами сменяется конкуренцией между инструментами оценочных суждений (р. 53). Важно также, что на самом деле инструменты оценочных суждений — это также инструменты доверия, которые можно анализировать с точки зрения как формальной модели (калькулируемое доверие, по Дж. Коулмену [Coleman 1990], или репутационное доверие, по Д. Крепсу [Kreps, Wilson 1982]), так и субстантивной модели (в которой доверие рассматривается как символическая и социальная реальность).

Л. Карпик утверждает, что как в классической экономической модели действующим лицом на рынке является *Homo economicus*, так и на рынке особенных благ действующим лицом является *Homo singularis*. В отличие от *Homo economicus*, для которого критерии эффективного выбора неизменны, для *Homo singularis* в условиях неопределённости и изменения критериев степень эффективности измерить невозможно. *Homo singularis* вписан в различные формы экономического действия и является участником плюралистичного мира. Таким образом, на рынке особенных благ действие сочетает ценностную и инструментальную ориентации (инструментальная ориентация соотносит выгоды и издержки). Особенностью поведения потребителя является то, что он ориентируется на свойства и качество блага в большей степени, чем на его цену; при этом суждения о качестве социально конструируются на основе описанных выше инструментов оценивания. Например, ежегодно издаваемый путеводитель по ресторанам «Michelin Red Guide» («Красный гайд Мишлена») публикует список лучших ресторанов мира, который позволяет потребителю ориентироваться на этом рынке. Однако фактически это издание пытается сделать невозможное: сравнить несравнимое на основе критериев оценки, которые изменились начиная с 1949 г. трижды (р. 78). В то же время разный подход к презентации продукта может сделать особенными и обычные блага. На примере CD-плееров Л. Карпик показывает, как, в принципе, мало отличающиеся друг от друга блага при помощи акцентирования на их превосходных свойствах (таких как дизайн, качество воспроизведения и т. д.) могут стать для потребителя особенными и изменить его выбор.

В последней главе этого раздела Л. Карпик классифицирует инструменты оценочных суждений. Сначала он разделяет их на две большие группы: безличные, или деперсонализированные (включающие сертификаты качества, экспертные оценки, ранжирование и слияние), и персонализированные (включающие все виды сетей). В первой группе автор выделяет формальные инструменты (в этом случае знание касается относительной позиции блага) и субстантивные (тогда речь идёт о специфическом содержании блага). В свою очередь, особенности каждого из инструментов зависят от масштаба рын-

ка (широкий или узкий). Для каждого из этих четырёх видов деперсонализированных инструментов суждений Л. Карпик предлагает специфический режим координации (р. 101): (1) режим подлинности (специфические продукты; узкий рынок; умеренная прибыль; логика оригинальности); (2) мегарежим (специфические продукты; широкий рынок и высокая прибыль; логика оригинальности); (3) режим экспертного мнения (ранжирование специфических продуктов; узкий рынок и умеренная прибыль; экспертная логика); (4) режим общего мнения (ранжированные продукты; широкий рынок и высокая прибыль; логика соответствия).

В свою очередь, персонализированные инструменты суждений, к которым относятся сети, могут быть разделены в зависимости от её типа: персональные формируются между членами семьи, друзьями и коллегами; торговые — между продавцами и покупателями; третий тип устанавливается между специалистами-практиками (*practitioner*). Эти три сети вместе производят знания и доверие, необходимые для функционирования рынка особенных благ. Для сетей также существуют специфические режимы координации. *Сетеобразный* (*reticular*) режим используется преимущественно в рыночных сетях. *Профессиональный* (*professional*) режим представляет собой комбинацию рыночной сети с инструментами контроля, направленными на сужение профессиональных практик в направлении логики высокого качества и доверия. *Режим межфирменного взаимодействия* (*interfirm*) также включает рыночную сеть, дополненную правилами, порождаемыми организационной властью (р. 102).

## Как регулируются рынки особенных благ?

В третьей части книги — «Economic Coordination Regimes» («Экономические режимы координации») — Карпик выдвигает сложную типологию режимов экономической координации рынка особенных благ, в которой типы выделены соответственно специфическому доминирующему инструменту суждения. Для каждого из режимов автор книги на конкретных примерах рассматривает регулирование рынков особенных благ и делает заключение о его общих свойствах.

*Режим подлинности* анализируется на примере рынка высококачественного, или высокого (*fine*), вина во Франции, классифицируемого начиная со времени введения так называемого контроля подлинности происхождения (*Appellation d'origine contrôlée*, или АОС). Вкус высокого вина варьируется в зависимости от винограда и года сбора урожая, поэтому комбинация этих составляющих приводит к широкому разнообразию особенных благ. При этом критерии оценки вина производителями, экспертами и потребителями могут не совпадать, что, в частности, привело к созданию двух отличающихся по своим подходам винных гайдов. Рынок высококачественных вин во Франции основан на большом количестве мелких производителей и относительно высоких барьерах входа. На этом рынке сконцентрированы основные характеристики режима подлинности: большое число производителей, приписывающих символическую ценность своему продукту; множественность инструментов оценочных суждений; преобладание конкуренции качества, а не цен; сравнительно сбалансированные конкурентные силы; критический плюрализм; развитие компетенций потребителя. Эти характеристики приводят к относительной независимости символической и экономической логик (р. 144).

*Мегарежим* отличается от режима подлинности в первую очередь масштабом рынка: в данном случае идёт речь о глобальных производителях мегафильмов, одежды класса люкс, мегабрендов и т. д., то есть об интернациональном или даже мировом рынке, и масштаб этого рынка проявляется в том, что изменяется баланс между эстетическим критерием и критерием прибыли. Мегарежим сходен с режимом подлинности превалярованием конкуренции качества, а не цены, однако отличается увеличением экономической концентрации, ростом барьеров входа, усилением влияния коммерческих инструментов по сравнению с критикой и глобальной эстетической логикой (р. 165). Рынки, подчинённые мегарежиму, тяготеют поэтому как к поддержке особенностей благ, так и к получению прибыли.

*Режим экспертного мнения* относится к таким относительно узким рынкам, как хорошие книги, фильмы (кроме упомянутых выше мегафильмов — блокбастеров), спектакли и т. д. Для формирования суждений используется экспертное мнение, основанное на результатах конкурсов, премий и т. д. Кроме того, к этой сфере Л. Карпик относит квазирынки университетов и больниц, где оценка качества выражается в рейтингах.

Наконец, *режим общего мнения* — последний из режимов регулирования на основании безличных инструментов суждений. Он приложим к широким рынкам книг, фильмов и популярной музыки. Использует такие инструменты, как, например, список бестселлеров, хит-парадов и т. д.

Среди режимов координации, связанных с персонализированными инструментами, то есть с сетями, Л. Карпик выделяет несколько типов и логик функционирования в зависимости от источника суждения о качестве особенного блага. Первый тип назван автором *сетевым*; его функционирование подчинено действию двух логик — (1) *логике убеждённости* (conviction) и (2) *логике чуда* (miracle). Первая из этих логик рассматривается на примере рынка уникальных скрипок, где от качества инструмента зависит и качество исполнения. На этом рынке источником суждения об особенном благе выступают члены профессиональных сетей (в данном случае скрипачи). Логика чуда применима на рынках высококвалифицированных профессиональных услуг (например, преподавателей, выбор которых учащимися и их семьями основан на суждениях о качестве услуги, передаваемых через сети потребителей — бывших студентов и их родителей).

*Режим профессиональной координации* применим к регулированию рынка персональных услуг, таких как услуги врачей, юристов, архитекторов, бизнес-консультантов и т. д. Поставщики таких услуг обязательно подчиняются определённой профессиональной этике, включены в профессиональные сообщества, их услуги лицензируются. В данном случае суждения о качестве формируются поэтому как на основе отношений между клиентом и поставщиком услуги, так и между механизмами контроля качества и поставщиками услуг. Функционирование этого режима Л. Карпик детально рассматривает на примере рынка юридических услуг во Франции.

Затем автор переходит к анализу цен на рынке особенных благ. Центральной идеей этого анализа является постулат о том, что соотношение спроса и предложения в данном случае не может объяснить различия в ценах (р. 209). Для рынков особенных благ с ограниченным объёмом производства цена обычно отражает различия в качестве (например, для рынка высоких вин); для рынков с гибкими производственными возможностями цена может также находиться под сильным влиянием объёма продаж. Важная особенность данного типа рынков — большой разрыв в ценах между топовыми продуктами в ранжируемом списке и основной массой благ (это характерно, например, как для произведений искусства и выступлений звёзд по сравнению с другими артистами, так и для рынка высоких вин). Л. Карпик объясняет это символической логикой рынка, несравнимостью благ и формированием оценочных суждений при помощи описанных выше инструментов.

Книга завершается историческим экскурсом развития рынков особенных благ и обратного процесса — десингуляризации, то есть превращения некоторых особенных благ в товары массового потребления. Первая тенденция, то есть развитие рынков особенных благ, представляет собой в известной мере движение, противоположное возникновению в 1960-х гг. общества массового потребления. Одним из её проявлений Л. Карпик называет закрепление товарных брендов за товарами категории люкс (Hermes, Vuitton и т. д.). Процесс десингуляризации автор рассматривает на примере рынков юридических услуг и поп-музыки. В обоих случаях массификация и регулирование рынка приводят к снижению качества и цены благ, их стандартизации. При этом только часть товаров — с высокими ценами и качеством — на таких рынках может относиться к особенным благам.

## Что остаётся за кадром?

Название рецензируемой книги — «Valuing the Unique: The Economics of Singularities» («Оценивая уникальное. Экономика особенных благ»). Однако нужно сказать, что ни первая, ни вторая части названия не соответствуют содержанию книги. Во-первых, в ней речь не идёт об уникальных, единственных в своём роде благах (справедливости ради отметим, что во французском издании книги эта часть названия отсутствует). Во-вторых, исследование Л. Карпика, безусловно, как по используемому аналитическому инструментарию, так и по стилю изложения и полученным выводам относится не к области экономической теории (*Economics*), а к экономической социологии.

Специфические блага, рынок которых исследует автор, обладают свойствами многомерности, неопределённости (качества) и несравнимости. Начиная с 1950-х гг. экономисты много внимания уделяли как многомерности свойств благ [Lancaster 1966], так и — особенно — проблеме неопределённости качества и асимметрии информации [Akerlof 1970; Arrow 1985; Stiglitz 1987] и способам её преодоления. Однако Л. Карпик обосновывает, почему достижения экономистов в этой сфере не в полной мере объясняют функционирование особенных благ. В частности, теория многомерности характеристик Ланкастера относится к дифференцированным благам, которые представляют собой набор свойств, тогда как для особенных благ важна именно структура их свойств, что приводит к многомерности. Экономические теории неопределённости также, по мнению автора рецензируемой книги, неприменимы в данном случае, поскольку они предполагают известность распределения вероятностей, чего нет на рынке особенных благ.

Работа Л. Карпика продолжает традиции экономической социологии исследования рынков как социальных конструктов. Французская экономическая социология внесла существенный вклад в изучение координации рынков на основе оценки качества благ [Eymard Duvernay 1989], снижения неопределённости [Callon 2002] и даже в разработку понятия «экономика качеств» [Callon, Méadel, Rabeharisoa 2002]. Нельзя не отметить также продолжение традиций Ж. Бодрийяра и П. Бурдьё в исследовании символической власти на рынках.

Однако Л. Карпик претендует на создание полноценной теории функционирования рынков особенных благ. Центральная идея его книги — приоритет оценочного суждения перед вкусом и решением о выборе товара, и именно типологизации сначала инструментов оценочных суждений, а затем режимов координации рынков в книге уделено наибольшее внимание. Тем не менее, как это часто бывает с работами в области экономической социологии, автору рецензируемой книги хорошо удаётся показать, почему экономическая теория не может должным образом объяснить функционирование данных рынков, однако предложенный им инструментарий не решает поставленных проблем.

За кадром исследования остаются некоторые стандартные экономические вопросы (например: как будет вести себя потребитель в случае роста цен на товары, когда его выбор в первую очередь определяется качеством блага? Какова эластичность спроса по цене?). Не рассмотрены и напрашивающиеся социологические объяснения потребительского выбора в условиях существования нескольких инструментов оценочных суждений (например, разных ресторанных рейтингов или туристических гайдов). Связан ли выбор с символическим значением блага и его интерпретацией в конкретном экспертном суждении? Существует ли на этом рынке эффект демонстративного потребления? Влияют ли на выбор статусные различия?

Книга насыщена конкретными примерами регулирования рынков вин, ресторанов, услуг юристов и др., в первую очередь во Франции. Эта информация очень интересна, но представляет собой, скорее, описание ситуации. Кроме того, явно недостаёт примеров по другим странам, а использованные авто-

ром выглядят порой слишком схематичными. Наконец, бывает трудно провести грань между типами рынков, выделяемых автором. Так, регулирование книжного рынка описывается и в режиме экспертного мнения, и в режиме общего мнения.

## Литература

- Akerlof G. 1970. The Market for «Lemons»: Quality, Uncertainty and the Market Mechanism. *Quarterly Journal of Economics*. 84 (3): 488–500.
- Arrow K. 1985. The Economics of Agency. In: Pratt J., Zeckhauser R. (eds) *Principal and Agents: The Structure of Business*. Boston: Harvard Business School Press; 37–51.
- Boltanski L., Thévenot L. 1991. *De la justification: les économies de la grandeur*. Paris: Gallimard.
- Bourdieu P. 1991. Le champ littéraire. *Actes de la recherche en sciences sociales*. 89: 4–46.
- Callon M. 2002. Pour en finir avec les incertitudes? La Qualité. *Sociologie du Travail*. 44: 261–267.
- Callon M., Méadel C., Rabeharisoa V. 2002. The Economy of Qualities. *Economy and Society*. 31 (2): 194–217.
- Coleman J. 1990. *Foundations of Social Theory*. Cambridge, MA: The Belknap Press of Harvard University Press.
- Esquenazi J.-P. 2007. *Sociologie des oeuvres. De la production à l'interprétation*. Paris: Armand Colin (Collection U).
- Eymard-Duvernay F. 1989. Conventions de qualité et formes de coordination. *Revue Economique*. 40 (2): 329–359.
- Karpik L. 1989. L'économie de la qualité. *Revue Française de Sociologie*. 30 (2): 187–210.
- Karpik L. 1995. *Les Avocats. Entre l'Etat, le public et le marché. XIX–XX siècles*. Paris: Gallimard.
- Karpik L. 2000. Le Guide rouge Michelin. *Revue Française de Sociologie*. 42 (3): 369–389.
- Kreps D. M., Wilson R. 1982. Reputation and Imperfect Information. *Journal of Economic Theory*. 27: 253–279.
- Lancaster K. 1966. A New Approach to Consumer Theory. *Journal of Political Economy*. 74 (2): 132–156.
- Stiglitz J. 1987. The Causes and Consequences of the Dependence of Quality on Price. *Journal of Economic Literature*. 25: 1–48.



## NEW BOOKS

Yana Roshchina

# How Judgments of Quality are Formed within Markets of Singularities

**Book Review:** Karpik L. (2010) *Valuing the Unique: The Economics of Singularities*, Princeton; Oxford: Princeton University Press (primum editae: Karpik L. (2007) *L'économie des singularités*, Paris: Gallimard).

**ROSHCHINA, Yana** —

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

**Email:** [yroshchina@hse.ru](mailto:yroshchina@hse.ru)

### Abstract

Choosing a good novel, a fancy restaurant, artwork, or a qualified specialist practitioner cannot be understood with the help of theories of exchange mechanisms offered by economics. Lucien Karpik suggests the concept of “singularity” for analyzing consumer choice of high-quality unique goods. The main attributes of “singularities” include multidimensionality, uncertainty, and incommensurability. The important traits of markets for singularities include opacity and opportunism, the necessity for coordination mechanisms, the dominance of quality competition over price competition, and the impossibility to explain price setting with the supply-demand equilibrium.

Markets for singularities contain judgment devices (e.g. guides, expert reviews, laureate lists) which help consumers to make a choice. These devices are used in order to reduce uncertainty, providing consumers with necessary knowledge. These devices include networks, certificates of quality, expert systems, ratings (composed by experts or developed by the market), techniques of consumer manipulation and forms of product demonstration at points of sales.

Markets for singularities are governed on the basis of several coordination regimes. Thus, the “regime of authenticity” can be found within markets of expensive wine based on guarantees of quality. “Mega-regime” refers to situations where brand names signal a certain quality, such as global movie producers, luxury apparel manufactures, and so on. The “regime of expert opinion” exists within constrained markets, including books, movies, theatre performances, etc. The “regime of professional coordination” is applied to markets of personal services such as physicians or architects, where service suppliers are governed by professional ethics and associations.

Prices for singularities are not determined by the standard equilibrium mechanism of supply and demand, but instead are set based on restraints of volume production. A market for a singularity also implies great discrepancies in prices for top-tier products by ratings versus goods produced for mass consumption.

**Keywords:** economics of qualities; market for singularities; quality; judgments; coordination regime; information asymmetry; uncertainty.

### References

Akerlof G. (1970) The Market for “Lemons”: Quality, Uncertainty and the Market Mechanism. *Quarterly Journal of Economics*, vol. 84, no 3, pp. 488–500.

- Arrow K. (1985) The Economics of Agency. *Principal and Agents: The Structure of Business* (J. Pratt, R. Zeckhauser eds.), Boston: Harvard Business School Press, pp. 37–51.
- Boltanski L., Thévenot L. (1991) *De la justification: les économies de la grandeur* [On Justification: Economies of Worth], Paris: Gallimard (in French).
- Bourdieu P. (1991) Le champ littéraire [The Field of Literature]. *Actes de la recherche en sciences sociales*, no 89, pp. 4–46 (in French).
- Callon M. (2002) Pour en finir avec les incertitudes? La Qualité [To Finish with Uncertainties? The Quality]. *Sociologie du Travail*, no 44, pp. 261–267 (in French).
- Callon M., Méadel C., Rabeharisoa V. (2002) The Economy of Qualities. *Economy and Society*, vol. 31, iss. 2, pp. 194–217.
- Coleman J. (1990) *Foundations of Social Theory*, Cambridge, MA: The Belknap Press of Harvard University Press.
- Esquenazi J.-P. (2007) *Sociologie des œuvres. De la production à l'interprétation* [Sociology of Cultural Products. Production of Interpretations], Paris: Armand Colin, Collection U (in French).
- Eymard-Duvernay F. (1989) Conventions de qualité et formes de coordination [Quality Conventions and Coordination Forms]. *Revue Economique*, vol. 40, no 2, pp. 329–359 (in French).
- Karpik L. (1989) L'économie de la qualité [The Economy of Qualities]. *Revue Française de Sociologie*, vol. 30, no 2, pp. 187–210 (in French).
- Karpik L. (1995) *Les Avocats. Entre l'Etat, le public et le marché. XIX–XX siècles* [Advocates. In the Framework of the State, Public and Market. XIX–XX Centuries], Paris: Gallimard (in French).
- Karpik L. (2000) Le Guide rouge Michelin [The Michelin Red Guide]. *Revue Française de Sociologie*, vol. 42, no 3, pp. 369–389 (in French).
- Kreps D. M., Wilson R. (1982) Reputation and Imperfect Information. *Journal of Economic Theory*, vol. 27, pp. 253–279.
- Lancaster K. (1966) A New Approach to Consumer Theory. *Journal of Political Economy*, vol. 74, no 2, pp. 132–156.
- Stiglitz J. (1987) The Causes and Consequences of the Dependence of Quality on Price. *Journal of Economic Literature*, no 25, pp. 1–48.

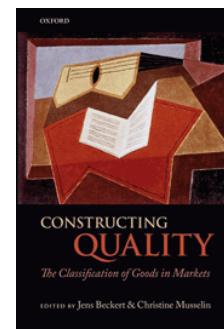
**Received:** September 10, 2015

**Citation:** Roshchina Y. (2015) Kak na rynkakh “osobennykh blag” formiruyutsya suzhdeniya o kachestve? Book Review: Karpik L. (2010) *Valuing the Unique: The Economics of Singularities*. Princeton; Oxford. Princeton University Press [How Judgments of Quality are Formed within Markets of Singularities. Book Review: Karpik L. (2010) *Valuing the Unique: The Economics of Singularities*. Princeton; Oxford. Princeton University Press]. *Journal of Economic Sociology = Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 16, no 4, pp. 108–117. Available at <http://ecsoc.hse.ru/2015-16-4.html> (in Russian).

Е. С. Бердышева

## Даже и по ГОСТу оценить непросто!

Рецензия на книгу: Beckert J., Musselin C. (eds) 2013. *Constructing Quality. The Classification of Goods in Markets*. New York: Oxford University Press. 342 p.



**БЕРДЫШЕВА Елена Сергеевна** — кандидат социологических наук, старший преподаватель департамента социологии, старший научный сотрудник Лаборатории экономико-социологических исследований Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики». Адрес: Россия, 101000, Москва, ул. Мясницкая, д. 20.

Email: [eberdysheva@hse.ru](mailto:eberdysheva@hse.ru)

Рецензия посвящена сборнику статей под редакцией Й. Беккерта и К. Мюсселен «*Constructing Quality. The Classification of Goods in Markets*» («Конструирование качества. Классификация благ на рынках»), который вышел в 2013 г. Это издание, фокусирующее внимание на процессах социального конструирования критериев качества рыночных благ на современных потребительских рынках, призвано внести вклад в корпус исследований, посвящённых механизмам оценивания, классификации, соизмерения (запрос на которые в современном обществе с характерным для него нарастанием калькулятивности и менеджериализма предъясняется в самых разных социальных областях). Рецензия освещает основные вопросы, актуализируемые в этом тематическом поле, и, конечно, ответы на них, нацупанные авторами статей сборника. Таким образом, отзыв на книгу предлагает читателю задуматься о том, как социальные ценности переводятся в категории рынка и какие акторы этому способствуют, с помощью каких инструментов стабилизируются представления о критериях качества, где скрыты условия доверия к ним, из-за чего могут возникать разночтения и как они могут быть преодолены и т. д. Лейтмотивом и сборника, и рецензии на него является мысль о подвижности, поливалентности категории качества рыночных благ. Её трактовки зачастую множественны и зависят как от типа блага, степени его социальной нагруженности, так и от институциональной и социокультурной среды рынка, не говоря уже о ценностных установках и структурных позициях оценивающих субъектов. Качество рыночных благ интересует социологов не как практическая проблема, а как ещё один ракурс, позволяющий увидеть механику социального порядка рынка в действии. За рыночным консенсусом по поводу качества обмениваемого на деньги товара скрываются как соблюдение типичных для данного исторического периода социальных норм, так и следование принципу паритета сторон, то есть обоюдного признания продавцом и покупателем справедливости рыночной сделки. В таком ракурсе кажущийся частным вопрос о способах формирования социальных установок относительно критериев качества рыночных товаров обретает почётное место в ряду дилемм, проблематизирующих функционирование и воспроизводство современных потребительских рынков.

**Ключевые слова:** рынок; оценивание; калькуляция; качество; ценность; неопределённость; доверие.

В той мере, в которой современное западное общество маркетизировано, испещрено различными формами неравенства и меритократии, множе-

ственность подходов к определению того, что значимо, безусловно ценно, оказывается ключом к социальной устойчивости [Lamont 2012: 21.2]. Выдвинув этот тезис, Мишель Ламон обосновывает необходимость интеграции разрозненных и при этом достаточно многочисленных в последние пять лет исследований, которые условно могут быть объединены под знаком социологии ценности (*worth*) или оценивания (*evaluation*) [Lamont 2012: 21.2]. Вышедший в 2013 г. сборник статей «Constructing Quality. The Classification of Goods in Markets» («Конструирование качества. Классификация благ на рынках») под редакцией Йенса Беккерта и Кристин Мюсселен вносит вклад в эту область социологической науки, сосредоточиваясь на процессах социального конструирования качества благ на потребительских рынках. При этом акцент на качественности товаров не должен вводить читателя в заблуждение по поводу того, что это узкая тема, интересная лишь единицам. Издание данного сборника, похоже, ещё один кирпичик, положенный в здание проектов, осуществляемых под руководством профессора Беккерта и с разных сторон освещающих вопрос о том, как рождаются и воспроизводятся современные потребительские рынки<sup>1</sup>.

В своей статье «Социальный порядок рынков» (2009) Йенс Беккерт предложил рассматривать рынок в терминах символического интеракционизма — как «арену социального взаимодействия» [Beckert 2009: 248]. Подобный взгляд на рынок предполагает, что ключом к современному рыночному обмену является согласованность ожиданий его участников и их способность к выработке подобного консенсуса. Стабильность социального порядка рынка в таком случае производна от решения трёх проблем координации — конкуренции, кооперации и оценивания [Beckert 2009]. В фарватере исследований третьей из обозначенных координационных проблем (оценивание) как раз и актуализируется запрос на установление рыночного согласия по поводу содержания и качества рыночных благ. На развитие экономико-социологического знания о том, как это возможно, и ориентирован рецензируемый сборник.

Важно сказать, что представляемая книга является продуктом сотрудничества двух крупнейших европейских центров экономико-социологических исследований — Института исследования общества им. Макса Планка в Кёльне (Германия), возглавляемого Йенсом Беккертом, и Института политических исследований в Париже (Франция), где директором Центра социологии организаций является Кристин Мюсселен. В основу статей, вошедших в книгу, положены доклады, обсуждавшиеся на семинаре «Как образуется качество на рынках» («The Constitution of Quality in Markets»), который состоялся в Кёльне в мае 2011 г.

Теоретический вектор издания задан, во-первых, Йенсом Беккертом, инициатором сборника, который к тому же выступал научным руководителем диссертационных исследований, положенных в основу текстов, вошедших в сборник, и, во-вторых, Люсьеном Карпиком, одним из мэтров современной французской социологии оценивания. Таким образом, одни статьи подвергают эмпирической верификации идеи Беккерта, изложенные в его работе 2011 г. «The Transcending Power of Goods: Imaginative Value in the Economy» («Трансцендентная сила благ: воображаемая ценность в экономике») [Beckert 2011], другие же тестируют положения книги Карпика 2010 г. «Valuing the Unique: The Economics of Singularities» («Оценивая уникальное. Экономика особенных благ») [Karpik 2010]. При этом практически все авторы сборника отталкиваются от тезисов статьи «Рынок “лимонов”: неопределённость качества и рыночный механизм» нобелевского лауреата по экономике Джорджа Акерлофа [Akerlof 1970]. Именно Акерлоф одним из первых в экономической науке проблематизировал сложность выработки потребительских оценок качества товаров на рынках с асимметрией информации. При этом, подходу к проблеме качества с точки зрения институциональной экономики, создал благодатную почву для подключения к ней и исследовательских усилий экономсоциологов.

<sup>1</sup> Профессиональные интересы Й. Беккерта и тематика курируемых им проектов представлены на его персональной странице; см.: URL: [http://www.mpifg.de/people/jb1/forschung\\_en.asp](http://www.mpifg.de/people/jb1/forschung_en.asp)



Институциональная экономика связывает проблему неопределённости качества с информационной асимметрией между продавцом и покупателем, то есть видит её как характеристику отдельных рынков. Социологи же исходят из соображения о том, что содержание любого рыночного блага — бутылки вина, услуги высшего менеджмента или похоронного агентства — всегда является социальным конструктом. В этом смысле содержание и качество рыночного продукта, о сколь бы простых и стандартизованных благах ни шла речь, никогда не бывает объективно и надёжно определено. На одних рынках неопределённость такого типа преодолевается легче, так как социально сконструированные системы оценивания качества рутинизируются настолько, что начинают восприниматься акторами как объективные (так происходит, например, в приводимом Беккертом примере рынка нефти (р. 291), качество которой оценивается в зависимости от её химического состава). На других же рынках, и особенно там, где товары обладают не только функциональными характеристиками, но и символической ценностью — эстетической, моральной, статусной нагруженностью, — качество, а точнее, качественность благ постоянно подвергается сомнению.

Таким образом, все авторы сборника рассматривают неопределённость качества рыночного продукта как исходное условие рыночного обмена и направляют внимание на практики, которые рыночные акторы развивают для того, чтобы управлять и справляться с такой неопределённостью. Практики же эти по своей сути оказываются не способом движения к определённости, а поиском возможностей для выстраивания доверия в отношении качества благ, представление о котором вплоть до завершения рыночной сделки может оставаться достаточно смутным (р. 171).

Книга состоит из пяти глав, введения и постскрипума. Введение подготовлено редакторами сборника. В нём Йенс Беккерт и Кристин Мюсселен описывают основные вехи становления и развития социологической дискуссии о социальных основаниях феноменов категоризации, классификации и квалификации, основываясь на результатах предшествующих исследований в этой области и увязывая их с выводами различных работ, вошедших в сборник. Отдельной задачей редакторы видят необходимость соотнесения с указанными феноменами подходов, развиваемых в американской и французской социологии, между которыми, как они полагают, есть множество содержательных пересечений, однако недостаёт диалога. Главы сборника включают по две-три статьи и охватывают следующие темы: «Investing in Quality» («Инвестиции в качество»), «The Quality of Labor» («Качество труда»), «The Quality of Aesthetic Goods» («Качество эстетических благ»), «The Morality of Quality» («Моральное измерение качества»), «Consuming Quality» («Потребление качества»). Заключает книгу статья Венди Нельсон Эспеланд «Vigorous Verbs: Conveying the Action of People Producing Qualities» («Сильные глаголы: выражение действий людей, создающих качества»), являющаяся постскриптомом к сборнику. Здесь дана высокая оценка тому факту, что представленные в сборнике этнографические исследования рынков изобилуют данными о практических действиях, о непосредственных решениях акторов, касающихся конструирования качества товаров. По мнению Эспеланд, именно традиционный для социологии фокус внимания на социальном действии даёт шанс на желанные инсайты в понимании экономического поведения в целом и «трудных вопросов о ценности» в частности (р. 321–322). Обобщая содержание сборника, Эспеланд выделяет пространство ключевых переменных, в котором разворачивается процесс социальной квалификации качества рыночных благ. Столкнувшись с необходимостью декодировать социальное происхождение рыночного товара исследователям, как считает Эспеланд, стоит начать с прояснения того, какой именно социальный феномен подвергается классификации, в каком институциональном контексте, временном, пространственном измерении это происходит, что является источником неопределённости, и какие механизмы или хотя бы метафоры помогают акторм стабилизировать социальный порядок рынка (р. 325).

По сути, под обложкой сборника объединены сведения о ряде недавних эмпирических исследований социального конструирования качества различных рыночных благ. Данная рецензия призвана осветить



основные вопросы, с которыми имеют дело аналитики, работающие в этом тематическом поле, а также на основе материалов книги рассказать читателю о нескольких гипотетических ответах, полученных к настоящему времени.

### **Образование категорий оценивания: от эффективности и рыночной власти к практическому использованию**

Итак, *реальное* качество товара — это в лучшем случае идеал, о котором мечтают рыночные игроки, на деле всегда руководствующиеся лишь суждениями о качестве. Даже химический анализ воды может содержать ошибки, и потому, открывая бутылку воды из артезианского источника, мы, скорее, надеемся, что её содержимое пригодно для питья (ведь на этикетках обозначены соответствующие ГОСТы), нежели уверены в этом. Государственные стандарты качества в данном случае выступают инструментом, помогающим нам довериться производителю, а ему — рассчитывать на наше доверие как на условие продаж. На любом рынке акторы нуждаются в подобных инструментах удержания веры в качественность товара. Такие инструменты стабилизируют и рутинизируют категории, при помощи которых акторы «описывают свой мир и классифицируют происходящие в нем события» (р. 173). Где берут начало эти категории и, что более важно, как происходит их реификация?

В статье «Seeing the World Through the Common Lenses? The Case of French Contemporary Poetry» («Смотреть на мир сквозь общую призму? Случай современной французской поэзии») Себастьян Дюбуа и Пьер Франсуа указывают на то, что в новой экономической социологии существуют два классических ответа на этот вопрос (pp. 174–196).

Первый ответ восходит к мысли о том, что практики рынка оформляются с помощью категорий, доказавших свою эффективность в терминах коллективной выгоды, Парето-равновесия, когда невозможно улучшить положение одних участников рынка, не ущемляя интересы других. Зафиксировать происхождение этой эффективности на данных микроуровня достаточно сложно, тем более, что она может иметь и рациональную природу, и перформативную, начальный вектор которой задаётся ценностными системами. Как, например, в случае с рынком халяльных мясных продуктов, описанным Франсом ван Варденом и Робин ван Дален в статье «Halal and Moral Construction of Quality: How Religious Norms Turn a Mass Product into Singularity» («Халяль и моральное конструирование качества: как религиозные нормы превращают массовый продукт в сингулярность») (pp. 197–222). По мнению авторов статьи, проблема качества потребляемых мясных продуктов рождается не на рынке, но восходит к Священному писанию ислама, а конкретные критерии соответствия уровню «халяль», удерживающему исламские пищевые запреты, передаются из поколения в поколение в ходе социализации мусульман.

Второй ответ на вопрос о происхождении оценочных категорий на рынке сводится к гипотезе о том, что за фасадом внешней эффективности всегда скрываются усилия акторов, осуществляющих специальную работу по легитимации определённых критериев качества, причём именно тех, что позволяют им оптимизировать их собственные интересы. Например, Софи Дюбуиссон-Келлье в статье «From Qualities to Value: Demand Shaping and Market Control in Mass Consumption Markets» («От качеств к ценности: управление спросом и рыночный контроль на рынках товаров широкого потребления») утверждает, что в случае с изучаемым ею типом рынка создание и институционализация категорий, описывающих качество товара, узурпируются лидирующими производителями и продавцами (pp. 247–267). Наблюдая за тем, как проводятся маркетинговые исследования потребительских предпочтений и как фирмы используют результаты этих исследований, автор приходит к выводу о том, что данная практика нацелена не на знакомство с реальными желаниями покупателей, а на поиск информации, которая помогла бы крупным компаниям легитимировать разработанный ими образ продукта в рамках реализации их концепции рыночного контроля.

Пользующийся наибольшим потребительским спросом товар оказывается идеальным образцом, с которым сравнивают прочие товары его продуктовой категории. Однако тот факт, что потребитель делает выбор в пользу этого товара, по данным Дюбуиссон-Келлье, свидетельствует не столько о том, что установки потребителя, выявленные в ходе холл-тестов или трекинг-исследований, учитываются при производстве продукта, сколько о том, что лидирующие фирмы (*incumbent companies*) располагают достаточными ресурсами, чтобы дополнительно влиять на потребительский выбор (реклама, мерчендайзинг и прочие технологии продаж). Для фирм-последователей (*followers*), к слову, все эти специальные усилия фирм-лидеров очевидны, но за неимением ресурсов для того, чтобы переломить ситуацию, переопределить доминирующий на рынке образ качественного товара, они вынуждены сравнивать свой продукт с первым в рейтинге и, если в свете доминирующих на рынке представлений о качестве данного типа товаров отличия невозможно выставить как убедительные преимущества, подстраивать свой продукт под «самый лучший». Если же ресурсы найти удаётся, фирмы получают возможность повлиять на доминирующие представления о качестве. Например, через участие в политическом процессе, как демонстрируют Йенс Беккерт и Йорг Рёссель в статье «Quality Classifications in Competition: Price Formation in the German Wine Market» («Конкуренция между классификациями качества: формирование цены на немецком рынке вина») (pp. 288–318). Авторы статьи полагают, что на немецком алкогольном рынке фирмы, чьей целевой аудиторией являются высокообеспеченные потребители, прилагают усилия к институционализации систем классификации вина, допускающих очень широкие пределы вариации цены и качества. В результате создаются тонкие системы различения качества (например, скорость стекания по стенкам бокала «короны» вина, то есть образования подтёков), освоение которых доступно лишь ценителям с высоким культурным капиталом. Размер же культурного капитала нередко прямым образом коррелирует и с величиной экономического капитала потребителей. Опираясь на неинтересные массовому потребителю признаки качества из области искусства сомелье, производители получают возможность легитимировать более высокий уровень цен на своё вино. В это же время компании, работающие на массовый рынок, голосуют за максимально простые и очевидные системы классификации вин, облегчающие выбор самым неискущённым потребителям.

Впрочем, асимметрия между продавцами и покупателями, похоже, не может сохраняться на одном уровне вечно. Информационная асимметрия, которая, как полагали экономисты, обуславливает дискриминацию потребителя, на практике затрагивает обе стороны рыночной сделки. Так, Жужанна Варга в статье «Realizing Dreams, Proving Thrift: How Product Demonstrations Qualify Financial Objects and Subjects» («Воплощать мечту, убеждать в бережливости: демонстрация продуктов как квалификация финансовых объектов и субъектов») показывает, что хотя потребитель, впервые пришедший в банк для того, чтобы проконсультироваться по поводу условий ипотечного кредитования, имеет ограниченные возможности надёжно оценить экспертный по своим характеристикам финансовый продукт, банк сталкивается с симметричной потребностью во встречном оценивании (pp. 31–57). Его сотрудникам приходится не только в режиме реального времени переопределять потребительские свойства продаваемого продукта в категориях, в которых заёмщик операционализирует свои заветные мечты о доме как о семейной крепости, но и контролировать вероятность того, что добросовестность потенциального плательщика по кредиту останется спустя и 10 лет столь же высокой, как в момент заключения сделки.

В современном мире потребителям всё чаще удаётся обернуть калькулятивную асимметрию в свою пользу. В первую очередь это происходит из-за того, что социальная идентичность акторов не может не сказываться на условиях рыночной сделки. Одно из доказательств — масштабный социальный эксперимент на рынке труда, описанный Эмманюэль Маршал в статье «Uncertainties Regarding Applicant Quality: The Anonymous Resume Put to the Test» («Неопределённости в отношении качества кандидата: тестирование анонимных резюме») (pp. 103–125). Суть эксперимента состояла в том, что в рекрутинговые агентства направлялись анонимные резюме потенциальных работников, и предпринималась попытка оценить, каким образом исключение из анкеты социально-демографических сведе-

ний о кандидате повлияет на выбор работодателя. Анализ итогов эксперимента позволил установить, что, во-первых, вычистить социальные признаки из рекрутинговой анкеты очень сложно: вы можете убрать фотографию и имя, но необходимые специалистам в области кадрового менеджмента данные о профессиональном пути всё равно косвенно будут выдавать пол, возраст и другие характеристики претендента; во-вторых, даже в случае с идеально составленным анонимным резюме наниматели будут использовать любые следы информации, чтобы всё же реконструировать личность человека, так как без этого оценить профессиональную квалификацию кандидата они не могут.

Франк Вехингер в статье «Fake Qualities: Assessing the Value of Counterfeit Goods» («Фиктивные качества: определяя ценность контрафактных товаров») также настаивает на том, что ценность объекта потребления неотделима от социального перформанса потребляющего его субъекта (pp. 268–287). Мнения о качестве товара складываются в том числе из представлений о качествах людей, которые его покупают. В свете такой гипотезы контрафакт разоблачается не потому, что низкое качество подделки бросается в глаза, а из-за несоответствия уровня вещи статусу и имиджу потребителя. Даже аутентичная сумка высокого бренда у человека скромного достатка может вызвать сомнение в своей подлинности, в то время как контрафактная сумка у человека состоятельного будет кричать о его высоком социальном положении.

Ещё одна причина сокращения дистанции между продавцами и потребителями на рынке связана с тем, что покупатели не только реагируют на широкий ассортимент выставляемых на продажу товаров, но и неким образом осмысливают их дифференциацию, творчески осваивают, а в некоторых случаях развивают собственные способы вынесения оценочных суждений в отношении продуктов (форумы потребителей). Например, выясняется, что потребители различают контрафактные товары по степени качества, и некоторые подделки способны сами по себе обладать высокой ценностью в их глазах, тогда как оригинальные товары, в принципе, могут выводиться за пределы их внимания как стигматизированные из-за своей завышенной цены. Потребление контрафакта в таком ракурсе предстаёт как способ демонстративно заявить о своих социальных убеждениях (например, о сопротивлении сверхпотреблению).

Выдвигаются новые, учитывающие активную роль потребителей, предположения относительно путей возникновения оценочных категорий на рынках. Альтернативой фильтром эффективности и силового манипулирования потребительским выбором оказывается механизм практического использования, указывающий на то, что способы обозначения и оценивания социальных явлений рождаются в том числе и из практических потребностей самих акторов в обозначении различий в своей деятельности, которые они *in vivo*<sup>2</sup> тем или иным образом самостоятельно удовлетворяют. И, возможно, именно применимость и используемость ведут к нормализации оценочных категорий и рутинизации повседневного знания о типичных приёмах рыночного оценивания.

## Оценки качества и качество оценок: плацебо социального взаимодействия

Невозможно говорить об уровне качества рыночного блага без понимания того, что вообще считается качеством в отношении рассматриваемой категории товара. Как подчёркивает Патрик Асперс в статье «Quality and Temporality in Timber Markets» («Качество и темпоральность на рынках древесины»), качество как понятие тесно граничит с иными понятиями, такими, например, как ценность, полезность, потребительная стоимость и т. д. (pp. 58–76). О каждом конкретном дереве можно говорить как о качественном сырье, а можно утверждать о его ценности с точки зрения жизни экосистемы. Рассуждая о ценности и стоимости товара и предполагая, что они говорят об одном и том же, акторы на деле могут апеллировать к различным категориям, что осложняет достижение консенсуса в рыночной сделке.

<sup>2</sup> В естественных условиях (лат.).

В то же время общих представлений о качестве данного типа благ недостаточно для того, чтобы осуществить конкретный потребительский выбор. Необходимо найти способы и удостовериться: приглянувшееся рыночное благо обладает необходимыми характеристиками, суммирующимися в качество. Иными словами, чтобы оценить качество товара, рыночным акторам приходится учиться оценивать и состояние систем, призванных этот параметр гарантировать.

В своих попытках классифицировать существующие на рынках инструменты вынесения оценочных суждений (*judgemental devices*) авторы сборника остаются в пределах введённого Л. Карпиком различения на деперсонализированные и персонализированные системы. Пытаясь совладать с рыночной неопределённостью, люди опираются либо на институционализированные стандарты, либо на свои социальные связи. При этом свидетельства о качестве, подкреплённые социальным взаимодействием, ценятся выше тех, которые обеспечиваются стандартами.

Например, несмотря на значимость для мусульман исламских пищевых запретов, практическая сторона этих наставлений описана в шариате в самом общем виде. Толкование конкретных условий, при которых мясо будет соответствовать требованиям халяля, остаётся на усмотрение общины и самих верующих. Как следствие, потребители, особенно строго следующие Корану, — обычно это пожилые мусульмане — покупают мясо в местных лавках, которые держат такие же немолодые и убеждённые мусульмане, как они сами, что повышает уверенность в соответствии покупаемого мяса религиозным убеждениям. На рынке древесины, описанном Патриком Асперсом, сделки, которые заключаются на фоне социальных связей между продавцом и покупателем, также оказываются заведомо более выгодными. Узкое место данного рынка состоит в том, что договор о купле-продаже брёвен чаще всего заключается в момент, когда лес ещё не срублен. В таком случае оценить потенциальное качество древесины одинаково сложно и для продавца, и для покупателя. При этом вырубать лес без гарантии того, что он будет куплен, весьма рискованно. На шведском рынке древесины функционирует три способа определения цены сделки: на усмотрение покупателя, который самостоятельно выбирает каждое дерево, чтобы оно было для него срублено; в соответствии с фиксированной ценой за кубометр леса, якобы рассчитанной для «среднего» качества по государственному стандарту; по предложению продавца, который имеет возможность измерять и фиксировать качество каждого срубленного дерева по мере вырубки. Однако ни одна из схем прозрачности оценкам качества не добавляет. В подобных обстоятельствах, по свидетельству Асперса, остаётся лишь взаимодействовать с контрагентами, опыт предыдущих сделок с которыми сочтён удовлетворительным. Вероятностный характер подобных гарантий обладает в глазах участников сделки большей надёжностью по сравнению со стандартами качества, разработанными шведским Министерством лесной промышленности (Timber Ministry). Ведь опора на деперсонализированные экспертные оценки качества — всегда компромисс, дефляция ценностей и убеждений ради удержания усреднённого стандарта. Вернёмся к примеру с рынком халяльных продуктов питания: менее консервативные покупатели доверяют продукции, производимой на экспорт в исламские страны, что якобы обеспечивает особенно строгий контроль качества продукции на предмет отсутствия неуместных протеинов свинины. В это же время не склонные к буквализму молодые мусульмане и вовсе покупают продукцию в обычных супермаркетах, доверяя известным брендам производителей халяльной продукции.

## Поливалентность качества

Различные порядки обоснования ценности часто оказываются в столкновении, что способствует появлению конкурирующих систем оценивания благ, в том числе и рыночных. Например, как показывает Агнесс ван Зантен в статье «A Good Match: Appraising Worth and Estimating Quality in School Choice» («Хороший выбор: определение ценности и оценивание качества при выборе школы»), выбор среднегообразовательного учреждения — колледжа (*фр. collège*) для подростка французскими родителями



представляет собой поиск компромисса между логикой домашнего мира, ищущего возможность обеспечить ребёнку лучшие условия обучения и перспективы на будущее, и логикой гражданского мира, в соответствии с которой родители понимают, что пока лучшие ученики будут уходить в частные школы, государственные образовательные учреждения так и останутся рассадником девиации (pp. 77–102). При этом противоречие между двумя логиками не просто проливает свет на комплексность условий, в которых принимает решение каждая конкретная семья, но обнажает ценностные основания совершаемого выбора. Гражданам, для которых вовлечённость в локальное социальное сообщество не является пустым звуком, принципиально важно легитимировать в глазах знакомых выгодные для себя действия, обладающие негативными эффектами для группы в целом.

Неслучайно одна из техник, стабилизирующих способы рыночного оценивания, фактически сводится к освоению определёнными типами акторов-посредников (*intermediaries*) (маркетологи, мерчендайзеры, дизайнеры, агентства и менеджеры по подбору персонала и т. д.) навыков перевода ценностных категорий на язык рынка. Филипп Герлах в исследовании «Evaluation Practices in Internal Labor Markets: Constructing Engineering Managers' Qualification in French and German Automotive Firms» («Оценочные практики на внутреннем рынке труда: конструирование квалификации менеджеров производства в автомобильной промышленности во Франции и в Германии») убедительно демонстрирует, что практический смысл работы менеджеров по подбору персонала сводится к соотношению субъективных ощущений и впечатлений от встречи с кандидатом с конвенциональными и легитимированными критериями оценки его квалификации, операционализированными в описании анонсированной вакансии (pp. 126–152). Становится очевидно, что не существует квалификации работника как объективной категории: различные признаки квалифицированности могут влиять на выбор работодателя, различные интерпретации портфолио навыков индивида могут оказаться уместными.

В целом функционирование рынков, где купле-продаже подлежат социально запутанные блага (например, та же рабочая сила), очень проблематично без постоянной маскировки субъективного под объективное. Это последнее — синоним беспристрастного, но не истинного. В исследовании Ф. Герлаха решение о вертикальном продвижении сотрудника в компании по факту принимается коллективом топ-менеджеров, куда входят и те, с кем аттестуемому независимо от исхода оценивания предстоит продолжать работу. В таких обстоятельствах роль деперсонализированных систем экспертизы трудно преувеличить, ведь финальная оценка действительно может оказаться отрицательной. Наличие же безликих инструментов (даже простое выведение среднего балла по итогам оценок, проставленных отдельными экспертами) позволяет нивелировать разрушительную для социальных отношений силу негативной оценки за счёт того, что отрицательные решения приписываются надындивидуальному порядку и тем самым выносятся за скобки этих отношений. Неслучайно Доминик Акъель в исследовании «Qualification under Moral Constraints: The Funeral Purchase as a Problem of Valuation» («Квалификация в условиях моральных ограничений: покупка похоронных услуг как проблема оценивания») сталкивается с тем, что ритуальные агентства ищут способы налаживать сотрудничество с госпиталями (pp. 223–246). Такое партнёрство позволяет приписать функцию рекламы не заинтересованным в прибыли агентствам — медикам, подсказывающим семье умирающего надёжного поставщика услуг.

Категории оценки качества товара не лишены национального контекста. Филипп Герлах демонстрирует различия в интерпретации, например, ценности профессиональных дипломов кандидатов на рабочие места в автомобильной промышленности во Франции и Германии. В Германии диплом инженера воспринимается нанимателем как надёжный сигнал о специфическом человеческом капитале в области технологий у соискателя, что даёт допуск к конкурсу на технические специальности. Во Франции же дипломы элитных образовательных учреждений трактуются фирмами как подтверждение высокого общего человеческого капитала кандидатов, а также их намерения и потенциальной готовности занять управленческие позиции.



Многозначность оценочных категорий, функционирующих на рынках, вытекает также из того, что эти категории подвержены изменчивости — в частности, динамике во времени. Одно из достоинств рассматриваемого сборника состоит в том, что целый ряд его авторов актуализируют темпоральность как принципиальную характеристику рыночного обмена.

Время на рынке является не только источником неопределённости (как в случае с рынком древесины, где качество продукта может меняться на протяжении периода сделки). Оно может выступать и источником ценности, как, например, на рынке антиквариата, где вещи ценятся в зависимости от того, к каким историческим периодам они относятся и к каким событиям причастны, или же на рынках труда, где прошлый опыт работы (*past performance*) оказывается одним из немногих индикаторов квалификации кандидата, который удаётся надёжно измерить. Рыночным акторам сложно самостоятельно преодолеть ригидность устаревших критериев оценки, сформулированных за пределами современного рыночного порядка. Например, предписанный Кораном способ умерщвления скота (чтобы мясо удовлетворяло критерию «халяль») спустя много веков и на фоне развития современных технологий, позволяющих убивать животных быстрее и безболезненнее, начинает выглядеть негуманным, и потому осуждается европейцами. Как следствие, данный рыночный сегмент теряет свою привлекательность для производителей, не желающих сосредоточиваться на узком сегменте традиционных мусульман. Внимание к темпоральному выводит авторов на новые исследовательские вопросы. Например: есть ли у процесса квалификации и переквалификации рыночных благ какой-то особый ритм, своя особая динамика? Не должны ли любые исследования, рассматривающие рынок сквозь призму предлагаемого на них продукта, иметь исторический характер, отслеживать преобразования сопровождающих продукт социальных значений? В таком свете историко-социологическая реконструкция потребительских рынков, которая зачастую технически предваряет анализ основного поля исследования, предстаёт самодостаточной схемой проведения экономико-социологического анализа, что заставляет задуматься о том, насколько строго в социологии выдерживаются заданные историками методологические каноны.

## Подлечить бы качество... Вместо заключения

Крупным коммерческим компаниям, перед которыми экономический кризис в России 2014–2015 гг. поставил очевидные вызовы, работа над качеством собственной продукции видится значимым фактором выживания. Любопытны риторические формулы, отражающие организационные стратегии такого рода. Например: «Ребята, настало время лечить *quality*» — то есть пора лечить качество. Или: «Давайте, пожалуйста, уже “пушить” (От *англ.* to push — толкать, усиливать. — *Е. Б.*) качество».

В социологии 15 лет назад был озвучен призыв развивать экономику качеств, своеобразный академический отголосок ключевой как для практиков, так и для теоретиков, рыночной проблемы ценности благ [Callon, Méadel, Rabeharisoa 2000]. Первоначально этот призыв совпал по времени с развитием исследований науки и техники (*STS — Science & Technology Studies*), обозначившим интерес к материальным объектам как соучастникам социального взаимодействия. Однако рассмотренный сборник никакого отношения к повороту в сторону материального не имеет. Перед нами классические социологические исследования практик и рыночных институтов без какого-либо намёка на привнесение в анализ принципиально новых ракурсов рассмотрения проблемы.

В послесловии к сборнику, озаглавленном, как уже отмечалось, «Сильные глаголы: выражение действий людей, создающих качества», его автор Венди Нельсон Эспеланд обращает внимание на то, что материализованные в числовой или вербальной форме критерии качества могут отрываться от первоначального источника и в ходе практического использования начинают жить своей жизнью, становятся нарицательными (р. 328). Сначала кажется, что анализ проблемы рыночного оценивания вот-вот перейдёт заветную черту, отделяющую этап постановки проблемы от этапа, когда выявляется её

механика, когда выводы научного исследования отрываются от конкретных разбираемых кейсов. Некоторое движение в этом направлении осуществляется авторами благодаря концептуальному аппарату, развиваемому Л. Карпиком и используемому его учениками, а также благодаря теоретической находчивости Йенса Беккерта. Однако в целом сборник статей, к сожалению, так и не складывается в книгу с единым замыслом и последовательно обосновываемой сильной идеей. «Фокусирование внимания на микроуровне не ведёт к становлению консенсуса» (р. 191).

Сказанное, впрочем, не отменяет того, что описанные авторами кейсы отдельных рынков сквозь призму категории качества весьма продуктивны и вызывают интерес. Пищу для размышлений найдут для себя и теоретики социологии рынков (для них наиболее примечательным окажется подготовленное ответственными редакторами сборника предисловие, представляющее собой очень добротное обобщение и осмысление экономико-социологических наработок в области проблематики рыночного оценивания), и исследователи рынка труда, и интересующиеся проблематикой функционирования рынков культурных (антиквариат, поэзия) и морально нагруженных (похоронные услуги, халяльные товары) продуктов. Не останутся равнодушными исследователи рынков массового потребления, контрафакта и финансовых продуктов, не говоря уже о тех, кто изучает сферу среднего образования. Даже увлечённые методологией и методикой социологического исследования смогут почерпнуть вдохновение в отдельных статьях сборника (анализ картографии французской поэзии, эксперимент с анонимными резюме в кадровых агентствах, включённое наблюдение в банке или в маркетинговом агентстве). Подобные методические решения подталкивают к тому, чтобы выйти за пределы стандартных способов получения социологической информации путём интервью и опросов. Для этого нужно лишь избавиться от обострённых в условиях интернационализации академического рынка ожиданий профессионального читателя в отношении методической аккуратности в подаче социологического материала. И речь не о запросах на то, чтобы авторы детально описывали процесс анализа данных, в ходе которого они пришли к своим выводам (это очередные мечты об академических стандартах, сбывающиеся разве что на страницах пособий о том, как подать статью в рецензируемый международный журнал первого квартала). Однако во многих статьях сборника не прописано даже количество интервью, взятых автором, что уж говорить о дизайне проведённого этнографического наблюдения! Структурированность текстов также подчас оставляет желать лучшего. Порой невозможно отделить, какие из размышлений автора вытекают из теоретической рамки исследования, а какие — результат эмпирического анализа. Подобные оплошности в книге, посвящённой проблематике конструирования качества благ, применимой и к академическому рынку, наводят на мысль о том, что заниматься подлечиванием качества своих продуктов стоит не только маркетологам, но и их коллегам из научной среды.

## Литература

- Akerlof G. 1970. The Market for «Lemons»: Quality Uncertainty and the Market Mechanism. *Quarterly Journal of Economics*. 84: 488–500.
- Beckert J. 2009. The Social Order of Markets. *Theory and Society*. 38: 245–269.
- Beckert J. 2011. The Transcending Power of Goods: Imaginative Value in the Economy. In: Beckert J., Aspers P. (eds.) *The Worth of Goods. Valuation and Pricing in the Economy*. Oxford: Oxford University Press; 106–128.
- Callon M., Méadel C., Rabeharisoa V. 2000. L'économie des qualités. *Politix*. 13 (52): 211–239; см. также рус. пер.: Каллон М., Меадель С., Рабехарисоа В. 2008. Экономика качеств. *Журнал социологии и социальной антропологии*. XI (4): 59–87.

Karpik L. 2010. *Valuing the Unique: The Economics of Singularities*. Princeton, NJ: Princeton University Press.

Lamont M. 2012. Toward a Comparative Sociology of Valuation and Evaluation. *Annual Review of Sociology*. 38: 201–221.

Elena Berdysheva

## Even with Government Standards — Judging Quality is Hard!

**Book Review:** Beckert J., Musselin Ch. (eds) (2013) *Constructing Quality. The Classification of Goods in Markets*, New York: Oxford University Press. 342 p.

**BERDYSHEVA, Elena** —  
Candidate of Science in  
Sociology, Senior Lecturer,  
Department of Sociology; Senior  
Research Fellow, Laboratory for  
Studies in Economic Sociology,  
National Research University  
Higher School of Economics.  
Address: 20, Myasnitskaya  
str., Moscow, 101000, Russian  
Federation.

**Email:** [eberdysheva@hse.ru](mailto:eberdysheva@hse.ru)

This review discusses the collection of articles edited by J. Beckert and C. Musselin, *Constructing Quality: The Classification of Goods in Markets*. The collection is focused on the processes of social construction of criteria for the quality of market goods in modern consumer markets. It is intended to contribute to the body of literature on the mechanisms for evaluation, classification, and commensuration, a request for which surfaces in a whole variety of social areas in a modern society (characterized by the rise of calculation and managerialism). This review covers both the main problems emerging in this thematic field and the answers suggested by the authors of the articles in this volume. Thus, the reader is encouraged to think about the ways in which social values are translated into market categories, which actors contribute to this process, which tools are used for consolidating the criteria of quality, where the conditions of confidence in these criteria are hidden, why there may be discrepancies and how they can be overcome, as well as a number of other issues.

The common theme of the volume and the review is the idea that the quality of market goods is a relatively fluid polyvalent category, and interpretations of this term are often diverse depending on the type of good, the degree of its social entanglement, the institutional and socio-cultural environment of the market, as well as value-oriented attitudes and the structural positions of the subjects who must make judgments and evaluations of the market commodity. The problem of the quality of market goods is interesting for sociologists not as a practical problem, but as another angle which makes it possible to see the mechanics of the social order of the market in action. The market consensus concerning the quality of the goods exchanged for money conceals both the observance of the typical social norms of the given historical period and the adherence to the principle of parity of the parties, that is, the mutual recognition of the fairness of market transaction by the buyer and the seller. Thus, an issue which seemed secondary, how the social attitudes are formed with respect to the quality standards of market goods, has instead a central place among the dilemmas of how modern consumer markets function and reproduce.

**Keywords:** market; evaluation; calculation; quality; value; worth; uncertainty; trust.

### References

- Akerlof G. (1970) The Market for “Lemons”: Quality Uncertainty and the Market Mechanism. *Quarterly Journal of Economics*, no 84, pp. 488–500.
- Beckert J. (2009) The Social Order of Market. *Theory and Society*, no 38, pp. 245–269.
- Beckert J. (2011) The Transcending Power of Goods: Imaginative Value in the Economy. *The Worth of Goods. Valuation and Pricing in the Economy* (eds. J. Beckert, P. Aspers), Oxford: Oxford University Press, pp. 106–128.

Callon M, Méadel C., Rabeharisoa V. (2000). L'économie des qualités. *Politix*, vol. 13, no 52, pp. 211–239 (in French). See also: Callon M, Méadel C., Rabeharisoa V. (2008) Ekonomika-kachestv [Economy of Qualities]. *Zhurnal Sotsiologii i Sotsialnoy Antropologii*, vol. XI, no 4, pp. 59–87 (in Russian).

Karpik L. (2010) *Valuing the Unique: The Economics of Singularities*, Princeton, NJ: Princeton University Press.

Lamont M. (2012). Toward a Comparative Sociology of Valuation and Evaluation. *Annual Review of Sociology*, no 38, pp. 201–221.

**Received:** May 12, 2015.

**Citation:** Berdysheva E. (2015) Dazhe i po GOSTu otsenit' neprosto! Retsenziya na knigu: Beckert J., Musselin C. (eds) (2013) *Constructing Quality. The Classification of Goods in Markets*, New York: Oxford University Press [Even with Government Standards — Judging Quality is Hard! Book Review: Beckert J., Musselin C. (eds) (2013) *Constructing Quality. The Classification of Goods in Markets*, New York: Oxford University Press]. *Journal of Economic Sociology = Ekonomicheskaya Sotsiologiya*, vol. 16, no 4, pp. 118–130. Available at <http://ecsoc.hse.ru/2015-16-4.html> (in Russian).



## КОНФЕРЕНЦИИ

Д. В. Кадочников, Д. Е. Расков

# Экономика пороков и добродетелей

Международная научная конференция в СПбГУ, 15–16 мая 2015 г.



**КАДОЧНИКОВ Денис Валентинович** — кандидат экономических наук, доцент Санкт-Петербургского государственного университета. Адрес: Россия, 190000, Санкт-Петербург, ул. Галерная, д. 58–60.

**Email:** [dkadochnikov@yahoo.com](mailto:dkadochnikov@yahoo.com)

*Международная научная конференция «Экономика пороков и добродетелей» прошла на факультете свободных искусств и наук в Санкт-Петербургском государственном университете (СПбГУ) 15–16 мая 2015 г. Конференция стала четвёртой в череде научных мероприятий, направленных на всестороннее обсуждение комплекса вопросов, связанных с экономической культурой, со взаимным влиянием хозяйственной деятельности, экономической науки и ценностных критериев, укоренённых в культуре. В ней приняли участие исследователи из ряда регионов России, а также из Беларуси, Кыргызстана, США, Бельгии, Италии, Финляндии. Среди ключевых тем конференции были как вопросы теоретико-методологического осмысления понятий «пороки» и «добродетели» в контексте общественно-научного и гуманитарного знания, так и актуальные проблемы государственной политики в отношении того, что традиционно оценивается с использованием этих понятий. Основное внимание было уделено проблемам потребления алкоголя и алкогольной политики в России и в других странах, в частности вопросам формирования культуры потребления спиртных напитков, а также возможностям воздействия на неё, эффективности разного рода ограничений и запретов. В представленных докладах нашли отражение исследования как современной ситуации, так и исторического опыта реализации алкогольной политики. Наряду с этим в ходе конференции обсуждались и иные культурные практики, оценка которых как порочных или добродетельных с традиционной и (или) обывательской точек зрения расходится с их оценкой с позиций общественно-научного знания.*

**Ключевые слова:** экономическая культура; пороки; добродетели; алкоголь; алкогольная политика; антиалкогольная кампания.

На факультете свободных искусств и наук (ФСИН) СПбГУ 15–16 мая 2015 г. прошла международная научная конференция «Экономика пороков и добродетелей», организованная Центром исследования экономической культуры (ЦИЭК) ФСИН при участии Международного центра социально-экономических исследований «Леонтьевский центр»<sup>1</sup>.

Задумывая и планируя конференцию «Экономика пороков и добродетелей», организационный комитет исходил из того, что, принимая предположение о рациональности экономических агентов в качестве базового методологического принципа, экономисты тем не менее не должны игнорировать то,

<sup>1</sup> С программой конференции и тезисами докладов можно ознакомиться на сайте факультета свободных искусств и наук СПбГУ (URL: [http://artesliberales.spbu.ru/events/afisha/14\\_05\\_15-16events](http://artesliberales.spbu.ru/events/afisha/14_05_15-16events)).



**РАСКОВ Данила Евгеньевич** — кандидат экономических наук, доцент Санкт-Петербургского государственного университета. Адрес: 190000, Россия, Санкт-Петербург, ул. Галерная, д. 58–60.

**Email:** [danila.raskov@gmail.com](mailto:danila.raskov@gmail.com)

что рациональный выбор в любом случае осуществляется в рамках определённых ценностных установок, представлений о должном, об уместных или неуместных в тех или иных ситуациях моделях поведения. Некоторые из этих моделей поведения традиционно расцениваются в качестве добродетелей, а некоторые — в качестве страстей и пороков, причём в разных культурах и субкультурах интерпретации могут различаться. Вопрос, ставший лейтмотивом конференции, заключается в том, актуальны ли такого рода оценки для экономической науки и экономической политики в наши дни. Вопрос этот нетривиален уже потому, что частные пороки могут обращаться благом для общества, и наоборот. При этом обывательское восприятие того или иного феномена как «добродетельного» или «порочного» зачастую становится доводом при выработке и реализации государственной политики и одновременно блокирует аргументированную дискуссию по этому поводу. Попытки уничтожить тот или иной порок «на корню», как, впрочем, и попытки абсолютизации той или иной добродетели, зачастую приводят к неожиданным и нежелательным результатам, к негативным косвенным эффектам. Именно поэтому так важно, чтобы общественное признание того или иного явления порочным или добродетельным не останавливало, а, напротив, мотивировало научную и общественно-политическую дискуссию по этому поводу.

Философским и теоретико-методологическим аспектам научного обсуждения добродетелей и пороков были посвящены доклады Д. Е. Раскова «Экономика пороков и нейтральность экономики», К. И. Голубева «Значение понятия “естественный закон” для формирования модели поведения потребителя и понимания добродетелей и зависимостей», М. А. Румянцева «Экономика пороков и добродетелей: философско-хозяйственный контекст», М. В. Шишкина «Роль моральных факторов в экономической теории», А. А. Погребняка «Как возможна энотерапия экономики?», Н. А. Зорина «Ипостаси пороков и добродетелей», А. И. Соснило «Экономический аспект современного понимания добродетелей и пороков», А. Э. Тарабанова «Экономика городских соблазнов: акторно-сетевой анализ», И. В. Розмаинского «Инвестиционная близорукость как фактор негативных инвестиций в капитал здоровья», А. К. Секацкого «Азарт, предприимчивость и экзистенция», А. В. Королёва «Экономика добродетелей и пороков как история и типология обмена».

Одной из ключевых тем конференции стали алкоголь и алкогольная политика. Обсуждению проблем потребления алкоголя и злоупотребления им в России, современной российской алкогольной политики был посвящён состоявшийся в рамках конференции круглый стол «Искушение запретом: экономические и социальные аспекты регулирования алкогольной отрасли». Вопросы алкогольной политики были затронуты также в докладах Дж. Лайтцела «Экономическая оценка прочности алкогольной политики в России», В. В. Радаева «Влияет ли антиалкогольная реформа на потребление и покупки домашнего алкоголя в России?», С. А. Бойцова, И. В. Самородской, М. А. Ватолиной, В. В. Третьякова «Экономические потери в результате преждевременной смерти: болезни и пороки», И. Г. Кратко «Даёт ли статистика производства и потребления алкоголя в России ответ на во-

прос об эффективности государственной антиалкогольной политики?», А. С. Скоробогатова «Влияние политики ограничения ночной продажи крепкого алкоголя на потребление и злоупотребление алкоголем в России», З. В. Котельниковой «Практики потребления алкоголя и их связь с социальной структурой в современной России», Я. М. Рощиной «Алкобольные напитки в России: факторы спроса и потребления», О. В. Озеровой «Динамика экономических неравенств в потреблении алкоголя: от 1990-х к 2000-м гг.», В. А. Одиноквой «Применение социологической теории для объяснения и контроля “проблемного” потребления алкоголя», К. К. Мартынова «Крафтовая революция в мире и её последствия для России», А. Н. Дубянского «Столкновение экономических культур на примере производства крепких спиртных напитков в России», А. В. Немцова «Мир без алкоголя?».

Исторические аспекты отношения к алкоголю и алкогольной политики в России были рассмотрены в докладах Е. В. Хаустовой «Потребление алкоголя в царской России», А. С. Воробьёва «Винные доходы Российской империи: влияние прагматизма и нравственности», О. Л. Лейбовича «“Милицейская норма”: практики потребления алкоголя в номенклатурной провинциальной среде в первое послевоенное десятилетие», Н. В. Гладких, Г. В. Кузовкина, А. А. Кирзюк «Пьющие 70-е. Практика потребления спиртных напитков в самиздатской литературе».

Зарубежному опыту реализации алкогольной политики, регулирования производства и потребления алкоголя, формирования культуры потребления алкоголя были посвящены доклады Р. Уайта «Номинальное запрещение алкоголя в Миссисипи (1908–1966)», Г. Нуриевой «Алкобольная политика в Кыргызстане», Э. Поэльманс «Влияние исторических событий на пивную отрасль Бельгии», Дж. Ная «Как налоги и торговля сформировали наш вкус: торговля вином в Англии и Франции XIX века», К. Сторчманна «Экономика вина и изменение климата в Европе», В. Раскова «Терруар и социум: Бордо, Шампань, Кубань?», Ю. Г. Акимова «Алкоболь и аборигенные сообщества в колониальной Северной Америке: экономический и социокультурный аспект», С. А. Тахтаджяна «Дикари, цивилизация и алкоголь: от Античности до Нового времени».

Алкоболь и — шире — трактовка пороков и добродетелей через призму религии, научной (прежде всего экономической) и художественной литературы и искусства стали предметом докладов С. В. Лукина «Библия о потреблении алкоголя», М. В. Маркова «Алкоболь в “Богатстве народов” Адама Смита», Дж. Тэйлора «Адам Смит и алчность как чувство», Т. М. Шишкиной «Стремление к личной выгоде как добродетель: легитимизация *homo economicus* в ранней политической экономии», Л. А. Колесниковой и Е. А. Митясовой «Бинарность человека по Б. Мандевилю в эволюции экономики порока и добродетели с позиций фрактального кросс-дисциплинарного синтеза», С. Л. Фокина «Экономика люмпен-интеллектуала: вино и опиум, деньги и кредиты в жизни и творчестве Шарля Бодлера», В. М. Ловчева «Роберт Бёрнс: кумир или жертва советского культурно-питетического эксперимента? (К вопросу о про-алкобольных тенденциях в восприятии поэзии Бёрнса в советское время)», М. А. Чернышёвой «“Бар в «Фоли-Бержер»” Эдуарда Мане. Метафора “опьяняющая жизнь” в искусстве индустриальной эпохи», В. Н. Гущиной «Оправдание лени Казимиром Малевичем», С. Харри «Переосмысливая неоконченную историю сексуальности Мишеля Фуко: исповедание грехов».

Социологическому и антропологическому анализу проблем пороков и добродетелей были посвящены доклады В. И. Игнатъева «Искушение информацией. Амбивалентность экзистенции человека информационной эпохи», Д. Цыплаковой «Забота о престарелых родителях в России», С. А. Лишаева «Баня, веник и что-то к пиву (материалы к анализу культурных практик замедления)», Е. П. Николаевой «Эволюционные и антропологические основания пороков и добродетелей современного человека», М. М. Русаковой и В. А. Одиноквой «Спрос на рынке сексуальных услуг: что мы знаем о клиентах?», А. Муктарбек-кызы «Экономика празднеств в Кыргызстане», Т. В. Шипуновой «*Homo possible* в экономическом пространстве общества потребления».

Ряд докладов были посвящены междисциплинарным исследованиям, в частности доклады В. А. Ушанкова «Богатство как достаток, излишек и роскошь», В. В. Мельникова «Конкуренция — добродетель или порок?», Н. Ю. Одинг «Зелёная экономика: от эгоизма к стимулированию экономического развития», П. М. Лукичева «“Зелёный” образ жизни: цель или средство выживания?», Г. Л. Тульчинского «Конфликтные аспекты развития благотворительности в России», Д. В. Кадочникова «Может ли языковая политика быть добродетельной или порочной?», А. В. Мареев «Правовое регламентирование азартных игр в средневековой Кастилии», Т. А. Лукичевой «Маркетинг впечатлений», А. В. Шмакова «Доверие — добродетель или порок?», О. В. Зиневич «Женское курение — привычка или порок?».

Организаторы конференции сознательно пожертвовали дисциплинарной строгостью ради всестороннего и свободного обсуждения экономического и культурного осмысления пороков и добродетелей. Несмотря на то что были представлены доклады по таким темам, как азартные и компьютерные игры, курение, сексуальные услуги, основной темой конференции стали производство, потребление алкоголя и злоупотребление им, а точнее, влияние различных факторов — стереотипов, запретов, регулирования — на динамику потребления вина, пива и водки. Экономисты обсуждали степени пристрастия и рациональности принятия решений в этой сфере, вред для окружающих, детей и самого человека (отравление, похмелье, алкоголизм), значение и эффективность политики регулирования. Для медиков наибольший интерес представило обсуждение устойчивой связи потребления алкоголя со смертностью и динамикой заболеваний. Дискуссия показала, что найти единый взгляд на политику в данной сфере для общества, государства и производителей продукции достаточно сложно. Чаще звучали мысли о положительной тенденции перехода с крепких алкогольных напитков на слабые, о сложности изменения стереотипов поведения, о необходимости изучения более долговременных тенденций в потреблении спиртных напитков и злоупотреблении ими, о важности изучения альтернатив легальному алкоголю, об экономических последствиях запретов (коррупция и перемещение спроса на другие виды «порочных» товаров). Некоторые участники конференции выразили сомнение в отнесении алкогольных напитков к сфере порока и обратили внимание на необходимость воспитания культуры и вкуса в этих вопросах.

ЦИЭК намерен продолжить обсуждение проблем экономической культуры в следующем году, в ходе конференции, посвящённой экономической культуре мегаполиса.



## CONFERENCES

Denis Kadochnikov, Danila Raskov

# Economics of Vices and Virtues

International Academic Conference at Saint-Petersburg State University,  
May 15–16, 2015

**KADOCHNIKOV, Denis** —

Candidate of Science in Economics, Associate Professor, St. Petersburg State University. Address: 58–60 Galernaya str., 190000, Saint-Petersburg, Russian Federation.

**Email:** [dkadochnikov@yahoo.com](mailto:dkadochnikov@yahoo.com)

**RASKOV, Danila** — Candidate of Science in Economics, Associate Professor, St. Petersburg State University. Address: 58–60 Galernaya str., 190000, Saint-Petersburg, Russian Federation.

**Email:** [danila.raskov@gmail.com](mailto:danila.raskov@gmail.com)

### Abstract

The International Academic Conference on *Economics of Vices and Virtues* was held at Faculty of Liberal Arts and Sciences of the St. Petersburg State University on May 15–16, 2015. The conference, organized by the Center for the Study of Economic Culture, was the fourth in a series of conferences aimed at a comprehensive discussion of the complex issues related to economic culture and to the interaction of cultural values, economic activities and economic science. Researchers from various regions of Russia, as well as from Belarus, Kyrgyzstan, US, Belgium, Italy, Finland attended the conference. Among key topics of the conference were issues of theoretical and methodological reflection on the concepts of vices and virtues in the context of social sciences and humanities, as well as public policy concerns in regards to what traditionally is measured using these concepts. Primary attention was paid to the issues of alcohol consumption and alcohol policy in Russia and other countries, including issues of formation of drinking practices and the tools that governments can use to influence them. The conference participants also discussed other cultural practices whose perception as “vicious” or “virtuous” by the general public and by social scientists may differ.

**Keywords:** economic culture; vices; virtues; alcohol; alcohol policy; anti-alcohol campaign.

**Received:** September 2, 2015.

**Citation:** Kadochnikov D., Raskov D. (2015) *Ekonomika porokov i dobrodetey. Mezhdunarodnaya nauchnaya konferentsiya v SpbGU, 15–16 maya 2015 g.* [Economics of Vices and Virtues. International Academic Conference at Saint-Petersburg State University, May 15–16, 2015]. *Journal of Economic Sociology = Ekonomicheskaya Sotsiologiya*, vol. 16, no 4, pp. 131–135. Available at <http://ecsoc.hse.ru/2015-16-4.html> (in Russian).



# XVII Апрельская международная научная конференция «Модернизация экономики и общества»

**19–22 апреля 2016 г., Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Москва, Россия**

**19–22 апреля 2016 г.** в Москве состоится XVII Апрельская международная научная конференция по проблемам развития экономики и общества, которая будет проведена Национальным исследовательским университетом «Высшая школа экономики» (НИУ ВШЭ) при участии Всемирного банка. Председателем Программного комитета конференции является научный руководитель НИУ ВШЭ профессор Е. Г. Ясин.

На пленарных заседаниях конференции и специальных круглых столах планируются выступления руководителей Правительства Российской Федерации, Администрации Президента Российской Федерации, представителей Всемирного банка, Организации экономического сотрудничества и развития, руководителей крупнейших российских и иностранных компаний, ведущих зарубежных и российских учёных.

## **Специальные темы конференции:**

1. Диагностика проблем роста;
2. Модернизация сверху: потенциал и ограничения;
3. Экономическая децентрализация и местное самоуправление;
4. Ценности, доверие и кооперация.

Специальным темам конференции будут посвящены пленарные заседания, а также отдельные почётные доклады, секции и круглые столы. После пленарных заседаний и в течение последующих дней будут проводиться сессии с представлением научных докладов и экспертные круглые столы по актуальным проблемам развития экономики.

С основными направлениями секционных заседаний и заседаний круглых столов можно ознакомиться на официальном сайте <http://conf.hse.ru/>

Рабочими языками конференции являются русский и английский. Пленарные и ряд секционных заседаний будут сопровождаться синхронным переводом.

Заявки на выступление в качестве индивидуальных докладчиков на сессиях следует подавать в онлайн-режиме по адресу <http://conf.hse.ru/> **9 сентября — 11 ноября 2015 г.**

Доклады, включённые в Программу конференции, после дополнительного рецензирования и рассмотрения редакциями могут быть приняты к публикации в журналах «Вопросы экономики», «Российский журнал менеджмента», «Экономический журнал ВШЭ», «Журнал Новой экономической ассоциации», «Мир России», «Вопросы образования», «Вопросы государственного и муниципального управления»,

«Экономическая социология», «Экономическая политика», «Корпоративные финансы» и «ЭКО». Эти журналы входят в список ВАК, и их представители приглашены к участию в Программном комитете конференции.

Участникам из стран СНГ и Восточной Европы, приглашённым выступить с докладами, может быть предоставлен грант Представительством Всемирного банка в Москве с целью компенсации расходов по участию в конференции. Заявки на получение гранта должны быть направлены по адресу [interconf@hse.ru](mailto:interconf@hse.ru) до **8 февраля 2016 г.**

В рамках конференции планируется организовать серию семинаров для докторантов и аспирантов (с возможностью предоставления грантов на проезд и проживание для отобранных докладчиков). Информация об условиях участия в этих семинарах будет доступна на официальном сайте <http://conf.hse.ru/>. Заявки на участие в конференции без доклада принимаются в онлайн-режиме по адресу <http://conf.hse.ru/> **12 ноября 2015 г. — 22 марта 2016 г.**

Информация о размерах и возможностях оплаты организационных взносов доступна на официальном сайте по адресу <http://conf.hse.ru/>

С программами и материалами I–XVI Апрельских международных научных конференций (2000–2015 гг.) можно ознакомиться на сайте <http://conf.hse.ru/2015/history>

#### Оргкомитет конференции

\* \* \*

XVII April International Academic Conference “Modernization of Economy and Society” will be held in April 19–22, 2016, hosted by the National Research University Higher School of Economics with support from the World Bank. Participants are invited to submit extended abstracts of their research papers for presentation at the Conference sessions. Submissions will be accepted from September 9, 2015 till November 11, 2015, only through on-line registration at <http://regconf.hse.ru/reqs/new/id/16/culture/en>.

More information is available at <http://conf.hse.ru/en/2016/>.

## INTERVIEWS

# Economic Actors and Liberal Dependent Capitalism. Interview with Katharina Bluhm



**BLUHM, Katharina** —  
Doctor, Professor of  
Sociology, Head, Institute  
for East European Studies,  
Free University of Berlin.  
Address: 55 Garystraße,  
Berlin 14195, Germany.

**Email:** [katharina.bluhm@fu-berlin.de](mailto:katharina.bluhm@fu-berlin.de)

Photographed by Michael  
Fahrig

### Abstract

Dr. Prof. Katharina Bluhm, head of the Institute for East European Studies at Free University of Berlin, was interviewed by Zoya Kotelnikova, assistant professor and senior research fellow at the National Research University Higher School of Economics in July 2014. In this conversation, Prof. Bluhm talked about the recently published book Business Leaders and New Varieties of Capitalism in Post-Communist Europe which she edited together with Bernd Martens and Vera Trappmann. The book includes sections by the editors as well as by György Lengyel, Béla Janky, Krzysztof Jasiński, and others. The book presents results from an international survey of entrepreneurs and top managers in East Germany, West Germany, Hungary, and Poland. The book begins with the notion that we should bring back economic actors, with their cultural ideas on what capitalism should be, into the core of the literature on varieties of capitalism in Europe. An approach centered on economic actors appears most attractive to the authors, who attempt to explain the convergence of ideas about the social role of companies and trade unions, in order to better understand the models of capitalism emerging in Central and Eastern European countries. Finally, the interview includes a discussion of liberal dependent capitalism and attitudes to multinational economic elites in post-communist Europe.

**Keywords:** economic elites; entrepreneurship; liberal dependent capitalism; cultural dimension of capitalism; varieties of capitalism; new institutionalism; Eastern Europe; Germany.

— *First of all, thank you very much for this interview that you have agreed to give to the Journal of Economic Sociology. I would like to start this conversation with a discussion of your recently published book Business Leaders and New Varieties of Capitalism in Post-Communist Europe [2013] where you along with Bernd Martens and Vera Trappmann were the editors. The book begins with an assertion that new institutionalism has become the most popular view employed by scholars for explaining the transformations experienced by Eastern European countries. Why did this happen, and why you and your colleagues decided to return economic actors to the center of the discussion?*

— Let me start with a short remark about the book. It's not a collection of separate papers, it is in fact based on a joint research project I conducted with my German colleagues Bernd Martens and Vera Trappmann, as well as György Lengyel and Béla Janky from Hungary, and Krzysztof Jasiński from the Academy of Science in Poland. We carried out an international survey among small and medium-size companies in East and West Germany, Poland and Hungary, primarily focusing

on manufacturing, including larger companies, very large companies and banks. We tried to collect data on both financial elites and manufacturers, due to the fact that both were driving forces in the development of German capitalism, as well as in the development of capitalism in Central Europe. We focus on Central Europe in this respect. We conducted quantitative interviews by phone or face-to-face in each country and in the respective language. The interviews were based on a joint questionnaire. In this sense, our book is more than just a collection of papers and it is structured so that we have country chapters and then we have comparative chapters. Each team compared their research findings according to specific topics.

— *How many countries are compared?*

— East Germany, West Germany, Poland and Hungary. Why the interest in elites and why have we returned to the elite approach? I don't think it's simply due the fact that institutionalism has gained more and more ground. Institutionalism was a very important concept already back in the 1990s. But you are right; it gained ground during the transition period. While transitions were taking place, ideas that support institutions became increasingly interesting. We actually observed that the interest in the economic elite somehow waned after a starting point in the early 1990s. Our interpretation of this phenomenon is that, in the beginning of transition, it was very important exactly who became the new elite or the new 'grand bourgeoisie', what kind of social and career background elite members had, due to questions of elite continuity, circulation and reproduction. The closer the integration into the European Union came, the less interest there was in economic elites in transition countries. Of course, there was interest in oligarchs in Russia and in Ukraine. But in Central Europe, there are no oligarchs. I would say that we have a kind of dependent or liberal dependent capitalism as a result of the quick integration processes, and the dominance of Western investors in key sectors. This also reduces the research interest in domestic economic elites. Why we returned to the elite approach...

— *Why did you not call them oligarchs? Is it because these economic elites do not have strong ties with the political elite?*

— I would stick to a definition of oligarchs which focuses on those who gained their property based on rent-seeking. That's why they have had a vast increase of property, based on privileged access to state power, and therefore they use this advantage to make enormous profits. I would argue that this type of entrepreneur is not so widespread in Central Europe, not even in Poland. I wouldn't call every rich person or every entrepreneur owning a large company an oligarch. The rent-seeking type of oligarch, or tycoon, is not so widespread in Central Europe, because of the fast integration of these countries into the West. I would not claim that they did not try going in that direction, but, they weren't successful. This was due, firstly, to a stronger control of civil society, and in Poland, specifically, this was due to the role works councils, which exerted quite a lot of control over the management so that they did not just take away the assets of a company. But what had the biggest impact was that these countries launched privatization and sold strategic companies to Western investors. Therefore a different model of capitalism emerged compared to Russia or the Ukraine. I am not so sure about the further development, but we can speak about that later.

Let's turn to your other question, about the dominance of Western investors. Some colleagues talk of the 'comprador service sector,' implying that the economic elite is actually somehow representative of foreign capital, but I think that the term comprador is too strong. Starting from the notion of capitalism, I observed that although institutionalism is a leading theory and although most of the interpretations and explanations of capitalism are institutionalist explanations, there are still cultural elements in it. If we look closer, we often find the notion of a cultural underpinning of capitalism. The institutionalist idea is that institutions are not only constraints or rules, but that the rules have to be interpreted, that is rules are not independent from cultural and social embeddedness. This is, of course, where economic sociology steps in. We were curious to learn more about what this cultural underpinning looks like. If you pursue this question, you will find in the literature, es-

pecially on Central and Eastern Europe but also on Germany, very strong arguments and even a strong thesis, yet little in the way of actual research. The strong thesis on Eastern and East Central Europe starts with the famous book by Gil Eyal, Iván Széleányi, and Eleanor R. Townsley [1998], where they have a very nice chapter on economic elites and public discourses on what kind of market economy these societies have and what kind of directions they would like to go in. The implication is always that the post-socialist manager elites are made up of neoliberals who, because of their legacy, despise any state regulation, reject social responsibility beyond doing business. They are, in other words, Friedmanites.<sup>1</sup> In our project we wanted to figure out whether this interpretation is still valid and what varieties exist if we look at smaller companies or bigger companies with differing ownership. We also wanted to look into this in regards to Germany, because you have completely separate discourses, but a similar idea. In the former transition countries, the economic elite or the managers and entrepreneurs are supposed to be ultraliberal, because of the state-socialist legacy. And if you look in the discourses on the change of German economic elite, especially the change of German capitalism, you also encounter this idea of a changing cultural underpinning, as some authors suggested. There were studies that suggested that the idea of the social market economy and of social partnership is losing their attractiveness for top managers and entrepreneurs. The studies also suggest that they are moving in a kind of neoliberal direction with regards to how they think the economy should work. There are some indicators for this but, again, there were few endeavors to try to elicit more information about the ideological constructs within which the actors operate. That was the reason why we sought to obtain a better understanding of capitalism and the varieties of capitalism, because the worldviews of economic actors matter.

— *It is quite interesting that you attract our attention to the development of a new type of capitalism in Eastern European countries, you called it ‘dependent capitalism’. Could you describe these new economic elite in structural terms and the ideas they share?*

— Firstly, ‘dependent capitalism’ is not my term, it stems from Andreas Nölke and Arjan Vliegenthart [2009]. You can also find it in the works of Lawrence Peter King and Iván Széleányi [2005], where they speak about liberal dependent capitalism. The term refers only to Central Europe, because dependency can have many, many shapes. The term ‘liberal dependent capitalism’ mainly refers to capitalism which relies on foreign direct investment as a motor for economic growth. However, western multinationals did not invest in low-end production (they shifted it to other locations) but in skilled, semi-skilled work, and in production of complex products like cars or engineering. This kind of dependency also has a lot of implications for labor relations, for wages, for chances of upgrading within the value-adding chain. We could observe in the last 10 years a remarkable upgrading of the subsidiaries in the Czech Republic or Slovakia. It is not stagnant, not necessarily a trap — we have to be careful with our associations when we talk about dependency; it can mean many things. It does not necessarily mean a ‘development trap’, but it does, of course, imply a greater exposure to external risks and external shocks.

As to your question concerning structural and cultural traits of the studied economic actors — first of all, I have to say, we should be careful — we do not talk about economic elites in our book but rather about business leaders. Because in a strict sense, only a portion of our respondents belong to the ‘economic elite’ according to the definition of Michael Hartmann [2010] and others, who really look at the leading national corporations and the top management there. We also have medium-size entrepreneurs in our sample and they are more likely part of the regional elite.

— *So your focus was primarily on economic actors not only economic elite?*

— Yes, that is correct. We didn’t explore the linkage between politics and economic elites, which one might also expect. What we did was to explore the social backgrounds of business leaders, their career paths, their

<sup>1</sup> Those who follow the ideas of American economist Milton Friedman. [Ed.]



attitudes or cognitive concepts about the role of companies in societies. We were able to compare these attitudes with a few objective facts they provided us with during the interviews, such as the size of the company, ownership, existence of a works council or union in the company, the existence of collective bargaining, their integration into international networks, and so on. We could at least control these attitudes or beliefs along with some facts about the companies and study variations across the countries. Let's take social background, for instance. For social background we asked about their parents' profession and education. Broadly speaking, it was very interesting to see that social closure seems to be an ongoing process in three or even four of the country cases, if you look at East Germany separately.

The older entrepreneurs and managers have fathers and mothers from lower social strata than the younger ones. Academization has increased. But there are striking differences. We had, for example, more managers whose fathers were also top managers in Poland and Hungary than in Germany. It was also very interesting that in Hungary and Poland, but particularly in Poland, not only the fathers were from the high social strata, but also the mothers had much higher education levels than the mothers of the recent top managers or entrepreneurs in West and East Germany. They had higher positions, so this is quite striking that especially in Poland, the manager elite is recruited from households where mothers and fathers were from higher social classes. At the same time, the percentage of housewives among the Polish mothers was higher than in East Germany or Hungary. Mothers who stayed at home is still a striking feature for the recent generation of West German business leaders.

— *Does it mean that West Germany for example is more open, in terms of opportunities for mobility?*

— We speak really of a gradual difference. In the past, all three of the countries had a more open period for upward social mobility. One — because of World War II and others — also because of the elite exchange in the early years of state socialism. But you can see the social closure. We also checked manager careers, because in the German debate, the career plays an important role in the arguments of cultural change. For Germany, it was quite typical to have 'house careers' when you start with vocation training in a company, then you go back to university, then you take almost all your career steps within the same company. This was combined with the assumption that managers in Germany are more loyal to their company and also more open to social partnership, because they have this kind of corporate socialization. The more they jump, the more they come from outside, the shorter their tenure is in companies, the less loyalty; in other words, changes in career paths of top managers are supposed to promote an ongoing process of Americanization.

Hence the career is also interesting for studying capitalism. In our study we wanted to check whether the assumptions regarding German managers are correct, namely that there is an increase of career flexibility, and also what does it mean for medium-size companies, because there is a huge difference between big companies, with many hierarchical levels, and smaller companies with very flat hierarchies. And we wanted to see whether we can already observe career path patterns in Poland and Hungary, after the turmoil of privatization. Therefore, the career was also important, especially in regards to our findings for big companies, and I will refer only to this, because I think it's interesting. Regarding big companies, we found that tenure in Germany has in fact been reduced, and there are more shifts than in the past. We found that in Hungary and Poland, and especially in Hungary in this respect, a 'house career' is typical in larger companies with foreign ownership, so that this idea of socialization, socializing and bringing up their own management is more widespread there. On the one hand, Germans have a much more flexible career, as reflected in our data. And on the other hand, in big companies we encounter 'house careers' more often in Poland and Hungary in foreign owned companies. These are important findings.

What we did not find was a strong connection or link between ideas or attitudes — I would prefer to speak about ideas — and educational background. We expected — a little bit naively, perhaps, but it stemmed also

from the German discussion — that with the change in qualifications needed for getting higher positions, we would also have cultural changes, career path changes and educational changes as a motor for cultural changes. With the decline of importance of engineering qualifications, there was a debate in the 2000s concerning cultural change. We didn't find any facts supporting this. We could not detect differences in thinking and understanding of corporate responsibilities or other issues we asked them, irrespective of whether they were economists, engineers, or natural scientists. There was another expectation concerning age, namely that those of younger age who built their internal career under (post-communist) market conditions, have different notions. Maybe our measurement instruments were not fine-tuned enough but age turned out to be a weak variable for explaining variations in the tested ideas on the role of company for the wider society. Our interpretation of this finding was that the secondary socialization during the job is of so high importance, that it is more important than just education.

— *The main focus of the book we are discussing is the cultural dimension of economic issues. You expected that you would find a convergence of ideas rather than an institutional convergence. Did you manage to find some empirical facts to prove that hypothesis?*

— We did not really investigate the convergence of institutions, but, of course in our country chapters, we studied economic transformations in Poland and Hungary, their transformation towards the market economy and looked for the emerging patterns. We also studied the changes of the so-called German model or of the coordinated market economy in Germany. As far as we reflected on institutional changes, it was still clear that German capitalism is institutionally very different than Poland and Hungary. But ideas can more easily change than institutions, and as I already stated, the public discourses on the three countries in the late 1990s and early 2000s revealed some similarities. In Germany in the 2000s, there was a rapid ascent of neoliberal discourse, and there were many studies suggesting that top managers now see the chance to redefine their relationships to unions, to work councils, and redefine the idea of what modern German capitalism has to be. And therefore we thought that it's much easier to change ideas and discourses, so that there might be — if it is true that economic elites in the three countries were moving in the direction of liberalism, then we should find this also in the views of our respondents. This was the starting point. We assumed that in Germany, for example, the ideas of business leaders about what modern capitalism should be differs from the reality because formal institutions are always the result of former decisions, social interactions and power relationships, and are, therefore, harder to change. We therefore started with the hypothesis of a convergence of ideas in Central Europe including Germany. But a good hypothesis is always one for which both answers are of interest. Of course, we already assumed when we formulated this hypothesis that institutional elements of the German model still have an impact on the thinking of German managers. And this was confirmed. Although the acceptance of a strong role of unions in the economy was not shared by the majority of German managers and entrepreneurs, the difference between West Germany and the rest is really striking — and here I mean by 'the rest' also East Germany.

Especially for top managers of very large companies, the acceptance of work councils and unions as important for the functioning of an economy was quite widespread. It is not so widespread among small or medium-size companies because they are much less union-friendly for many, many reasons — but this is known. And it is not so widespread among East German managers, for two reasons. First, because East German managers usually work for medium-size companies — there was only one East German top manager from the German DAX list<sup>2</sup> — so East German elite in the economy starts at a regional level. The size effects we observed here, but also, second, the fast wage increase after the currency union with West Germany explains why there is strong opposition to unions, and this is discernible also today. Even more than East Germans and Hungarians, Polish top managers, as we expected actually, despise collective interests' representatives. So far, we see some effects of the different models of capitalism on attitudes, I would say.

---

<sup>2</sup> DAX — The stock index of the 30 major German companies trading on the Frankfurt stock exchange. [Ed.]

We found our results striking when we looked at the ideas about the role of companies in society, about the role the state should play, and about how social coherence, social justice and market economy are combinable. One of the most striking differences was that more Polish top managers and entrepreneurs supported the idea of state regulation of markets than Germans. This was really astonishing for us because we expected the Polish managers to be decisive anti-statists. But they were much more pro-state intervention than East and West Germans. The percentage of top managers and entrepreneurs in Germany who support the idea of strong state regulation was strikingly low and astonishingly high in Poland. In Hungary it was in between. In terms of explanations, one could argue that this high level of support for state intervention is because of the crisis — we did interviews in the middle of the crisis in 2009 to 2010 — so maybe there was some kind of rethinking. But it can also be a reflection of the need for a state to do a good job. In Germany, there is a strong corporatist tradition in regulating markets, therefore in keeping the state out.

The second striking findings were about the tension between the ideas of social cohesion and social justice on the one hand and free entrepreneurship and competition on the other. In East and West Germany, most respondents do not view the two sides as mutually exclusive. The idea of having a social market economy seems to still be part of the self-conception of German business leaders, so this can go together. Hungarian managers and top managers, and especially Polish top managers and entrepreneurs, said much more often that this is not combinable, that social coherence and market economy — that social justice and free entrepreneurship — exclude each other. I think one finds a stronger sense of pessimism here, and more pessimistic views on the outcomes of the transition for these societies.

And the final interesting result in terms of ideas for Poland and Hungary was that where companies actually have works councils and unions, the perception of works councils and unions is also better. So there is a linkage between looking at works councils and unions badly and not having them and a positive combination or correlation of having works councils and unions and seeing them as useful. So this might be good news, that once social partnership is established, then management gets used to it and learns to accept it, and to agree on this, if it functions quite well. This is also actually representative of the German experience. At the beginning when works councils and co-determination were introduced in the 1950s, management and the entrepreneurs strongly opposed them. Whereas now — in spite of all the changes and flexibilization, and deregulation — there is a widespread positive notion, especially about the role of works councils.

— *What is your assumption concerning mechanisms responsible for convergence of ideas? Do they differ from mechanisms which drive different institutions to be close and similar?*

— I would say so for sure, because ideas can change also because public discourses change, normative influences like education can change. Yet I would interpret our data in the sense that public discourses are not so influential as we sometimes expect. We cannot just say: ‘Okay, this is a public discourse, therefore, managers or economic elite think this way’. This is often the connection which is made, that we have a public discourse... and trade associations and representatives of business talk a certain way, and we assume that this is identical with how leaders of the companies think. Moreover, general discourses cannot explain variations in the attitudes of business leaders from different companies’ sizes or industries. Varieties of capitalism in Europe still also influence the varieties of ideas of what capitalism is, or what capitalism should be in Europe.

— *Is it possible to say that national economic leaders think in the same way as political leaders and international economic leaders, or do they interpret facts and ideas in their own way?*

— I wouldn’t dare to say that they think the same way. If it’s right that work experience, or experience in an organization and running a business day-by-day is a strong influence on the attitudes or ideas of business leaders, then it’s highly likely that they look at the world differently than political leaders. We had a panel survey

for Germany that started already in 2002, with several survey waves, so for Germany we can control a bit more the persistence of some ideas. For example, what was quite striking during the 2000s was that entrepreneurs of medium-size companies strongly reject this idea of ‘shareholder value’, this kind of ‘shareholder-value-capitalism.’ They also reject the huge increase of earnings of top managers in large companies, so there are also conflicts between different sections of business leaders.

— *It’s quite interesting how the ideas of national economic leaders are different from ideas of international economic leaders. Because the concept of dependent capitalism implies that the real economic elite is represented by international companies and international leaders. What do you think, could national economic actors be challengers for international economic actors who have power and control over markets today in Eastern European countries?*

— It would be nice to have such a study with representative data on business leaders and expatriates, in order to compare the ideas. We have some insights. In his chapter, Krzysztof Jasiński compares managers from foreign-owned companies with others, and finds some differences. Managers of foreign-owned companies, for example, are not so pessimistic about having social coherence and market economy at the same time as their counter parts in Polish companies are. There are differences in perceptions, that’s for sure, and it is of course interesting to study, but then you really need qualitative studies or more representative studies. Our data do not provide insights to this question because we excluded foreigners from our sample, so we really tried to get Hungarians in Hungary, Polish people in Poland, and so on. We can control ownership, to a certain extent. Ownership matters in Poland and Hungary for some ideas, but the differences are not so large.

In the late 1990s and early 2000s, I did interviews with expatriates of German subsidiaries in Poland and the Czech Republic. Even then the influence of foreign investors on domestic policy looked much more difficult than the notion ‘dependent capitalism’ suggests. That is a criticism I have of this concept. Politicians in a competitive democracy always have to take different interests into account, and they have their national proud. Large German companies, for example, failed to convince the Czech government to introduce a dual vocational training system similar to the German system.

— *It’s quite interesting, because recently there is some research on how Russian markets work, conducting interviews with economic leaders here in Russia, specifically in retailing and light manufacturing and other sectors. In the early 2000s, economic leaders in domestic retailing and manufacturing looked at Eastern European countries and were quite scared that international companies would come to Russia and would get total control over markets. So they thought that they would need to create their own ‘Wal-Mart’ or ‘Adidas’ to compete. However, today we have the quite interesting situation that ‘Wal-Mart’ still has not come to Russia, for example, and Russian light industry is populated only by Russian companies. We have a situation that we could call ‘lock in’ of the Russian economy, we missed some opportunities to integrate into the global chains. This is a real problem and sometimes serves as a barrier for further economic development. So it is interesting for us what national economic leaders in Eastern Europe think. Do they show some demands for economic autonomy or do they think that everything just successful and productive?*

— That’s a really fascinating question. It is the key question for further development and also for understanding the processes in the past. First, how I understand liberal dependent capitalism, actually it was a successful model in the 1990s for small countries with interesting industries and a fast integration process into the world market and into the European Union. Hungary learned this and was one of the pioneers, together with the Czech Republic, and both failed to establish their own national champions. They received a lot of attractive foreign direct investment. Slovakia was quick to follow when the Mečiar government ended in the late 1990s [Myant, Drahokoupil 2011]. They did this with flat rates for taxes and with a highly flexible labor code. There was fierce competition between those countries — and Poland — to get the greatest share of foreign invest-



ment. Yet, foreign investment does not necessarily solve innovation problems as large western companies either keep their innovation capacities 'at home' or shift them where they find an attractive environment for such activities, which is usually in the West, in the US above all. Krzysztof Jasiński writes in his chapter about how weak Polish indigenous companies are in innovations. That's a problem that Poland still has to solve, in order to catch up with Western Europe. This is an unsolved problem in many countries, where a major reason to invest from abroad are the production costs. Maybe least so in the Czech Republic, because they really obtained a huge share of foreign direct investment and they have their own brand, 'Skoda.' Furthermore, a part of the automobile industry even shifted development work to Czech Republic and also to Slovakia. It's not low-end, as I said. The two countries also did quite well during the financial crisis 2009–2011, thanks to the quick recovery of the car industry in Europe, and they also avoided having a housing bubble or high private debts. We cannot just say the more dependent and exposed to the world market, the more they were hit by the crisis, it's not that easy.

However, exposure to global markets and dependency can take their toll on liberalism. Look at Hungary and its new national populism; one of the issues is that key national industries are in the hands of foreigners, and this won over a lot of popularity during the crisis. They say okay, we have to take extra taxes from the multinationals in order to overcome the crisis. This turned out to be a very popular idea. It was not allowed by the European Union but it was very popular nationally. With regards to Hungary so far, one can say that the combination of disappointment over the outcomes of the European Union and this ownership structure help explain the new nationalism. I think the period of liberalism has ended in Central and Eastern Europe.

But Russia is a big country and Russians do not have to fear being taken over by foreign investors. For Russia, a mixed strategy would be — I do not understand why Russian policy never tried to mix strategy like China does — to partly open some sectors to foreign investors. But first, policy-makers need to understand against whom their industries will primarily be competing. In the case of the apparel industry, for example, it's not the Baltic States, it's not even Bulgaria or Romania, but perhaps China, Bangladesh, and so on. Even if you open the apparel and textile industry, is this industry really ready to compete with Bangladesh, China?

— *But Germany, Italy and other European countries appear to be leaders in the global light industry?*

— But not in production.

— *But what about production? I read about German light industry.... you managed to find a specific niche. Today, the specialization of German light industry is mainly in production of technical textiles, sportswear?*

— The textile and apparel industry, for example, was huge in Germany in the 19th century. In the 1970s, offshoring led to a drastic decline in the production capacities, after the 1990s, a similar process took place in East Germany in a very short time span. This shock could also happen to the Russian textile and apparel industry, that's why they protect themselves and their market. It's quite uncertain whether the Russian industry would manage to upgrade and if they have sufficient institutional support for being successful in this regard. But you are right that what we see is a kind of other extreme in Russia. Russia almost completely kept foreign investors out of the economic sectors in the process of transition, so they lose more and more ground in competition.

— *At the same time, this is our disadvantage, because we always rely on our national market.... Of course, today, what you need is to be integrated into the global economy ... Today, some Russian industries, like manufacturing, they started to understand that they lost some opportunities. Light industry was not and is not considered strategic for Russia's economic development.*



— That's path dependency, when light industry was not always highly esteemed. This was the strange thing with the state socialist style of Fordism. It was not the Fordism based on complex consumer goods but on heavy industry. It was a strange form of Fordism-Taylorism. Fordism-Taylorism is actually based on light industry and complex consumer goods, and the Soviet Union, and other state-socialist countries, introduced Taylorism-Fordism combined with an emphasis on heavy industry for industrialization. That is a legacy.

I did this kind of research in the 1990s in East Germany, regarding the decline of the textile industry and the transition of the textile industry. I am not unfamiliar with this literature. East Germany was an even more radical case because from one day to the next, East German companies had to compete under very bad conditions with well-established Western companies, on their markets. Their 'own market' did exist anymore. And so within a year, employment in textile and apparel industry shrank to 10% of previous levels. And this happened in East Germany in one year. In West Germany this process took place over twenty years happened, and in East Germany, only in one. But there are survivors, such as Saxony, one of the old traditional regions in Germany with a strong textile industry. My first study on the transition in East Germany was about the textile industry, engineering and medium-size chemistry.

— *I have one final question. What are your research interests today? Are you planning to continue your previous research or do you have some different plans in research terms?*

— The rise of capitalism remains my interest. I also think that we now need more detailed studies. We have some terms and general descriptions and typologizing, which are quite useful tools, but we need more detailed studies on special fields, special markets like what we've talked about, such as light industry. So this is something that I will continue to pursue. I am now thinking about doing research on Corporate Social Responsibility (CSR) in Russia, because it's very interesting to me: namely, to what extent we can find path dependency and the legacy of the definitions of social roles of companies in the wider society, and how the Western concept is introduced and leads to a specific way of understanding the role of companies in societies. There are also the enormous uncertainties regarding the business environment in Russia and the increasingly authoritarian structure of this business environment. I'm interested in how such a concept works in such an environment. This is one of my research interests for the coming years. There is also the topic of informality and institutions, which is also linked to the rise of capitalism, because there is one interesting observation. When we talk about Western capitalism and its rise, we do not use the word 'informal,' while this term is widely used for Eastern Europe and other world regions. Yet western market economies do not function based on formal rules only. To study the role of informality in forming the variations of capitalism, I think is an interesting perspective to pursue.

## References

- Bluhm K., Martens B., Trappmann V. (ed.) (2013) *Business Leaders and New Varieties of Capitalism in Post-Communist Europe*, New York, London: Routledge.
- Eyal G., Szelenyi I., Townsley E. (1998) *Making Capitalism without Capitalists: Class Formation and Elite Struggles in Post-Communist Central Europe*, London; New York: Verso.
- Hartmann M. (2010) Elites and Power Structure. *Handbook of European Societies: Social Transformations in the 21st Century* (eds. S. Immerfall, G. Therborn), New York: Springer, pp. 291–323.
- King L. P., Szelenyi I. (2005) Postcommunist Economic Systems. *The Handbook of Economic Sociology, Second Edition* (eds. N. Smelser, R. Swedberg), Princeton: Princeton University Press, pp. 205–229.

Myant M., Drahokoupil J. (2011) *Transition Economies: Political Economy in Russia, Eastern Europe and Central Asia*, Denver: Wiley.

Nölke A., Vliegthart A. (2009) Enlarging the Varieties of Capitalism. Emergence of Dependent Market Economies in East Central Europe. *World Politics*, vol. 61, no 4, pp. 670–702.

**July 2014**  
**Moscow, Russia**

**Interviewed by Zoya Kotelnikova**

**Citation:** Economic Actors and Dependent Liberal Capitalism. Interview with Katharina Bluhm. (2015) *Journal of Economic Sociology = Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 16, no 4, pp. 138–147. Available at: <http://ecsoc.hse.ru/2015-16-4.html> (in English).

## NEW TEXTS

Ivan Zabaev

# The Economic Ethics of Contemporary Russian Orthodox Christianity: A Weberian Perspective



**ZABAEV, Ivan Vladimirovich** —  
Candidate of Science  
in Sociology, Associate  
Professor, Theology  
Department, St. Tikhon's  
Orthodox University.  
Address: 23-5A  
Novokuznetskaya str.,  
115184, Moscow,  
Russian Federation.

**Email:** [zabaev-iv@yandex.ru](mailto:zabaev-iv@yandex.ru)

### Abstract

This article presents a discussion of the economic ethics of contemporary Russian Orthodoxy, manifested in the practices of economic actors, and Orthodox economic ideology, drawing on the approach formulated by Max Weber in *The Protestant Ethic*. Orthodox ideology and economic ethics are analyzed using popular Orthodox literature (1990–2004), doctrinal texts on social and economic issues, as well as materials gathered in ethnographic expeditions between 1999–2004 to eight monasteries in various regions of the Russian Federation. Key aspects of the economic ideology include love for one's neighbor and work as a means for self-sufficiency; the result of work is considered to be the gift of God. Key categories of economic ethics are obedience and humility. This article concludes in the framework of Weber's approach, that such ethics of obedience and humility determine the attitude towards economic activities, which the Russian Orthodox Church generates among its followers.

**Keywords:** economic ethics; Russian Orthodox Church; Weberian sociology of religion; Russian monasteries; work; obedience.

### Introduction

Weber's famous work *Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism* [Weber 1992] has been widely quoted in sociological studies.<sup>1</sup> The connection between a theology and an economic ethic has also been applied to other settings, such as the religious roots of Indian [Singer 1956; Kapp 1963], Jewish [Tamari 1987] or Japanese society [Bellah 1985], the role of Pentecostalism in Southern America [Martin 1993, 1998; Gooren 2001], Islam and Buddhism in Asia [Sarkisyanz 1965; Sarachandra 1965; Moans 1969]. Weber's insights were applied to a historical review of Russian Orthodoxy before the Soviet period [Buss 1989a; Buss 1989b]. However, Weber's insights have not yet been applied to contemporary Russian Orthodoxy. What is the economic ethic of contemporary Russian Orthodoxy? This question is of central importance because Orthodoxy dominated in Russia for most of its history and is re-emerging today as one of the most influential institutions of Russia's ideological and social life [Kääriäinen, Furman 2000: 11–16; Evans, Northmore-Ball 2012]. Thus, the Russian Orthodox

<sup>1</sup> The literature on *The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism* itself is so huge that to review it today is a practically impossible task. There have been a few important reviews of reviews [Eisenstadt 1968; Marshall 1982; Nelson 1973; Kalberg 2011]. To understand the current state of debate, one may turn to collections of articles which appeared around the 100th anniversary of the original publication of "Protestant Ethic" [Swatos, Kaelber 2005; Schluchter, Graf 2005; Lehmann, Roth 1995].

Church by virtue of its dominant position may have a significant influence on the economic lives of Russians, so understanding the Orthodox economic ethic gives us more insight into economic conditions and future of the Russian people.

### **Logic of the Argument and the Concept of Ethics in Weber's *The Protestant Ethic***

In this article we follow Weber's logic of argument from his *The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism*, focusing on the analysis of ethics as Weber understood it. In *The Protestant Ethic*, Weber used the term 'ethics' relatively infrequently and never consistently defined it. Only in one passage did he dwell on it in some detail [Weber 1992: 54–56], distinguishing ethics from 'doctrine' and 'practice.' On the basis of this threefold division, Weber described the Calvinist doctrine of predestination; examining the "Westminster Confession" of 1647. He then set forth the problem of religious Christian ethics:

How was this doctrine borne in an age to which the after-life was not only more important, but in many ways also more certain, than all the interests of life in this world? The question, Am I one of the elect? must sooner or later have arisen for every believer and have forced all other interests into the background. And how can I be sure of this state of grace? [Weber 1992: 65.]

Thus, for Weber's Protestant, the problem of ethics is formulated as "Was I elected to salvation or not." Having described the Protestant ethics and a specific Reformed response to the question of "how could I be saved," Weber went on to describe the economic ethics of Protestantism. The description is mostly contained in the section, "Asceticism and the Spirit of Capitalism" [Weber 1992: 102–25]. For a better understanding of the meaning of economic ethics according to Weber, we should turn to the relevant text of *The Protestant Ethic*:

...For everyone without exception God's Providence has prepared a calling, which he should profess and in which he should labour. And this calling is not... a fate to which he must submit and which he must make the best of, but God's commandment to the individual to work for the divine glory. ... It is true that the usefulness of a calling, and thus its favour in the sight of God, is measured primarily in moral terms, and thus in terms of the importance of the goods produced in it for the community. But a further, and, above all, in practice the most important, criterion is found in private profitability [Weber 1992: 106–108.]

From the above passages, the main issue of economic ethics can be formulated as "How should I do business (act in the world) to be saved?" The answer to this question should indicate the mode of action, which would include the process of verifying what the person is doing or what is happening to the person in terms of salvation.

Importantly, in Weber's analysis the works of Baxter play a part no less than Luther's papers or "Westminster Confession." When depicting the procedure of determining whether one is predestined to salvation, Weber relies on Baxter's works, as follows:

"It is true that the usefulness of a calling, and thus its favour in the sight of God, is measured primarily in moral terms, and thus in terms of the importance of the goods produced in it for the community. But a further, and, above all, in practice the most important, criterion is found in private profitability. For if that God, whose hand the Puritan sees in all the occurrences of life, shows one of His elect a chance of profit, he must do it with a purpose" [Weber 1992: 108.]

Thus, a research subject related to economic ethics of a soteriological religion should be represented by the answers of economic actors to the questions of how they should act in the world in order to be saved and how they understand that they act in accordance with God's will.

However, here we are faced with a problem. The responses of religious economic actors to fundamental questions concerning the meaning of economic activities in Orthodoxy may differ from the principles which guide the same actors in their economic practices. Therefore, it is desirable to conduct a separate analysis of the 'proclaimed' and practice-based, 'actual' economic ethics.

At this point we should recall one of the main criticisms of Weber's arguments from *The Protestant Ethic*. Some have argued that it was not possible to ascribe the idea of 'vocation' to Protestantism, since written documents about the economy (for example, the statements of Luther and Calvin concerning work and interest) contained very different requirements both in terms of specific instructions and the overall tenor of the documents [Samuelson 1964; Robertson 1933]. However, Weber's claim was exactly that the emergence of a specific capitalist ethos was not triggered by specific instructions concerning economic actions, but by general requirements concerning paths to salvation [Weber 1992].

Thus, the logic of our study partially replicates the logic of *The Protestant Ethic*, and will consist of the following: (1) to clarify the categories applied by Orthodox economic actors who are involved in various economic practices; (2) to assess whether these categories correspond to categories from Orthodox popular literature on salvation, containing specific recommendations for believers; (3) to determine the categories used in dogmatic and popular texts specifically dedicated to the subject of economy. This approach provides an answer as to whether we may speak about the formation of a particular ethos in contemporary Russian Orthodoxy.

## Russian Orthodoxy in Context

There exists a predominant viewpoint in the scholarly works on economic ethics of Russian Orthodoxy in spite of a sufficiently large diversity of studies and viewpoints. According to this view:

1. A special type of economic ethics has evolved in Orthodox Christianity with the main categories including 'love of one's neighbor,' 'social simplification' (including the love of poverty), 'walking before God,' 'gratuitous work,' and a 'combination of work and prayer' [Elbakyan, Medvedko 2001; Koval' 1994].
2. Orthodox ethics has not become a permanent part of the non-monastic world. Orthodoxy is directed towards the other world and does not instruct on how to act in this world, according to several scholars [Koval' 1994; Zarubina 2001; Shkaratan, Karacharovsky 2002, Buss 1989a]. This is also why Orthodoxy cannot be productive in economic life [Snegovaya 2012], according to this view.

This position can already be seen in Weber's works. In 1910, Weber said, inter alia, that "There lives in the Orthodox Church a specific mysticism based on the East's unforgettable belief that brotherly love and charity, those special human relationships which the great salvation religions have transfigured (and which seem so pallid among us), that these relationships form a way not only to some social effects that are entirely incidental, but to a knowledge of the meaning of the world, to a mystical relationship to God." [Weber, 1973: 144–145]. In the course of this discussion Weber mentions Tolstoy, Dostoevsky and Khomyakov.

To a certain extent, this very viewpoint has survived and can be easily found in scholarly papers. Many prominent scientists are and were among its followers. In the middle of the 20th century A. Müller-Armack wrote "The crucial function of the Eastern Church for the economy attitude is so quite indirect. It created a turn in



overall mental development to mystical feelings, irrational, which on their own did not offer the development of an active economic attitude in the East” [Müller-Armack 1981: 366].

More recently, Buss has stated, “what kind of ‘spirit’ lived in it and influenced the conduct of life of Russian-Orthodox humanity? It was a spirit composed of magical-traditional, ritual and mystical aspects” [Buss 1989a: 250]. Buss further argues “An economic ethic in the narrow sense of the term, which might have settled the questions of the ‘just price’ (*iustum pretium*) and of the justification of interest, was not developed because of Orthodox indifference towards the world” [Buss 1989a: 255].

However, representatives of this view rely on the works of Russian religious philosophers and writers as a basis for their researches. There are many references to Tolstoy, Dostoevsky, Soloviev, Khomyakov, etc., (see [Weber 1973: 144–145; Buss 1989: 252; Dinello 1998: 45–48; Koval' 1994]). These were representatives of the intelligentsia and possibly did not express the ethics that dominated large estates in pre-revolutionary Russia. Furthermore, often the viewpoint of these writers and philosophers is mistakenly equated with Orthodox ethics in general. One may see such comments as: “the Biblical sentence comes unconsciously into force which deeply marked the soul of Tolstoy and the whole Russian people: Do not resist evil!” [Buss 1989a: 254–255].<sup>2</sup>

Although authors of this position who investigate Orthodox ‘work ethics’ tend to draw upon Weber’s works, they did not quite succeed at following Weberian logic, especially in the part that addresses ethics. Here we mean The Protestant Ethics and the Spirit of Capitalism. In “The Protestant Sects and the Spirit of Capitalism”, “The Religion of China: Confucianism and Taoism”, “The Religion of India: The Sociology of Hinduism and Buddhism” as well as in “Ancient Judaism” the ethical component is significantly smaller than in “The Protestant Ethics”. Much greater attention is paid to analysis of social institutions (estates, government, administration, law, etc.) that shaped religions.

Nevertheless, it appears to be that Weber’s analysis of ethics could be useful for understanding the position of Russian Orthodoxy. It would not be a great exaggeration to say that in “The Protestant Ethics”, unlike his other works, Weber was trying to investigate what could be called the utility function of a ‘typical’ Protestant, — an instrument that nowadays gains great attention in different spheres of contemporary economics and sociology.<sup>3</sup>

In contrast to the dominant view of Russian Orthodoxy, a different group of studies presents practices and economic situations which do not follow the ethics described by such authors. Most of these works belong to historians, partly of the Soviet period. The main counter-theses are the following:

1. Orthodoxy had a worldly orientation, and many Orthodox economic actors led successful economic activities, including both monks and laymen<sup>4</sup> [Zimin 1977; Kholodkov 1993].

2. The real economic practice of monasticism had nothing to do with any other-worldly ethics and gave numerous examples of exploitation and competition [Milyutin 1862; Budovnits 1966; Savich 1929; Klyuchevskiy 1993; Zimin 1977; Zyryanov 1999; Rostislavov 1866]. A third of the lands of the whole country

<sup>2</sup> The work of O. Kharhordin differs from this approach. In his book (based on the methodology of Foucault) Kharhordin analyzes the text of the Charter of St. Joseph of Volokolamsk monastery, pointing to the similarity of the principles laid down in it, with Makarenko’s principles of the personality formation in a collective [Kharkhordin 2002: 122–139].

<sup>3</sup> There are some attempts towards mathematization of the utility function picked out by Weber (such as [Alaoui, Sandroni 2013; Becker, Woessmann 2007]).

<sup>4</sup> A number of studies emphasize the predominantly Old Believer origin of merchantry, which is sometimes compared to “Protestantism in Orthodoxy,” and distinguish it from the mainstream version of Russian Orthodoxy [i.e. Buss 1989b].

belong to monasteries which professed non-possession of properties [Milyutin 1862]. Others argue against the 'love of neighbor' ethic if a monk could expel a hermit from a certain place [Budovnits 1966]. Scholars see a contradiction of the idea of 'social simplification' if bishops kept huge households, entourage, stables, etc. [Rostislavov 1866].

Thus, the potential direction for the motivation of Orthodox economic activity is unclear. To put it simply, why would people in a close relationship with Orthodox clergy, not resort to any Orthodox ethics to organize their activities. Yet in this regard their situation did not differ much from that of "Weberian Protestants" whose "Westminster Confession" is also not a vivid example of this-worldly relations. Thus more research must be done on the actual economic ethics of Orthodoxy.

## Research Method

In order to formulate the Orthodox economic ethics manifested in practical activities, it is necessary to observe Orthodox economic actors or, even better, Orthodox economic communities. Since it is difficult to identify a particular economic actor as a carrier of Orthodox ethical ideas,<sup>5</sup> for this study we have chosen Orthodox communities emerging around monasteries. They are chosen for several reasons: (1) monasteries constitute the moral center of Orthodoxy; (2) management of the Church in Russian Orthodoxy belongs to monks: only a monk may become a bishop, while, for example, the Catholic Church does not have such a requirement; (3) identification of any economic actor as Orthodox is severely hampered in the current situation of Russia after its forced secularization; (4) in contrast to parish communities, the communities emerging around monasteries are forced to engage in economic activities, and it is much easier to observe their economic methods.<sup>6</sup>

For analyzing communication in monastic communities and identifying categories of economic ethics in Orthodoxy, we used participant observation and records of semi-formalized interviews with members of monastic communities during the ethnographic survey in eight monasteries located in various economic regions of the Russian Federation. Upon arrival at the monastery, the author would join the group of pilgrims and monastery workers and receive a certain "obedience" or task to perform.<sup>7</sup> In almost all the monasteries the author lived together with monastery workers.

The monastic community will be understood as the community of people living in the monastery as well as people living outside of the monastery but in contact with it. The main groups of this type of community include monks, novices, workers, pilgrims, parishioners of the monastery church, people turning to the monastery not for religious reasons (for example, for taking a small loan), salaried workers, and benefactors. Normally, neither novices nor monks constitute the main part of a monastery's population, especially in the Asian part of Russia. At the time of the study, the Orthodox monasteries beyond the Urals which were studied included a fairly small number of monks (3 in the Sakhalin, 4 in Primorie, 2 in Buryatia, 5 in Eniseisk, 3 in Barnaul, and 6 in Tyumen) and novices (0 in Sakhalin, 0 in Primorie, 3 in Buryatia, 5 in Eniseisk, 0 in Barnaul, and 10 in Tyumen).

---

<sup>5</sup> In post-Soviet Russia, in the country that went through the process of forced secularization, choosing a proper object for the study is a great problem. On the contemporary market of small and middle transcendencies [Luckman 1996] the vocabulary of motives [Mills 1940] of the believer or follower of the Orthodox Church is formed not only by the latter. Moreover, in the Russian Orthodox Church there is great importance placed on personal communication between a priest and a believer (due to the fact that a much greater emphasis is put not on written documents). In the situation of forced secularization when a big part of the Church was repressed, this attachment of believers to (Orthodox) small and middle transcendencies became extremely complicated and intricate. This is why the communities that were formed in monasteries (where there was a bigger chance to find old priests, or the representatives of tradition) were chosen as an initial object of the study.

<sup>6</sup> I intend to analyze the categories used by the clergy and lay people not directly related to monasteries in a separate text.

<sup>7</sup> More about the category of 'obedience' — in the section on 'Results.'

The main part of the community is represented by monastery workers, who do not intend to become novices or monks. There are various groups of workers. Mostly, they are people who come to stay in the monastery as a place where presumably the most spiritually experienced people live, and then return to their regular life; people who are trying to part with various addictions, such as alcohol, drugs, etc., in the monastery; people who have nowhere to live — the homeless, ex-convicts, etc. Such a community, formed around a monastery, has quite an extensive geography. Using the example of one of the monasteries, Fig. 1 shows where the members of the community came from (the territorial description).

The empirical part of the research, associated with visits to the Orthodox male monasteries, was carried out in three stages (see Fig. 2.)

1. Familiarization with the object of research, first visit (Kursk Root Hermitage in 1999, Solovetsky Monastery in 2001).
2. Piloting of research tools (visits to Solovetsky and Kemsy monasteries in May 2003).
3. Main stage of collecting material (research trip to monasteries of the Russian Orthodox Church located in the Far Eastern, Siberian, and Ural Federal Districts in July–September 2004).

Observation objects were Orthodox male monasteries on the territory of three economic regions of Russia — Eastern Siberian, Western Siberian, and Far Eastern. The sample of monasteries was made from the list provided in book *Monasteries of the Russian Orthodox Church. A Guidebook* [2001] where the full list of Orthodox monasteries in post-Soviet Russia was given.



**Figure 1.** Territorial Representation of the Social Network in a Community of an Orthodox Monastery (Village of Posolskoe, Buryatia)

- |   |   |
|---|---|
| 1. Posolsky Holy Transfiguration Monastery on the Lake Baikal | 7. Monastery workers (Zima)                         |
| 2. Paid workers (Ukraine)                                     | 8. Monastery workers, pilgrims, novices (Irkutsk)   |
| 3. Monastery workers (Moldova)                                | 9. Monastery workers (Kyrgyzstan)                   |
| 4. Abbot (Mordovia)   | 10. Monastery workers (Chita)                       |
| 5. Spiritual father (Yeniseysk)                               | 11. Pilgrim (Nikolaevsk-na-Amure)                   |
| 6. Spiritual father (Krasnoyarsk)                             | 12. Pilgrims (Blagoveshchensk)                      |
|   | 13. Monastery workers, pilgrims, novices (Ulan-Ude) |



**Figure 2.** Monasteries Visited (1999–2004)

- |   |  |
|---|--|
| 1. Kursk Root Hermitage of the Nativity of the Theotokos (1999, pilot survey) | 7. Yeniseisk Holy Transfiguration Monastery (2004, field work)               |
| 2. Solovetsky Holy Transfiguration Monastery (2001, pilot survey)             | 8. Posolsky Holy Transfiguration Monastery at Lake Baikal (2004, field work) |
| 3. Kem Annunciation Monastery (2003, pilot survey)                            | 9. Holy Trinity Nikolaevsky Monastery (2004, field work)                     |
| 4. Holy Trinity Monastery (2004, field work)                                  | 10. Protection of the Theotokos Monastery (2004, field work)                 |
| 5. Aleisk St. Dimitry Monastery (2004, field work)                            |  |
| 6. Korobeinikovo Kazan Icon of the Theotokos Monastery (2004, field work)     |  |

For the analysis of the Orthodox doctrinal position concerning the meaning of economy, we used the doctrinal text of the modern Russian Orthodox Church on the subject, *The Basis of the Social Concept of the Russian Orthodox Church* [2000]. For better understanding of its characteristics, it was compared to a similar Catholic doctrinal document, *Pastoral Constitution on the Church in the Modern World* (a document of the Vatican II) [1965]. For the analysis of popular pastoral literature we used publications related to the topic of economy, which were approved by the bishops or Patriarch of the Russian Orthodox Church. The list of publications was compiled on the basis of the *Book Chronicle*, the official publication of the Russian Book Chamber, which contains information about all published editions exceeding 100 copies [Knizhnaya letopis... 2004] for 1990–2004. Theoretically, this source should mention all publications in Russia for a specific period of time, but for a number of reasons, not all publications are listed. Therefore, in addition to the *Book Chronicle*, in March 2005 the author visited parish bookstores of several large churches in Moscow, and viewed the catalogue and open collection of a large Orthodox parish library in Moscow.

## Results

### A) *The Meaning of Economy in Doctrinal Texts*

Before discussing the attitude of the Orthodox Church toward the social problems of our day, we need to determine the understanding of the world, society, and human actions, from the point of view of Orthodoxy. To highlight its position we will use the comparison of Russian Orthodox Church documents with the doctrine

of Catholic church.<sup>8</sup> Do the world, society, and human actions on Earth or ‘in the world’ have any meaning, and if so, what? The Catholic Pastoral Constitution contains a paragraph (no. 34), entitled “Value of Human Activity,” which says:

Throughout the course of the centuries, men have worked to better the circumstances of their lives through a monumental amount of individual and collective effort. To believers, this point is settled: considered in itself, this human activity accords with God's will [Gaudium et spes: 34].

We can compare that statement to the Orthodox opinion from *The Basis of the Social Concept*:

From a Christian perspective, labour in itself is not an absolute value. It is blessed when it represents co-working with the Lord and contribution to the realisation of His design for the world and man. However, labour is not something pleasing to God if it is intended to serve the egoistic interests of individual or human communities and to meet the sinful needs of the spirit and flesh [The Basis...: VI. 4: 302].

The Catholic authors continue:

...Thus, far from thinking that works produced by man's own talent and energy are in opposition to God's power, and that the rational creature exists as a kind of rival to the Creator, Christians are convinced that the triumphs of the human race are a sign of God's grace and the flowering of His own mysterious design [Gaudium et spes: 34].

The relevant fragment of the Orthodox concept seems to profess an almost opposite worldview:

The improvement of the tools and methods of labour, its division into professions and move to more complex forms contributes to better material living standards. However, people's enticement with the achievements of the civilisation moves them away from the Creator and leads to an imaginary triumph of reason seeking to arrange earthly life without God. The realisation of these aspirations in human history has always ended in tragedy [The Basis...: VI. 3: 301–302].

If we also consider the argument about the ‘autonomy of earthly affairs,’ it turns out that a devout Catholic may practically engage in almost any worldly business, moving along according to its inner logic. The situation is entirely different in Orthodoxy. Worldly affairs are justified only in two cases and do not have meaning in and of themselves, nor are they pleasing to God by themselves. Economic activities are morally justifiable only in two cases: self-support and help for one's neighbor. It is meaningless for an Orthodox person to follow the logic and the laws of the sphere in which he works.

## ***B) Meaning of Economy in Pastoral and Popular Orthodox Literature***

If we apply Weber's model to the Orthodox texts, the first thing we will see is that there is no pastoral literature devoted to the economy. There is some literature on individual economic phenomena, but it is rather scarce. As far as specific topics and categories are concerned, the leading category is wealth. Some attention is given to taxes, trade, and entrepreneurship.

<sup>8</sup> Comparison with the Catholic doctrine is introduced here for the sake of better understanding of the Orthodox Church's position. Thus, we neither claim to provide our reader with a full and comprehensive representation of Catholicism nor intend to do so. We are fully aware that it is another labour-intensive task that deserves a separate article. Nevertheless, this brief comparison supported by the vast amount of literature dedicated to the subject is quite sufficient to substantiate the hypothesis that nowadays the ‘obedience / humility’ ethic is common for the Orthodox Church in Russia and unlike the ‘vocation / calling’ ethic that is currently championed in Catholic teachings. For more information please see [Naughton, Rumpza 2004; Chamberlain 2004a, 2004b].



If we make an attempt to move away from specific phenomena and answer two basic ethical questions, “What is the meaning of the economy from the Orthodox point of view?” and “How to pursue economic activities to be saved?,” the best reference to economy as an activity will be *work*. Many pages of pastoral literature are devoted to the phenomenon of work, and we will focus on work in our analysis.

1. In order to assist in salvation, work should be directed not at increase in personal wealth, but at the process of moral perfection.

In no way we intend to challenge the main thesis of business — its ultimate goal is profit. Unprofitable business cannot be properly called business. Yet the fact is that all our actions and choices are being made not only within time, but also within eternity. ... Therefore, an Orthodox businessman must also set the moral purpose for his actions [Volobaev 1997: 60–61].

2. Work should be aimed at helping those who are in need. Helping your neighbor is understood not only as material assistance, but also as giving him the opportunity to work, guidance on the right path, etc.

As a priest, I am convinced that God will bless our endeavors only if we establish moral priorities while making a business plan and thinking about implementation of a business idea, not deviating from the voice of our conscience. “I am establishing a business because I want to help my compatriots. My bakery will produce high-quality inexpensive bread for the residents of the area where I live” [Volobaev 1997: 60–61].

It is possible to notice that work in itself is not considered to be meaningful or worthy. For example, the logic of winning a competition for the sake of victory would be condemned. To do something because of personal inclination is also objectionable. The goals of man as an economic actor should always be directed toward someone else (the best option is ‘the neighbor’). Orthodox authors do not see other versions of purposeful function (goal-oriented rational action).

3. Work should praise God. The result of work is a gift from God, and not a person’s merit. A person who is not thinking primarily about how to praise, glorify, and thank God with his work, in fact, is a thief.

The Lord said this parable: a certain rich man had a good harvest in the field, and he thought within himself, saying, “What shall I do, because I have no room where to bestow my fruits?” This rich man did not raise his eyes to the heavens and did not exclaim joyfully, “Glory to Thee and praise, O Almighty and Merciful God! ... No, instead of remembering the Giver of such gifts, he first is worried about where he would put these gifts and where they would be stored. Like a thief, who, when he finds a purse with money on the road, does not think where this purse came from, or who it belongs to, but is primarily worried about where to hide it! In reality this rich man is a true thief [Velimirovich 2003: 9–14].

4. In doing work, one needs not to put trust in his own powers, but in God. If something does not work out, one should pray to God and ask him for help.

... whatever work or economic activities we conduct on Earth, we need to rely not on our own abilities, but on God [Tulupov 2001: 52–54].

It can be said as a preliminary summary that general ideas in the pastoral and popular literature on the one hand, and in the doctrinal literature on the other hand coincide and show similarities with those authors who had argued for the ‘otherworldliness’ of Orthodoxy. Here, the case is demonstrated with contemporary autho-

ritative Russian Orthodox texts, and not with writings of philosophers or intelligentsia of the nineteenth century. It is worth noting that the topic of salvation is not specifically emphasized when discussing work and economy in the Orthodox texts discussed her.

### *C) Ethical Categories, Embodied in the Practices of the Communities which Emerge around Monasteries*

We should now turn to the analysis of categories which are used by economic actors in their economic practice. Analysis of the author's diary entries made during participant observation suggests that the related categories of obedience and humility are used by economic actors of monastic communities to describe the meaning and importance of specific activities. It is through these categories that the economic practices of the communities which have formed around monasteries are organized. The analysis of the literature on salvation makes it possible to suggest that these categories are transmitted into the world as being suitable for organizing the life of laity. We should describe these categories in some detail.

1. 'Obedience' as a set of tasks. Different categories of monastery inhabitants carry out different kinds of tasks. More 'crude' household tasks are assigned to monastery workers. The work of novices may be partly related to household needs, but in our days it is mostly associated with church care. The 'obediences' of priests and hieromonks are almost always associated with church, daily liturgy, and occasional services.

For giving some idea of possible things to do in a monastery, I may say that, for example, one day I was given an 'obedience' 'to scale fish.' This fish was a 30-kilogram bag of omul which I cleaned all day from seven a.m. until seven p.m. with an hour of lunch break. During my work time, I was visited by the monastery's housekeeper (*ekonom*) once, and we talked for about twenty minutes about prayer, fear of God, and salvation. In principle, the life of all monastery workers is spent this way, only sometimes they work in teams and have a better opportunity to talk to other people (from the diary of the author).

2. Obediences are distributed, assigned, and not chosen. Accordingly, one cannot leave an obedience of his own volition. When leaving an obedience without permission, a person goes against the will of the superior, and therefore against the will of God. This in turn means a departure from his salvation.

In the morning, usually after breakfast, the abbot of the monastery or the housekeeper (less frequently someone else) distributes 'obediences' among the brethren. In this situation an obedience is an activity which should be done by the person to whom it was assigned. Sometimes a newcomer is asked whether he has any special skills, who he is by occupation, and what he is able to do well. In principle, you can express your own preferences to work here or there, and not to work somewhere. It is desirable to somehow explain your wish, but in general, any kind of "I want" is not encouraged in a monastery. People should carry out their obediences at the time assigned to obediences in the daily schedule. You may not leave it without permission (from the diary of the author).

3. Obedience may be (or seem to be for the actor) stupid, pointless, contrary to the normal course of things. It may not enhance the welfare of the monastery or even contradict it. Despite all this, it should be carried out.

There was a conversation in the evening before bedtime. One monastery worker Gena, 35-years old, lively and cheerful,<sup>9</sup> asked another worker: "Sanya, why did you start plastering today — it has not dried yet?"

Sanya: They said to plaster.

<sup>9</sup> Formerly he used to 'retrieve' debts from various businessmen.

Gena: But it will fall off?

Sanya: Well... (he threw up his hands.) Roots up...<sup>10</sup>

Gena: Ok, and what are you gonna do after that?

Sanya: I will build the brick stove, and then will do what they say” (from the diary of the author).

4. Obedience is a special blessing for the worker, not for someone else. The person who carries out obedience, ‘works for God’ and not for another person or himself. He also works not for the welfare of the monastery or for the benefit of others. If we try to formulate the ultimate purpose, he works for his own salvation. In such cases, the welfare of the monastery and the well-being of the neighbor are the means for reaching salvation, and are pleasing in God’s eyes. In other words, all external results are secondary compared to the movement towards salvation, and their absence should not discourage or disorient the person who is seeking salvation.

Today at lunch Father Isaiah in the presence of others rebuked one tough old lady. She was told to go to the fish factory and ask for some fish for the monastery. She said, I am Valentina, would you please help, do you have any extra fish for the monastery? The abbot became angry that she asked not on his behalf, but on her own. I was very surprised — the old lady did something for them, and there was no gratefulness. Isaiah spoke to everyone in such a way as though not he should be grateful to them for working in the monastery for free, but that they should be grateful to him because they have a place where they may save their souls. And when the old lady flared up in response to this, the abbot stopped her and replied quite firmly, “You have no humility; you do everything according to your own will; you seem to be pious, but just pick at you a bit — and everything starts coming out” (from the diary of the author).

5. Obedience is an inner struggle with a demon (with being possessed by laziness or something else). The main means of salvation is humility of spirit. Accordingly, the barriers to work need to be ‘demolished,’ ‘removed,’ rather than avoided and averted. Obstacles are sent by God to strengthen a person in the work of salvation. In this logic actions may often contradict a ‘reasonable’ result-oriented course of action.

After the brothers’ prayers Father Isaiah would distribute obediences. I was sent to whitewash the walls of a monastery building. The morning was foggy and wet. I could see my breath. An hour after I started to work a downpour began. I asked the abbot to wait until the rain ended so the whitewash would not get washed off. The abbot looked at the wall, said that the canopy would be enough to protect the whitewash from being washed off, and did not allow me to leave the obedience. He also added, “The devil (attacks) you with laziness, and you (attack) him with the brush, go” (from the diary of the author).

7. Accordingly, the result of the work becomes irrelevant. The process is important as a ‘form’ for humility.

For several days I bugged the monastery steward Sergius with questions about the meaning of the production and things like that. He avoided me for a long time, postponing the conversation. But the last day I cornered him, and he broke down. “Ivan! Why are you bugging me, God forgive me! Don’t you get it? Lord have mercy! Which production? It’s all fairy tales! Lord gives to us — this is our whole production. We live on a gold mine — in a resort area. We might not produce anything at all. These cows, this garden make no profit. We keep them only for humility” (from the diary of the author).

<sup>10</sup> He means the maxim widespread among the Orthodox, “If you are told to plant something roots up, do that. It will grow thanks to obedience.”

This data indicates that obedience and humility (1) are regarded by the economic actors as a means of salvation, and (2) are used as a means of organizing household practices. It is the obedience-humility connection that becomes the equivalent of Weber's categories of Beruf / success<sup>11</sup> and provides an answer to the research problem of economic ethics in soteriological religions — “how should I engage in economic activities to be saved,” formulated by Weber in his *The Protestant Ethic*. If the economic ethics of Orthodoxy is how we see it, it may better explain the contradiction between the two positions on Orthodoxy outlined above.

The accumulation of wealth in the monasteries, do not fall under the category of social simplification, or mysticism, other-worldliness, but to the ethic of obedience and humility. The Ethics of ‘obedience’ and ‘humility’ in turn should be indifferent to the accumulation of wealth. For a humble person, it does not matter how much wealth was accumulated by someone else — he is not worthy to judge; condemnation is considered to be one of the major sins in Orthodoxy.

#### D) Popular Literature on Salvation

However, we need to verify whether the ethics described are specifically (1) modern or (2) a monastery phenomenon which does not extend beyond monastery communities. In this section, we present a view about the right way to salvation that is commonly heard in modern Russian Orthodoxy. In fact, these texts are in a way the equivalents of the text of Richard Baxter, quoted by Max Weber. We are going to present a modern answer given to lay people, and then juxtapose it with some texts written one hundred and fifty years old (e.g. by Theophanes the Recluse of Vysha [Feofan Zatvornik 1991, 1997] and Ignatius Bryanchaninov [2001a, 2001b]). These texts will be important to our study since modern Orthodox laymen, priests and monks primarily refer to these authors. According to the *Book Chronicle*, these authors have the most frequently republished books in modern Orthodox literature (*Knizhnaya Letopis*).

As an example of the modern view, we may consider a book by Hieromonk Sergius Rybko, entitled *Is Salvation Possible in the Twenty First Century?* [2002]. This text is composed of transcripts of radio broadcasts, designed for a wide audience. Near the beginning of his text, in a chapter entitled “The Great Commandment” Father Sergius advocates a link between obedience on the one hand and the ultimate values of Orthodoxy on the other. It is important to note that the chapter in question was written for people “searching or recently coming to church,” that is, not for religious connoisseurs, but for those post-Soviet neophytes who are searching. This is how this relation is explained:

What is the most important idea of Christianity? You should love the Lord your God with all your heart and with all your soul, with all your strength, and your neighbor as yourself. ... On the one

<sup>11</sup> It is worth noting that Bulgakov in his article “Heroism and Asceticism” that was written under Weber's influence (see Davydov [1998: 137–148] pointed at ‘humility’ and ‘obedience’ as categories that describe ascetic, Christian relation to the world (as opposed to intelligentsia's heroism perceived by him as self-will)). “No word is more unpopular with intelligentsia than humility, and few concepts have been more misunderstood and distorted, or fallen such easy prey to intelligentsia demagoguery. Its hostility to this concept is perhaps the best testimony to the intelligentsia's spiritual nature and betrays its arrogant heroism resting on self-worship. And yet, in the unanimous witness of the Church, humility is the cardinal and fundamental Christian virtue; and even outside of Christianity it is an extremely valuable quality which, at the very least, attests to a high spiritual level. ... True asceticism consists in faithfully fulfilling one's duty, in bearing one's own cross in selfrenunciation (not just outward, but, still more, inward) and leaving all the rest to Providence. In monastic usage there is an excellent expression for this religious and practical idea: obedience. That is the term for any occupation assigned to a monk, whether it be scholarly toil or the coarsest physical labor, as long as it is performed in the name of religious duty. This concept can be extended beyond the walls of the monastery and applied to any work whatsoever. In fulfilling their obligations the doctor and the engineer, the professor and the politician, the factory owner and his worker, can each bear obedience, guided not by personal interest (whether spiritual or material is not of concern) but by conscience, the call of duty. The discipline of obedience, ‘worldly asceticism’ (from the German expression ‘innerweltliche Ashese’), had an enormous influence on the development of the personality in various fields of work in Western Europe, as can still be seen today” [Bulgakov 1994: 35–39].

hand, love is the easiest virtue, because mercy and compassion are inherent to the soul of any human being... And on the other hand, this commandment is the highest, that is the hardest. Why so? What prevents people from loving everyone and everything? Our selfishness, our pride. Selfishness is a proud love, a wrong love of yourself [Rybko 2002: 35–36].

But how should one achieve this love? Let us quote the answer of the author in some detail:

Obviously, we need to somehow get rid of our selfishness, and here we need to learn and understand that only a humble person can really love his neighbor, only a person who is conscious of his own sinfulness, a person who in fact has forgotten about his own interests... He sees his task and his duty in helping... people for the sake of Christ... How can we acquire humility? The easiest and simplest way to acquire humility is through obedience.

— What is obedience?

The person who wants to learn obedience looks for a spiritual guide, a mentor, a spiritual father, and entrusts himself to him for Christ's sake. And he tries not to do anything without asking advice from that man, without his blessing, but if he gets his blessing, to do everything as he is told [Rybko 2002: 37–40].

Once again we should emphasize that the cited work is an example of popular Orthodoxy; it is not the summit of ascetic experience, but is offered to those who are searching and maybe not even Orthodox yet. The book is written by a monk, but not for monks, and the point of view presented in it is not unique. The above thought is repeated in different ways with greater or lesser clarity and precision in various modern editions, or sermons by various authors.<sup>12</sup>

If we review the references given by economic actors in monasteries and references from popular and pastoral literature, we can reasonably assume that the culmination of previously written Russian Orthodox traditions collected at the end of the nineteenth–early twentieth century, and from which the modern Orthodox literature gradually expanded, is represented by the texts of two authors — Theophanes the Recluse of Vysha (1815–1894) and Ignatius Bryanchaninov (1807–1867). This section presents the views of these two authors on salvation in the context of the meaning of the Christian life and other categories. We will start with the works of Ignatius Bryanchaninov. In order to explain his position, we will present excerpts from *The Sermon to the People during the Visit to the Diocese On Salvation* (2001b), a text which was intended not for monks, but for lay people.

Whoever wants to be saved, must belong to the One, Holy Orthodox Church, to be her faithful son, to obey all her precepts. ...Schismatics keep long and hard fasts, spend entire nights in prayer, make numerous prostrations, but alas! They work in vain, because they do not want to humble themselves. ...True humility is from obedience, ... Without obedience to the Church there is no humility; without humility there is no salvation [Bryanchaninov 2001: 453–54].

<sup>12</sup> See, for instance, the text of abbot Savva “The Way to Salvation” that begins with the chapter “On Humility” “The Lord says: learn of me; for I am meek and lowly in heart and ye shall find rest unto your souls [Matthew 11: 29]. Thus, in order to be at peace, one has to achieve humility. How can humility be achieved? According to Abba Dorotheus, if a man begs God for humility, he must be aware that he actually asks Him to send someone who would insult him. Disgrace and reproaches are cures for a proud soul. Thus, when you are being humiliated by somebody, seek to achieve humility from inside — prepare and rear your soul [Savva 2000: 645]. Many popular Orthodox texts are selections of quotations from the Holy Fathers. One example of such a collection about humility was made by the famous Soviet-era Russian priest Father Valentin Mordasov, 1930-1998. — [Mordasov 2010]. His text was republished several times.



Thus, we can see that the beginning of the sermon on salvation preaches about humility and obedience, in particular, obedience to the Church.

The same position can be seen in the writings of Theophanes the Recluse [Feofan Zatvornik 1997]. Theophanes wrote for laymen and was recommended to us in the monasteries as an author for laymen. The answers to the questions of interest for us in the most simple and understandable form are presented in the letters of the saint, for example, in the collection, *Letters on Christian Life*.<sup>13</sup> One of the letters is titled “On How to Be Saved”:<sup>14</sup>

(Christianity is) The image of saving the fallen. The Lord Jesus Christ came into the world to save sinners ... [1 Tim. 1, 15]. ... And how have they [saved people] been saved? In the Church of Christ. Let him live as the Church commands, and be saved... Let us humbly hope for the grace which was brought to us through the revelation of Jesus Christ without doubts and hesitations [Feofan Zatvornik 1997: 123–24].

And this is his interpretation of success, that is, recognition and praise:

You are praised. What is so marvelous about it? It is even very disadvantageous for you. ... Praise tickles the heart, causes zeal to cease, and makes you weak. ... Stopping in the spiritual life is already going backwards. ... You should humble yourself and suppress haughtiness of thought and heart with all sorts of humble feelings about yourself... Desire humiliations and more so unjust humiliations... But do not think of doing anything using your own efforts. Seek the Lord who humbled Himself to the form of a servant [Feofan Zatvornik 1997: 131–32].

The author clearly indicates that salvation is achieved through obedience to the Church and humility. This clearly is a contrast from the Protestant ethic which Weber describes.

The categories described above and the links between them are very similar to those that were found after studying the monasteries and observing the actual practice of economic management by the monastery residents.

## Discussion

Thus, we may say that the observation made in modern monastery communities of the Russian Orthodox Church, and the conclusions drawn from the analysis of dogmatic and pastoral literature of modern Russian Orthodoxy, match descriptions of the practices of pre-revolutionary Orthodoxy, given by scholars such as Weber [1973], Müller-Armack [1981], Dinello [1998], Buss [1989a, 1989b], etc. If current economic practices partly differ from pre-revolutionary practices, they, nevertheless, show the same motivational pattern which is implemented in practice and described by ethics. It can be argued that there is continuity between the modern and the pre-revolutionary Orthodox texts and ideas embedded in them.

We can present this pattern more vividly by comparing it to the pattern described by Max Weber in respect to Calvinist Protestants. According to the Calvinist pattern (as it was depicted by Weber)<sup>15</sup>, the participant

<sup>13</sup> The main texts of this author are *The Path to Salvation* and *The Outline of Christian Moral Teachings* (the *Path* was published as a separate edition, but, in fact, it is the third part of the *Outline*). In general, however, these works repeat the fundamental points of works of St. Ignatius and for this reason will not be considered here.

<sup>14</sup> The titles were given to the *Letters* by their editors.

<sup>15</sup> Strictly speaking, the comparison here is the one between Russian Orthodox Christianity and “Protestantism-as-it-was-depicted-by-M.Weber” (as an ideal type) for “Weber’s essay of 1904–1905 entered the sociological canon. The influence of this

(a Protestant) is completely separated from God: God does not hear him; prayer to God is meaningless. Some people are originally pre-elected to salvation, and this pre-election reveals itself in the worldly life as prosperity and success. The simplest measure of prosperity is external wealth, easily expressed in monetary terms. Respectively, those who thrive in the world will be saved. Further, Weber suggested that every person in such a situation would want to check whether he is pre-elected or not. The way to check this is the attempt to reach prosperity in this life with honest work. If a person is successful, this means that he is elected.

The pattern for motivation of economic activities works quite differently in the religious ethics of Russian Orthodoxy. The participant (an Orthodox Christian) perceives his economic activities not as a means to please God or to attain salvation.

The Orthodox layman who is forced to carry out economic activities, does not consider economy as a means of salvation or pleasing God in the same sense as the Protestant of Weber's description. Faced with the economy or economic (worldly) problems in a situation when decisions have to be made, the Orthodox economic actor seeks the blessing of his spiritual father or the priest with whom he is in contact. The economy does not possess its own intrinsic value on the path to salvation, and the management of economy requires some additional legitimization. An Orthodox Christian in the world palpably encounters God through the Church. He encounters priests, monks, sacraments, and rituals; on the one hand he receives an intermediary for his dialogue with God, and the other hand a visible and tangible means for this. The appeal to God is carried out through a priest, a monk, or a saint (represented by his relics or icon). Moreover, a layman cannot but address God through these means; presently, every Orthodox Christian ought to regularly (and rather frequently) go to confession, take communion, and receive the sacrament of the holy oil. 'Ought to' here has less to do with external enforcement, but with the inner urge towards the corresponding actions and states.

Thus, the Orthodox motivation pattern for economic activity is as follows. For the Orthodox layman, economic activity is not a means to salvation (at least in the same way as for Weber's Protestant). The means to salvation are rather obedience to the Church or participation in Church life. The semantic core of the pattern of such practices is represented by the ethical categories of humility and obedience. It is these categories that describe the role of the mediator (the Church) in this pattern and the ideal nature of communication. Without this kind of relationship such a pattern could not have emerged. Yet, economic activity in this pattern takes up a very small space. To put it simply: for an Orthodox Christian, 'good action' in the economy (or his 'utility function') is action which aids his humility and obedience, not that which aids his success.

## Conclusion

Returning to the beginning of the article, we may reasonably assume that a specific ethos of behavior in the world, leading to salvation, has developed in Orthodoxy. However, it is not so much described as mystical and magical, not as a way of isolation from the world, but as action in the world according to obedience (and not vocation as for Weber's Protestant) in the search for humility, and not for success.<sup>16</sup> Repeating Weber's

---

model is by no means restricted to sociology and social theory but has penetrated the teaching of history in many parts of the world. Weber's archetypal Protestant is taken to be the ideal of a 'modern' citizen, who has no need of priests, sacraments and material encumbrances of any sort to communicate with the deity" [Hann 2011: 10]. Here we would like only to depict Russian Orthodoxy more clearly. Our thesis is not about Protestantism.

Of course, there is a difference between "The Westminster confession of Faith" [Weber 1992: 57] and for example "The Confession of 1967" [The Constitution 1983: 252–262] but the comparison between contemporary Orthodox believers and contemporary Presbyterians is not the task of this article.

<sup>16</sup> It may be claimed that reform impulse that affected Western Christianity led it in the direction of 'vocation/calling' ethics and its recognition. Apparently, the 'obedience/humility' ethics was not completely foreign to Catholicism, nor was it to Protestantism (at the very least to its early forms) (to see more about Catholicism please see [Asad 1997]). As for Calvinism, Gorski wrote that "Justification, according to Calvin, was the process through which by [God's] Spirit we are regenerated into a new spiritual

logic of argument step by step, we may conclude that the specific character of Orthodoxy is that it regards not vocation or professional activities as a means to salvation, but obedience and humility in relation to a (spiritually) more experienced person or a person at a higher place in the hierarchy. In turn this can be assumed to be selectively more in tune with hierarchical and distributive models of economic organization, rather than for example, the market type of organization [Zabaev 2009]. The connection between theology and secular economic activity will be more fully addressed in a future article.

## Acknowledgements

The article was prepared in course of the project funded by RHF “Economic Ethics of the Orthodox Laity in Modern Russia. Sociological Analysis” (№14-33-01031). The field work in the year 2004 was financed by the *Institute of Civic Analysis*.

This article continues previous work by this author [Zabaev 2007a, 2007b, 2012]. A continuation of this topic will appear in the next issue of the Journal of Economic Sociology.

The author would like to thank G. Giordan (Università di Padova), A. Bruening (Radboud University Nijmegen), J. Burgess (Pittsburgh Theological Seminary), S. B. Spencer (HSE), Y. Kozmina (HSE), J. Koloshenko (Moscow School of Social and Economic Sciences) for their commentaries on different versions of the paper.

## References

- Alaoui L., Sandroni A. (2013) *Predestination and the Protestant Ethic*. Barcelona GSE Working Paper Series, no 679. Available at: [http://www.barcelonagse.eu/sites/default/files/working\\_paper\\_pdfs/679.pdf](http://www.barcelonagse.eu/sites/default/files/working_paper_pdfs/679.pdf) (accessed 27 September 2015).
- Asad T. (1987) On Ritual and Discipline in Medieval Christian Monasticism. *Economic and Society*, vol. 16, no 2, pp. 159–203.
- Becker S. O., Woessmann L. (2007) Was Weber Wrong? A Human Capital Theory of Protestant Economic History. IZA Discussion Paper Series, no 2886. Available at <http://ftp.iza.org/dp2886.pdf> (accessed 27 September 2015).
- Bellah R. (1985) *Tokugawa Religion: The Cultural Roots of Modern Japan*, New York City, NY: Free Press.
- Budovnits I. U. (1966) *Monastyri na Rusi i bor'ba s nimi krest'yan v XIV–XVI vv.* [Monasteries in Russia and the Struggle of Peasants with Them in the 14th–16th Centuries], Moscow: Nauka (in Russian).
- Bulgakov S. (1994) Heroism and Ascetism. Reflections on the Religious Nature of the Russian Intelligentsia. *Vekhi* [Landmarks] (ed. S. Schlacks), New York: ME Sharpe, pp. 17–49.

---

nature' [Spitz 1985: 116], able to live in perfect obedience to God's law as revealed in the Bible. Growing faith, Calvin believed, was manifested in the attainment of 'voluntary' and 'inward' obedience [Little 1969: 41, 46]. One might then say that Calvinistic 'this-worldly asceticism' consisted not only of a 'work ethic' but also of an ethic of self-discipline. In order to maintain self-discipline, the Calvinists employed a wide variety of techniques, many of them derived from long-standing monastic practices" [Gorski 1993: 273].

Nevertheless it should be highlighted that present-day Orthodox Christianity is still the biggest Christian confession that did not undergo any more or less significant modernization. And, if the thesis is correct, 'obedience/humility' ethics turns out to be a distinct characteristic of Orthodox Christianity (on the subject of a "Orthodoxy and modernization" polemics please refer to [Makrides 2005, Makrides 2012]).

- Buss A. (1989a) The Economic Ethics of Russian-Orthodox Christianity: Part I. *International Sociology*, vol. 4, pp. 235–258.
- Buss A. (1989b) The Economic Ethics of Russian-Orthodox Christianity: Part II — Russian Old Believers and Sects. *International Sociology*, vol. 4, pp. 447–472.
- Chamberlain G. (2004a) *Protestant and Catholic Meanings of Vocation: Is Business a True Vocation?* Business as a Calling: Interdisciplinary Essays on the Meaning of Business from the Catholic Social Tradition (eds. M. J. Naughton, S. Rumpza). St. Paul: John A. Ryan Institute. Available at: <http://www.stthomas.edu/cathstudies/cst/research/publications/business-calling/> (accessed 19 September 2015).
- Chamberlain G. (2004b) The Evolution of Business as a Christian Calling. *Review of Business*, vol. 25, no 1 (Winter), pp. 27–36.
- Davydov Y. N. (1998) *Max Weber i sovremennaya teoreticheskaya sotsiologiya* [Max Weber and Modern Theoretical Sociology], Moscow: Martis (in Russian).
- Dinello N. (1998) Russian Religious Rejections of Money and Homo Economicus: The Self-Identifications of the “Pioneers of a Money Economy” in Post-Soviet Russia. *Sociology of Religion*, vol. 59, no 1, pp. 45–64.
- Eisenstadt S. N. (ed.) (1968). *The Protestant Ethic and Modernization. A Comparative View*. New York: Basic Books.
- Elbakyan E. S., Medvedko S. V. (2001) *Khozyaystvenno-ekonomicheskaya deyatel'nost' russkoy pravoslavnoy tserkvi teoreticheskiy i prakticheskiy aspekty* [Economic Activity of the Russian Orthodox Church Theoretical and Practical Aspects], Moscow: Knizhnyy dom “Universitet” (in Russian).
- Evans G., Northmore-Ball K. (2012) The Limits of Secularization? The Resurgence of Orthodoxy in Post-Soviet Russia. *Journal for the Scientific Study of Religion*, vol. 51, no 4, pp. 795–808.
- Feofan Zatvornik, Bishop (1991) *Chto est' dukhovnaya zhizn' i kak na nee nastroit'sya*. [What is Spiritual Life and How to Be Attuned to It], Leningrad: Sobornyy razum (in Russian).
- Feofan Zatvornik, Bishop (1997) *Pis'ma o khristianskoy zhizni. Poucheniya*. [Letters about Christian Life. Sermons], Moscow: Pravilo very (in Russian).
- Gaudium et spes... (1965) *Pastoral Constitution on the Church in the Modern World Gaudium at spes, Promulgated by His Holiness Pope Paul VI on December 7 1965*. Available at: [http://www.vatican.va/archive/hist\\_councils/ii\\_vatican\\_council/documents/vat-ii\\_const\\_19651207\\_gaudium-et-spes\\_en.html](http://www.vatican.va/archive/hist_councils/ii_vatican_council/documents/vat-ii_const_19651207_gaudium-et-spes_en.html) (accessed 6 July 2014).
- Gooren H. P. P. (2001) *Rich Among the Poor: Church, Firm, and Household Among Small-Scale Entrepreneurs in Guatemala City*. Latin America Series, no 13, Amsterdam: Thela.
- Gorski Ph. (1993) The Protestant Ethic Revisited: Disciplinary Revolution and State Formation in Holland and Prussia. *American Journal of Sociology*, vol. 99, no 2 (September), pp. 265–316.

- Hann C. (2011) Eastern Christianity and Western Social Theory. *Erfurter Vorträge zur Kulturgeschichte des Orthodoxen Christentums*, vol. 10. Erfurt: University of Erfurt. Available: [http://www.uni-erfurt.de/fileadmin/user-docs/Orthodoxes\\_Christentum/Mitarbeiter/ERFURTER%20VORTR%C3%84GE%20Hann.pdf](http://www.uni-erfurt.de/fileadmin/user-docs/Orthodoxes_Christentum/Mitarbeiter/ERFURTER%20VORTR%C3%84GE%20Hann.pdf) (accessed 19 August 2015).
- Ignatij Bryanchaninov, Mitropolitan (2001) Slovo o spasenii i o khristianskom sovershenstve [Word on Salvation and Christian Perfection]. *Sobranie sochineniy svyatitelya Ignatiya Bryanchaninova* [Writings of Saint Ignatius Bryanchaninov], vol. 4, Moscow: Blagovest' (in Russian).
- Ignatij Bryanchaninov, Mitropolitan (2001) Pouchenie k prostomu narodu pri poseshchenii eparkhii. O spasenii [Sermon to the People during the Visit to the Diocese. On Salvation]. *Sobranie sochineniy svyatitelya Ignatiya Bryanchaninova* [Writings of Saint Ignatius Bryanchaninov], vol. 4, Moscow: Blagovest' (in Russian).
- Kääriäinen K., Furman D. (2000) Religioznost' v Rossii v 90-e gody [Religiosity in Russia in 1990s]. *Starye tserkvi, novye veruyushchie: Religiya v massovom soznanii postsovetskoy Rossii* [Old Churches, New Believers: Religion in Mass Consciousness of the Post-Soviet Russia] (eds. K. Kaariainen, D. Furman), St. Petersburg; Moscow: Letniy sad (in Russian).
- Kapp K. W. (1963) *Hindu Culture, Economic Development and Economic Planning in India: A Collection of Essays*, Bombay: Asia Publishing House.
- Kalberg S. (2011) Introduction to *The Protestant Ethic*. Weber M. *The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism*. The Revised 1920 Edition (trans., intro. S. Kalberg), New York: Oxford University Press, 8–66.
- Kharkhordin O. (2002) *Oblichat' i litsemerit'. Genealogiya rossiyskoy lichnosti* [Rebuke and Hypocrisy. Genealogy of the Russian Identity], St Petersburg: European University at St. Petersburg.
- Kholodkov V. (1993) Pravoslavnye traditsii v rossiyskom zemlevladienii [Orthodox Traditions in Russian Landownership]. *Voprosy ekonomiki*, vol. 8, pp. 97–105 (in Russian).
- Klyuchevskiy V. O. (1993) *Russkaya istoriya. Polnyy kurs lektsiy v trekh knigakh*. [Russian History. Complete Lecture Course in Three Books], Moscow: Mysl' (in Russian).
- Knizhnaya letopis'* [Book Chronicle]. Annual of the Russian Book Chamber (in Russian).
- Koval' T. B. (1994) Pravoslavnyaya etika truda [Orthodox Ethics of Labor], *Mir Rossii*, vol. 3, no 2, pp. 54–96 (in Russian).
- Lehmann H., Roth G. (1995) *Weber's Protestant Ethic: Origins, Evidence, Contexts*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Little R. (1969) *Religion, Order, and Law*, Chicago: University of Chicago Press.
- Luckmann T. (1996). *Die Unsichtbare Religion*. Frankfurt am Main: Suhrkamp, pp. 164–183.
- Makrides V. N. (2005) Orthodox Christianity, Rationalization, Modernization: A Reassessment. *Eastern Orthodoxy in a Global Age. Tradition Faces the Twenty-first Century* (eds. V. Roudometof, A. Agadjanian, J. Pankhurst), Walnut Creek: Altamira Press, pp. 179–209.



- Makrides V. N. (2012) Orthodox Christianity, Modernity and Postmodernity: Overview, Analysis and Assessment. *Religion, State and Society*, vol. 40, no 3–4, pp. 248–285.
- Marshall G. (1982) *In Search of the Spirit of Capitalism: An Essay on Max Weber's Protestant Ethic Thesis*. London: Hutchinson.
- Martin D. (1993) *Tongues of Fire: The Explosion of Protestantism in Latin America*, London: Basil Blackwell.
- Martin B. (1998). From Pre-to Postmodernity in Latin America: The Case of Pentecostalism. *Religion, Modernity and Postmodernity* (eds. P. Heelas, D. Martin, P. Morris), Oxford: Blackwell, pp.102–46.
- Milyutin V. (1862) *O nedvizhimykh imushchestvakh dukhovenstva v Rossii* [On Immovable Property of the Clergy in Russia], St. Petersburg (in Russian).
- Mills C. W. (1940) Situated Actions and Vocabularies of Motive. *American Sociological Review*, vol. 5, no 6, pp. 904–913.
- Moans G. (1969) The Role of Islam in the Political Development of Malaysia. *Comparative Politics*, no 1, pp. 264–284.
- Monasteries (2001) *Monasteri Russkoy Pravoslavnoy Tserkvi. Spravochnik-putevoditel'* [Monasteries of the Russian Orthodox Church. A Guidebook], Moscow: Izdatel'stvo Moskovskoj Patriarkhii (in Russian).
- Mordasov V., Priest (2010) *O zlykh koznyakh vraga spaseniya i kak protivostoyat' im ili dukhovnaya bitva s vragom spaseniya* [About the Evil Intrigues of the Enemy of Salvation and How to Withstand to Them or Spiritual Battle with the Enemy of Salvation], Moscow: Blagovest.
- Müller-Armack A. (1981) Zur Religionssoziologie des europäischen Ostens. *Religion und Wirtschaft: geistesgeschichtliche Hintergründe unserer europäischen Lebensform*, Bern; Stuttgart: P. Haupt.
- Naughton M. J., Rumpza S. (eds.) (2004) *Business as a Calling: Interdisciplinary Essays on the Meaning of Business from the Catholic Social Tradition*. St. Paul: John A. Ryan Institute. Available at: <http://www.stthomas.edu/cathstudies/cst/research/publications/business-calling/> (accessed 19 September 2015).
- Nelson B. (1973). Weber's Protestant Ethic: Its Origins, Wanderings, and Foreseeable Futures. *Beyond the Classics* (eds. C. Glock, P. Hammond), New York: Harper & Row, pp. 71–130.
- Robertson H. M. (1933) *Aspects of the Rise of Economic Individualism: A Criticism of Max Weber and His School*, Cambridge: University Press.
- Rostislavov D. I. (1866) *O pravoslavnom belom i chernom dukhovenstve v Rossii* [On Orthodox Secular and Monastic Clergy in Russia], Leipzig: Franz Wagner (in Russian).
- Rybko S., Hieromonk (2002) *Vozmozhno li spasenie v XXI veke?* [Is Salvation Possible in the 21st Century?], Moscow: Izdatelstvo imeni svyatitelya Ignatiya Stavropol'skogo (in Russian).
- Samuelson K. (1964) *Religion and Economic Action. A Critique of Max Weber* (trans. E. G. French, ed. and intro. D. C. Coleman), New York, Evanston: Harper & Row.

- Sarachandra E. (1965) Traditional Values and the Modernization of a Buddhist Society: The Case of Ceylon. *Religion and Progress in Modern Asia* (ed. R. Bellah), New York: The Free Press, pp. 109–123.
- Sarkisyanz M. (2013) *Buddhist Backgrounds of the Burmese Revolution*. Heidelberg: Springer.
- Savich A. A. (1929) *Vklady i vkladchiki v severnorusskikh monastyryakh XV–XVII vekov* [Donations and Donors in Northern Russian Monasteries of the 15th–17th Centuries], Perm (in Russian).
- Savva, Abbot (2000) *Opyt postroeniya istinnogo mirosozertsaniya* [Towards the Elaboration of the Veritable World Vision], Moscow. Palomnik.
- Schluchter W., Graf F. W. (eds) (2005) *Asketischer Protestantismus und der "Geist" des modernen Kapitalismus: Max Weber und Ernst Troeltsch*. Tübingen: Mohr Siebeck (in German).
- Shkaratan O. I., Karacharovskiy V. V. (2002) Russkaya trudovaya i upravlencheskaya kul'tura. Opyt issledovaniya v kontekste perspektiv ekonomicheskogo razvitiya. [Russian Labor and Management Culture. A Study in the Context of Perspectives of Economical Development]. *Mir Rossii*, vol. 11, no 1, pp. 3–56 (in Russian).
- Singer M. (1956) Cultural Values in India's Economic Development. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, vol. 305, no 1, pp. 81–91.
- Snegovaya M. (2011) *Vliyanie konfessional'noy prinalozhnosti na sotsial'no-ekonomicheskie predpochteniya i povedenie religioznykh respondentov na primere Ukrainy* [Influence of Confessional Affiliation on the Preferences and Behaviors of Religious Respondents the Example of the Ukraine], Moscow (in Russian).
- Spitz L. (1985) *The Protestant Reformation, 1517–1559*, New York: Harper & Row.
- Swatos W. H., Kaelber L. (eds) (2005) *The Protestant Ethic Turns 100: Essays on the Centenary of the Weber Thesis*. Boulder, CO: Paradigm Publishers.
- Tamari M. (1987) *With All Your Possessions: Jewish Ethics and Economic Life*, New York: The Free Press.
- The Basis... (2002) Osnovy sotsial'noy kontseptsii Russkoy pravoslavnoy tserkvi [The Basis of the Social Concept of the Russian Orthodox Church]. *O sotsial'noy konptseptsii russkogo pravoslaviya* [On Social Concept of the Russian Orthodoxy] (ed. M. P. Mchedlov), Moscow: Respublika, pp. 250–393. Available at: <https://mospat.ru/en/documents/social-concepts/> (accessed 6 July 2014) (in Russian).
- The Constitution of the Presbyterian Church (USA). (1983) Part I. The Book of Confessions. Office of the General Assembly.
- Tulupov V. (2001) *Bozhiey pazhiti ovtsy: zapiski svyashchennika* [Sheeps of God's Pasture: The Notes of a Priest], Moscow: Russkiy khronograf (in Russian).
- Velimirovich, Episkop Nikolay (2003) *O vorovstve i nepravednom bogatstve: Tolkovanie vos'moy i desyatoy zapovedey Bozhiikh* [On Stealing and Unrighteous Wealth. Explanation of the Eighth and Tenth God's Commandments], Moscow: Kovcheg (in Russian).

- Volobaev A. (1997) *Kak vyzhit' pravoslavnomu predprinimatel'yu v sovremennom rossiyskom biznese. Tsel' i metod* [How an Orthodox Businessman can Survive in Modern Russian Business. Goal and Method], Moscow: Izdatel'stvo pravoslavnogo bratstva Svyatitelya Filareta Mitropolita Moskovskogo (in Russian).
- Weber M. (1992) *The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism* (trans. T. Parsons, intro. A. Giddens), London: Routledge.
- Weber M. et al. (1973) *Max Weber on Church, Sect, and Mysticism* (ed. B. Nelson). *Sociological Analysis*, vol. 34, no 2, pp. 140–149.
- Zabaev I. (2007a) Osnovnye kategorii hozyaystvennoy etiki sovremennogo russkogo pravoslaviya (Postanovka problemy. Veberovskaya traditsiya i obekt issledovaniya) [Basic Categories of the Russian Orthodox Church's Economic Ethics. (Toward the Research Problem. A Weberian Perspective and an Object for Research)]. *Sotsial'naya real'nost'*, vol. 9, pp. 5–26 (in Russian).
- Zabaev I. (2007b) Osnovnye kategorii hozyaystvennoy etiki sovremennogo russkogo pravoslaviya (Okonchanie. Nachalo sm.: *Sotsial'naya real'nost'*, 2007, no 9) [Basic Categories of the Russian Orthodox Church's Economic Ethics (The Second Part. The first part was published in *Sotsial'naya real'nost'*, 2007, no 9)]. *Sotsial'naya real'nost'*, vol. 10, pp. 36–62 (in Russian).
- Zabaev I. (2009) The Orthodox Ethics and the Spirit of Socialism Supporting the Hypothesis. *Russian Polity. The Russian Political Science Yearbook*. Available at <http://www.russianpolity.ru/content6/> (accessed 7 June 2014).
- Zabaev I. (2012) *Osnovnye kategorii hozyaystvennoy etiki sovremennogo russkogo Pravoslaviya: Sociologicheskiy analiz* [Basic Categories of the Russian Orthodox Church's Economic Ethics. A Sociological Analysis], Moscow: Izdatel'stvo PSTGU (in Russian).
- Zarubina N. N. (2001) “Pravoslavnyy predprinimatel' v zerkale russkoy kul'tury” [Orthodox Entrepreneur in the Mirror of Russian Culture], *Obshchestvennye nauki i sovremennost'*, no 5, pp. 100–112 (in Russian).
- Zimin A. A. (1977) *Krupnaya feodal'naya votchina i sotsial'no-politicheskaya bor'ba v Rossii konets XV–XVI v.* [Large Feodal Estate and Social-Political Struggle in Russia Late 15th–16th Century], Moscow: Nauka (in Russian).
- Zyryanov P. N. (1999) *Russkie monastyri i monashestvo v XIX i nachale XX veka.* [Russian Monasteries and Monasticism in the 19th and Early 20th Century], Moscow: OOO TID “Russkoe slovo” (in Russian).

**Received:** August 20, 2015

**Citation:** Zabaev I. (2015) The Economic Ethics of Contemporary Russian Orthodox Christianity: A Weberian Perspective. *Journal of Economic Sociology = Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 16, no 4, pp. 148–168. Available at <http://ecsoc.hse.ru/2015-16-4.html> (in English).

**Экономическая  
социология**  
Т. 16. № 3.  
Май 2015

Электронный журнал  
[www.ecsoc.msses.ru](http://www.ecsoc.msses.ru)  
[www.ecsoc.hse.ru](http://www.ecsoc.hse.ru)

ISSN 1726-3247

#### **Адрес редакции**

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



**Journal of  
Economic Sociology**  
Vol. 16. No 4.  
September 2015

Electronic journal  
[www.ecsoc.msses.ru](http://www.ecsoc.msses.ru)  
[www.ecsoc.hse.ru](http://www.ecsoc.hse.ru)

ISSN 1726-3247

#### **Contacts**

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

---

### **Доступ к журналу**

- Доступ ко всем номерам журнала — постоянный, свободный и бесплатный.
- Каждый номер содержится в едином файле (10–12 п. л. в PDF).
- Если хотите, чтобы Вас оповещали о выходе очередного номера, пожалуйста, заполните форму подписки: <https://www.hse.ru/expresspolls/poll/23725626.html>.

---

### **Open access policy**

- All issues of the Journal of Economic Sociology are always open and free access
- Each entire issue is downloadable as a single PDF file
- If you wish to receive notification when new issues are published, please fill out the following form: <https://www.hse.ru/expresspolls/poll/23725626.html>