

Том 9. № 1. Январь 2008

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



# ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СОЦИОЛОГИЯ

ISSN 1726-3247

Читайте в номере:

**Интервью с Андреем Здравомысловым:** “Меня никогда не интересовало коллективное производство идей”

**Радаев В.** Современные экономико-социологические концепции рынка

**Шевчук А.** Самозанятость в информационной экономике: основные типы и понятия

**Дор Р.** Различия японской и англосаксонской моделей капитализма



Журнал выходит пять раз в год:

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

Учредители:

- ГУ ВШЭ
- В.В. Радаев



## Редакция



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

E-mail: [radaev@hse.ru](mailto:radaev@hse.ru)



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

E-mail: [mdobryakova@hse.ru](mailto:mdobryakova@hse.ru)

## Редакционный совет

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

# Содержание

|                                                                                                                                                               |     |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Вступительное слово главного редактора .....                                                                                                                  | 5   |
| <b>Интервью</b>                                                                                                                                               |     |
| <i>Андрей Здравомыслов</i>                                                                                                                                    |     |
| «Меня никогда не интересовало коллективное производство идей» .....                                                                                           | 8   |
| <b>Новые тексты</b>                                                                                                                                           |     |
| <i>В.В. Радаев</i>                                                                                                                                            |     |
| Современные экономико-социологические концепции рынка.....                                                                                                    | 20  |
| <i>А.В. Шевчук</i>                                                                                                                                            |     |
| Самозанятость в информационной экономике: основные типы и понятия .....                                                                                       | 51  |
| <b>Новые переводы</b>                                                                                                                                         |     |
| <i>Р. Дор</i>                                                                                                                                                 |     |
| Различия японской и англо-саксонской моделей капитализма .....                                                                                                | 65  |
| <b>Взгляд из регионов</b>                                                                                                                                     |     |
| <i>Е.Н. Фетисова</i>                                                                                                                                          |     |
| Женская трудовая миграция как фактор социального преобразования (опыт качественного исследования) .....                                                       | 79  |
| <b>Дебютные работы</b>                                                                                                                                        |     |
| <i>В.В. Вязникова</i>                                                                                                                                         |     |
| Особенности трудовых взаимоотношений между российскими IT-фрилансерами и заказчиками их услуг .....                                                           | 88  |
| <b>Профессиональные обзоры</b>                                                                                                                                |     |
| <i>Е.А. Аникаева</i>                                                                                                                                          |     |
| Основные подходы к исследованию денег в социологии .....                                                                                                      | 114 |
| <b>Новые книги</b>                                                                                                                                            |     |
| <i>С.Ю. Барсукова</i>                                                                                                                                         |     |
| Разговор про «тень», не наводя тень на плетень... Рецензия на книгу: Латов Ю. В., Ковалев С. Н. Теневая экономика: Учебное пособие для вузов (М., 2006) ..... | 125 |
| <i>Е.С. Александрова</i>                                                                                                                                      |     |
| В гостях у Флориды: размышления над книгой «Креативный класс: люди, которые меняют будущее» (М., 2007) .....                                                  | 132 |
| <b>Исследовательские проекты</b>                                                                                                                              |     |
| Судебная система в России: единство формального и неформального порядка (рук. С.Ю. Барсукова) .....                                                           | 139 |

### **Учебные программы**

*В.В. Радаев*

Социология рынков: методика подготовки и обсуждения кейсов ..... 142

### **Конференции**

Всероссийский социологический форум (21–24 октября 2008 г., ГУ–ВШЭ) ..... 146

Вторая Летняя школа Лаборатории «Институциональный анализ экономических реформ» (3–9 июля 2008 г.) ..... 147

## VR Вступительное слово главного редактора

И вновь мы рады анонсировать нашу новую книгу переводов:

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

Книга продолжает тему современной классики в мировой экономической социологии. Иными словами, все переведенные работы были опубликованы в оригинале в 1990–2000-е годы. Они либо относятся к числу наиболее широко цитируемых статей из ведущих социологических журналов, либо публиковались ведущими авторами в наиболее известных сборниках по экономической социологии в начале текущего десятилетия. При этом основная часть текстов подбиралась таким образом, чтобы сочетать теоретические выкладки и результаты эмпирических изысканий. Перечень исследуемых рынков весьма широк: это автомобильная и швейная промышленность, финансовые рынки и рынок медицинских услуг, рекламная индустрия и рынок модной фотографии. Отдельную тему представляет влияние государства на развитие современных рынков.

Следует сказать и о специфике организации работы по переводу отобранных текстов. В начале 2006 г. в рамках Лаборатории экономико-социологических исследований ГУ–ВШЭ появился новый проект – «Школа переводчиков». Лучшие магистры и аспиранты кафедры экономической социологии, работающие в качестве сотрудников Лаборатории, выбирали приглянувшиеся им статьи из запланированной структуры сборника и подготавливали пробные переводы нескольких страниц. Если проба признавалась успешной (что случалось не всегда), делался перевод всего текста, который затем редактировался профессиональным переводчиком и ответственным редактором (М.С. Добрякова), научным редактором (В.В. Радаев) и стилистическим редактором (К.М. Канюк). В результате появились дебютные переводы Е.С. Александровой, Н.В. Андрияшина, Е.Б. Головляничиной, З.В. Котельниковой, А.А. Куракина, Ю.Р. Муратовой, А.В. Шевчука. Мы поздравляем наших коллег, которые успешно справились с весьма непростой задачей.

Теперь о новом январском номере.

В рубрике «**Интервью**» – очередная беседа из серии «*Поколение учителей*». На этот раз нас ожидает встреча с профессором *Андреем Григорьевичем Здравомысловым*. Он рассказывает, как вместе с В.А. Ядовым они проводили легендарное исследование, воплотившееся в книге «Человек и его работа». Мы узнаем, как делались первые переводы на русский язык социологической классики. И каково было в советское время работать в таких специфических организациях, как Институт марксизма-ленинизма при ЦК КПСС и Ленинградская Высшая партийная школа, не теряя своей творческой самостоятельности.

В рубрике «**Новые тексты**» мы вновь привлекаем ваше внимание к только что вышедшему сборнику переводов «Анализ рынков». Переводы предваряются новой большой работой *В.В. Радаева*, характеризующей основные подходы в современной социологии рынков. По сравнению с прежними обзорами, число этих подходов расширилось, появились новые выводы.

Второй текст написан *А.В. Шевчуком* (ГУ–ВШЭ). В нем анализируются разные категории самозанятых. Основное же внимание концентрируется на растущей группе фрилансеров, которые не просто работают вне организаций, но обладают высоким уровнем независимости и автономии в трудовой деятельности, достигаемым благодаря работе с широким кругом клиентов (заказчиков).

В рубрике **«Новые переводы»** публикуется перевод работы Р. Дора (Лондонская школа экономики и политических наук, Великобритания), которого мы вправе назвать патриархом сравнительных экономико-социологических исследований. Его вышедшая еще в 1973 г. книга «Британская фабрика – японская фабрика» стала своего рода каноном для изучения сравнительных трудовых отношений. Автор продолжает тему множественности моделей современного капитализма, которая обрела особую популярность в 1990–2000-е годы как антитеза абстрактным рассуждениям о всеобщей глобализации. Статья представляет собой сравнительный анализ англосаксонской и японской моделей организации фирмы и ее позиционирования на рынке. Здесь сталкиваются взгляд на фирму как преимущественно собственническую структуру и подход к фирме как единому сообществу, деятельность которого в свою очередь может быть подчинена интересам менеджеров или интересам работников.

Насколько нам известно, это первый перевод Р. Дора на русский язык. Переводчиком данного текста выступил *А.В. Шевчук*, для которого этот перевод является дебютом.

В рубрике **«Взгляд из регионов»** у нас гостя из далекого университета с экзотическим названием ТОГУ (Тихоокеанский государственный университет, г. Хабаровск). В статье *Е.Н. Фетисовой* рассказывается о весьма специфической части трудовой миграции, связанной с проституцией, и о том, какой социальный опыт приобретают российские женщины, работавшие в ночных клубах Северо-Восточной Азии.

В рубрике **«Дебюты»** публикуется дипломная работа студентки факультета социологии ГУ–ВШЭ *В.В. Вязниковой* «Особенности трудовых взаимоотношений между российскими IT-фрилансерами и заказчиками их услуг». Тем самым мы продолжаем тему фрилансеров, начатую в рубрике «Новые тексты».

В разделе **«Профессиональные обзоры»** мы публикуем обзор *Е.А. Аникаевой*, посвященный проблематике социологии денег. В нем рассматривается широкий спектр социологических подходов – от классиков (К. Маркса, М. Вебера, Г. Зиммеля) до современных авторов (В. Зелизер, Н. Додда, Дж. Ингэма).

В рубрике **«Новые книги»** – рецензия *С.Ю. Барсуковой* на новое учебное пособие Ю.В. Латова и С.Н. Ковалева «Теневая экономика» (М., 2006). Книга характеризуется как весьма обстоятельное реферативное изложение позиций основных авторов (экономистов и социологов) по этой теме.

Кроме этого, вы найдете рецензию на перевод книги *Ричарда Флориды* (университет Торонто, Канада) «Креативный класс: люди, которые меняют будущее» (М., 2007). Перед нами еще одна попытка возродить концепцию класса, вдохнув в нее новую жизнь. Выделяется особый креативный класс, отличительная особенность которого заключается в том, что его представители заняты работой, сопряженной с созданием значимых новых форм. Рецензия подготовлена *Е.С. Александровой*.

В рубрике **«Исследовательские проекты»** мы знакомим коллег с только что начавшимся проектом «Судебная система в России: единство формального и неформального порядка» (при поддержке РФФИ). Руководитель проекта – *С.Ю. Барсукова*. Срок выполнения – 2008–2010 гг. Важность реформирования судебной сферы сегодня понимают буквально все. Задача проекта – изучить стратегии поведения субъектов в этой сфере, проанализировать формирующийся симбиоз формальных судебных норм и неформальных практик в процессе реализации многочисленных переплетающихся интересов.

В рубрике **«Учебные программы»** мы делимся опытом организации семинарских занятий в виде подготовки и обсуждения кейсов в рамках учебной дисциплины «Социология рынков». Дисциплина читается в магистерской программе «Прикладные методы социального анализа

рынков» на факультете социологии ГУ–ВШЭ. Методический материал содержит общие требования к написанию кейсов по сегментам рынков и их предполагаемую структуру.

Наконец, в рубрике «**Конференции**» мы объявляем о том, что 21–24 октября 2008 г. организуется третий Всероссийский конгресс по социологии (он будет называться «Всероссийский социологический форум»). По просьбе Российского общества социологов он пройдет в Высшей школе экономики. Мы будем регулярно информировать вас о нем на создаваемом в ГУ–ВШЭ специальном сайте.

Мы также размещаем информацию о Летней школе Лаборатории «Институциональный анализ экономических реформ» ГУ–ВШЭ, которая пройдет в 3–9 июля 2008 г. в Подмосковье. Заявки принимаются до 1 апреля 2008 г.

Наконец, мы приглашаем к участию в ежегодном конкурсе работ журнала «Экономическая социология». Традиционно – две номинации: «Дебютные работы» и «Взгляд из регионов». Дерзайте!

\* \* \*

Мы надеемся, что новогодние праздники позволили немного отдохнуть и поднять настроение. Пусть это настроение продлится подольше.

## ИНТЕРВЬЮ

# АНДРЕЙ ЗДРАВОМЫСЛОВ: «Меня никогда не интересовало коллективное производство идей»

Июнь 2007



### ЗДРАВОМЫСЛОВ Андрей

Григорьевич – д. филос. н., профессор кафедры общей социологии ГУ-ВШЭ, главный научный сотрудник ИКСИ РАН.

Email: [azdravom@mtu-net.ru](mailto:azdravom@mtu-net.ru)

– Андрей Григорьевич, мы понимаем, что экономическая социология появилась, конечно же, не в годы перестройки и даже не в 1980-е годы. Очень многое было сделано еще в советский период. Вы участвовали в этой работе – сначала в Ленинграде, затем в Москве, поэтому я хотел бы спросить: что наиболее важного происходило в советский период с точки зрения становления будущей (нынешней) экономической социологии?

– В годы, когда мы начинали социологическую деятельность, четкой дифференциации между направлениями социологии у нас, конечно, не было. Выбиралась тема, имеющая социологический смысл, и в рамках этой темы рассматривались вопросы, связанные с экономическими отношениями, интерпретациями, реинтерпретациями и т.д.

– А как же социология труда? Разве она возникла позже?

– Наше первое социологическое исследование – книга «Человек и его работа»<sup>1</sup>. В качестве темы был выбран труд – одна из основных категорий марксистского мышления и практики. Основная идея состояла в том, чтобы выявить какие-то индикаторы процесса превращения труда в первую жизненную потребность (в настоящее время он, конечно, не является таковой для большей части населения) – в какой мере это справедливо для представителей рабочего класса, для поколения людей, которые через 10–15 лет станут «хозяевами жизни».

– Иными словами, хотели протестировать коммунистическую гипотезу?

– Совершенно верно. Причем, абсолютно сознательно это делалось. Обсуждали вдвоем с Владимиром Александровичем Ядовым. Мы знали друг друга раньше по учебе, по комсомольской деятельности, и у нас возникли очень хорошие отношения. Наша первая тема была связана с бюджетом времени рабочих на ленинградском предприятии. Рабочие одного из цехов в течение недели заполняли для нас дневники,

<sup>1</sup> Человек и его работа / Под ред. А.Г. Здравомыслова, В.П. Рожина, В.А. Ядова. М.: Мысль, 1967.

и на этой основе мы подготовили свою первую публикацию. А завершая работу, задумались: что дальше-то будем делать? Никаких заказов сверху у нас не было. Это была наша собственная идея, наш выбор – изучать, как люди (по крайней мере, молодежь) относятся к своей работе, каково их отношение к труду. Никто против такой темы не возражал, потому что все это было фундировано классиками. А какие идеи были наиболее важными с точки зрения будущих перспектив изучения проблематики труда? Прежде всего, важно было установить, в какой мере сам выбор профессии, трудовой деятельности для молодых людей того времени был свободен или не свободен. И соответственно, почему мы сидим в университете, получив высшее образование, а значительная часть молодежи, гораздо большая, работает на предприятиях? В чем проблема? Как складывается выбор? Одна из основных причин такого выбора связана, прежде всего, с семейными традициями и семейным положением. Здесь главный источник материальных стимулов, материальной заинтересованности – «надо помогать своей семье, поэтому я пошел работать».

– *То есть начинать работать раньше?*

– Да, да.

– *Но ведь во многих семьях рабочих, наверное, хотели увидеть своего ребенка в институте?*

– Да, хотели, но старались реалистично рассматривать свою жизненную ситуацию – свои жилищные условия, состояние здоровья старшего поколения, заработка.

– *То есть родители не могли поддерживать обучение ребенка в институте и говорили: «Иди работать».*

– Да, и, к нашему удивлению, такая прослойка оказалась достаточно велика. Второй момент – это сама трудовая ситуация. Было важно понять, что происходит каждый трудовой день. Наше первое исследование показало, как строится повседневная жизнь – сколько времени уходит на то, чтобы добраться до работы, завершить ее, сколько потом остается времени для хозяйственных дел, сколько свободного времени. Особенно важными для нас были различия в гендерных отношениях, как мы теперь говорим. У мужчин свободного времени оказалось в три раза больше, чем у женщин. Третий момент – мотивация труда. Как известно, тогда наиболее известной формулой была идея материальной заинтересованности – которую нужно усиливать... И нас тоже интересовало, в какой мере содержание труда и его результат соответствуют шкале расценок. Оказалось, здесь мало кто может разъяснить ситуацию. В отделах зарплаты иногда попадались экономисты, способные что-то разъяснить, и мы их интервьюировали. Но иногда они не могли ответить даже на простые вопросы: «А почему у вас именно такая зарплата, а не другая, согласно такому-то разряду?» (тогда была 6-разрядная сетка).

Что же влияет на самочувствие человека в трудовом процессе? Я думаю, этот вопрос остается актуальной темой для социологического анализа в любое время, в любой стране, в любой ситуации, потому что степень свободы выбора не так уж велика, а люди могут оставаться в своей профессии, на одном рабочем месте в течение всей жизни. Продолжать же работу можно, только испытывая позитивные стимулы. Человек не будет работать, если ему все вокруг не нравится, все чуждо. Поэтому мы задавали простой вопрос: «Удовлетворены ли вы своей работой?». Измеряли удовлетворенность по 5-балльной шкале. Потом придумали контрольные вопросы относительно ухода с работы, смены профессии. Для последующего анализа делалась особая схема, так называемый логический квадрат, противопоставляющий три позиции. Вот это была наша методическая находка.

А другой находкой было сравнение элементов рабочей ситуации в разных профессиональных средах, сравнение удовлетворенности и неудовлетворенности работой. Было выявлено, что одним из главных факторов удовлетворенности трудом является не столько заработок как таковой, сколько организация труда и восприятие этой организации:

как строятся отношения между бригадиром и рабочими. И в связи с этим у нас как раз возникла дискуссия: «Что важнее содержание труда или заработок?»

– *Дискуссия, которая продолжается по сей день.*

– Она и будет продолжаться. И это нормально, потому что человек и сам не знает, что для него важнее – содержание труда или заработок. Четко вряд ли кто-то сможет ответить, имея в виду сложность трудовой ситуации. Человек всегда сопоставляет свою психофизиологическую энергию, физические затраты, степень своей усталости и те отношения, которые складываются в рабочей среде, в коллективе, с начальством, с кем он может поговорить по душам или выйти перекурить. Это очень важно для него, и человек вовсе не исходит из одних только денег.

– *Скажите, а когда вы задавали свои вопросы, вы опирались на теорию человеческих отношений или все это бралось из жизни на уровне здравого смысла?*

– Я думаю, что тогда мы еще не изучали Мэйо специально для этих целей. Также как и Херцберг<sup>2</sup> приехал, когда у нас уже был собран эмпирический материал. Вопрос мог стоять только об интерпретации. И возникла идея параллельного исследования по той же методике, но оно оказалось очень сложно реализуемым...

Пятая глава «Человека и его работы» (я на ней должен был сосредоточиться) – это мое детище. Мое любимое занятие в то время – сопоставление элементов рабочей ситуации и вычисление коэффициентов удовлетворенности, т.е. коэффициентов расхождения по уровню удовлетворенности между теми, кто неудовлетворен, по одним и тем же позициям. Я изобрел этот метод. И он сработал гораздо лучше, чем многие другие подобные схемы анализа – можно просто, ясно взвесить позиции, которые наиболее значимы. Этот методический прием позволил выявить, что содержание труда более значимо, нежели заработок. В чем причина такого положения? Это неравноценные факторы, они по-разному действуют на психологию человека. В массовом сознании, в коллективе определенный уровень зарплаты как бы ожидается. Но и политика заработной платы в какой-то мере строится в соответствии с этими ожиданиями. Был Госкомтруд, где следили, например, за тем, чтобы повысить заработную плату станочникам в определенный период. Если, скажем, текучесть у них повысилась, значит, надо им подкинуть. Или шахтеры – почему они должны получать большую зарплату, чем представители других профессий.

– *Получается, следили все-таки?*

– Конечно, потому что это было основанием для принятия решений, а ведь Госкомитет согласовывал свои решения с верхами, с ЦК партии, произвольные решения не допускались.

– *Значит, объективные статистические показатели отслеживались задолго до социологических исследований? И в 1960-е годы они были лишь дополнены вопросами про субъективные установки, аттитюды, мотивацию?*

– Да. Анализ восприятия элементов трудовой ситуации был выполнен на первом этапе. В «Человеке и его работе» это все описано, и во втором издании сохранено. Есть и соответствующие комментарии. Данная методика потом была использована в ряде других исследований. И в методическом плане эта работа была довольно интересна. Наша лаборатория<sup>3</sup> ежегодно занималась формулированием каких-то вопросов, аналитическими шкалами, сопоставлением табличных данных. Все это стало основанием не только для книжки, но и для ряда других публикаций, которые вышли у нас с В.А. Ядовым в «Вопросах философии».

---

<sup>2</sup> Подробнее см. интервью с В.А. Ядовым: Экономическая социология. 2007. Т. 8. № 5. С. 8–17.

<sup>3</sup> Лаборатория социологических исследований при Ленинградском государственном университете.

Мы занимались мотивацией трудовой деятельности, раскручивая эту тему и продвигая точку зрения о содержательности труда как главном факторе, через который, в свою очередь, действует зарплата. Зарплата ведь – не абстрактная вещь. Рабочий не идет на предприятие, не зная, сколько он должен зарабатывать. Если он зарабатывает меньше, он начинает выяснять причину – то ли он неадекватно работает (что часто оказывается правдой), то ли... В любом случае, он считает, что должен получать определенную сумму, и все. И здесь было сделано очень важное открытие о пороге удовлетворенности зарплатой. Был поставлен вопрос о том, насколько должна быть повышена зарплата, чтобы работник сказал: «Да, мне повысили зарплату». Ведь если на 1% повысить, это же смех один. По тем расчетам, которые я проводил, у нас получилось, что должно быть не менее 7%. Мы спрашивали: «А сколько вы получаете?». И это был один из основных вопросов в нашей методике.

Там же помимо опросного листа была карточка рабочего, заполняемая администрацией (непосредственно мастером или бригадиром). Оценивались три составляющие деятельности: работа, инициатива, дисциплина (это называлось «РИД»). Мы выводили на карточку три индикатора, потом взвешивали общий коэффициент по каждому работнику и сопоставляли этот РИД с его удовлетворенностью работой. Получались группы с высоким совпадением – высокая удовлетворенность плюс высокий РИД, и наоборот. Конечно, наиболее важным фактором мы считали инициативу как важное отборочное средство для удовлетворенности. Если есть простор для инициативы, у человека удовлетворенность выше... Все это есть в книге. Я не знаю, в какой мере это потом использовалось. Говорят, что эта книжка была настольной книгой для всех тех, кто тогда хотел заняться социологией. Но сложилось впечатление, что она не настолько проработана, чтобы читатель мог уяснить методику, понять, как получены те или иные данные, почему цифры получились именно такие, а не другие...

– Ну, книга действительно стала классикой, и она переиздана, слава Богу, с комментариями<sup>4</sup>. И сейчас об этом исследовании все знают. Я же хотел спросить о другом сюжете, который вы развивали чуть позже и который, с другой стороны, явно имеет отношение к экономико-социологической проблематике. Это тема, которой, насколько я помню, посвящены ваши кандидатская и докторская диссертации. Тема потребностей и интересов. И здесь меня интересует такой вопрос. Дело в том, что в то время это была одна из основных тем в политической экономии. Собственно, мой отец (политико-эконом) защитил докторскую диссертацию по проблеме интересов. В чем здесь была социологическая специфика? Как это смыкалось с политической экономией? Были ли какие-то расхождения или противоречия с тем, что делали тогда политэкономы? Наверняка вы интересовались этим...

– Видите ли, на эту тему была написана работа Глезермана, который был проректором по научным вопросам Академии общественных наук при ЦК КПСС. Про общественные и личные интересы. Так писал про это тоже...

– Это в конце 1950-х годов?

– Да, некоторые работы даже в начале 1950-х. Я смотрел экономическую литературу, правовую литературу, всякие смежные сферы. Доминирующая позиция наиболее важных авторов в этой области состояла в том, что интересы в теоретическом плане рассматривались как нечто объективное, как то, что объективно задано, – например, классовые интересы. Потому что ты принадлежишь к определенному классу независимо от воли и сознания. И моя кандидатская диссертация как раз была направлена против этой точки зрения. Я придумал такую формулу: интерес есть категория, обозначающая переход объективности в

---

<sup>4</sup> Здравомыслов А.Г., Ядов В.А. Человек и его работа в СССР и после: Учебное пособие для вузов. 2-е изд., испр. и доп. М.: Аспект Пресс, 2003.

субъективность и наоборот, субъективного в объективное. Когда этот переход становится существенным? Когда это ни то, ни другое и вместе с тем, и то, и другое.

– *Иными словами, интерес определяется как промежуточное звено между потребностями и мотивами?*

– Да, это правильно. Я рассматривал интерес именно с этой точки зрения – как переходный элемент в сознании людей – к действию, к мотивации. В 1964 г. у меня вышла книга под названием «Проблема интереса в социологической теории»<sup>5</sup>. Меня спрашивали: «А почему вы не написали в марксистской социологии»? Я отвечал, что, на мой взгляд, при таком названии это может представлять интерес не только для наших марксистских читателей, но и для кого-то из тех, кто не является марксистом. Это же проблема общечеловеческая. Согласились с таким аргументом и оставили это название.

– *То есть социологи и здесь гнули более субъективистскую линию, чем политэкономы?*

– Конечно. На защите была бурная дискуссия. Кто-то из профессоров говорил, что я все слишком субъективизирую, психологизирую. А я говорил, что я действую по Марксу, и что в ранних работах Маркса эта категория понималась именно так. И ссылался на эти работы, приводил источники. У меня первая публикация была связана с анализом проблематики интереса в раннем творчестве Маркса. Это когда он занимался изучением парламентских дебатов, категория интереса у него там появилась.

– *Кроме потребностей и мотивов у вас был еще третий элемент – ценности. И книжка называлась, насколько я помню, «Потребности, интересы и ценности»<sup>6</sup>. Политэкономы ценностями вообще не интересовались?*

– В старой экономической литературе есть ценности, переводимые с английского как стоимость. Это часто встречалось в литературе 1920–1930-х гг., по-моему, еще иногда попадаетея и сейчас...

– *Про стоимость понятно. Но в социологическом понимании политэкономы «ценностями» не интересовались....*

– Тут был еще промежуточный этап. До перехода к ценностям в самом анализе в «Человеке и его работе» и дальше в моих публикациях, возникла проблема типологии образа жизни. Меня очень интересовало, как люди организуются и совпадают или не совпадают в отношении того, как они живут. Андрей Николаевич Алексеев говорил мне, что я первый ввел понятие образа жизни и что оно оказалось очень удачным. И проблематика образа жизни, выделение пяти типов образа жизни в рамках социалистического общества, хотя мы всячески избегали этого термина... Хотя, конечно, мы ссылались на партийные документы...

– *А что, действительно вы старались избегать слова «социалистический»?*

– Во всяком случае, старались не злоупотреблять им. У меня в книге «Человек и его работа» прописана одна очень важная мысль: о разделении объективных факторов на две группы – на социетальные (общие) факторы и специфические факторы. Общие факторы это те, что действуют в масштабах всего общества и характеризуют общество в целом. Про них можно сказать, что они во всех обществах одинаковы (точнее, во всех социалистических обществах). А различия в рамках трудового процесса гораздо важнее для людей, потому что эти различия действуют непосредственно на мотивацию, на поведение, на твою жизнь. Потому что то, где я работаю, более важно, чем тип общества, в котором мы живем.

---

<sup>5</sup> Здравомыслов А.Г. Проблема интереса в социологической теории. Л., 1964.

<sup>6</sup> Здравомыслов А.Г. Потребности, интересы, ценности. М., 1986.

Наверное, так оно и есть. Именно это в конце концов и определяет общество, а не просто абстрактная формула: социализм, капитализм. Я не стремился к этому, я бы даже сказал, что мой вклад в эту главу, которая была отвергнута, а потом восстановлена во втором издании, минимален. Когда я показал Ядову, я сказал, что это его глава, я к ней непричастен, именно он над ней работал. Для того чтобы проводить сравнительный анализ, недостаточно статистических данных, нужно, по крайней мере, почувствовать атмосферу труда в другой стране, например, в Америке, понять, как люди себя ощущают. Я потом уже анализировал, как люди понимают свой труд, понял, что они очень четко различают время работы и время «неработы» где угодно – в Африке, в Германии, в Италии...

– *А кстати, Андрей Григорьевич, вы работали в Кении... У вас английский был уже на таком уровне, что вы могли спокойно читать лекции?*

– Certainly, I could.

– *Уже в те времена?*

– Я думаю, что был еще один человек, который знал английский в социологии даже лучше меня...

– *Ядов?*

– Нет, не Ядов. Юрий Александрович Замошкин<sup>7</sup>. Поскольку он работал при МИДовских системах. Потом, у него с самого детства было английское образование. Я-то пришел к английскому языку во время аспирантуры и стал его практиковать в любых ситуациях, при встречах и т.д. Не уходил от трудностей, когда надо было что-то произнести. Ведь главный барьер возникает, когда ты не уверен, правильно ли произносишь. А я старался его преодолеть. А потом в Кении я специально занимался языком. Там было не очень много работы, скажем так, и я записывал себе радиокатушку, прослушивал ее и анализировал, затем пытался воспроизвести ....

– *Я так понимаю, что позднее это привело вас к работе над переводами.*

– Да, конечно.

– *Многие знают легендарный сборник про структурно-функциональный анализ 1968 г., хотя не многие его видели, это раритет. Я, например, не видел. Только давно знаю о его существовании...*

– А надо бы достать и переиздать.

– *Как возник этот сборник?*

– Ну, как. Я уже вернулся из Кении, это был 1966 г. Я работал у Юрия Левады в Институте философии, Левада вел там сектор методологии. И он присылает мне в Санкт-Петербург огромный пакет переводных бумаг, с вопросом: «Как ты смотришь на все это?» Я стал читать и увидел, что переводчица совсем не знает социологической терминологии. И я все это перелопатил. Галя Беляева была приставлена ко мне для этих целей. Я ей все показывал, и она помогала мне в техническом отношении. Работа получилась очень хорошей. Перевод Р. Мертона Ю.А. Асеевым был сделан по моей инициативе (Асеев уже был исключен из партии, я хотел его как-то восстановить – в научном статусе, по крайней мере). И он сделал

---

<sup>7</sup> Юрий Александрович Замошкин (1927–1993) – философ, социолог и политолог. Выпускник, а затем профессор МГИМО. В 1960–1980-е годы руководил сектором в Институте международного рабочего движения АН СССР, кафедрой философии в Институте общественных наук при ЦК КПСС, отделом в Институте США и Канады АН СССР. Автор множества научных трудов, включая книги: «Кризис буржуазного индивидуализма и личность. Социологический анализ некоторых тенденций в общественной психологии США» (1966), «Личность в современной Америке. Опыт анализа ценностных и политических ориентаций» (1980), «Вызовы цивилизации и опыт США» (1991).

отличный перевод, который иногда воспроизводится в других работах, иногда без ссылок. Сейчас мы переиздали этот перевод в хрестоматии по общей социологии<sup>8</sup>.

– То есть были какие-то переводчики-несоциологи, и вам пришлось потом это все переводить на социологический язык? Вообще на тот момент это было очень важное дело – формирование социологического языка. Что-то еще существовало из переводов на тот момент?

– Конечно, Геннадий Васильевич Осипов сделал несколько переводных сборников. Но это был один из первых таких сборников, посвященный специальной теме...

– Я помню, была «Американская социологическая мысль», но это было уже позже, в 1972 г., а в 1960-е годы что-то было еще?

– Что-то точно было, но я сейчас не назову. Этот сборник был разделен на три тома, но третий том не допустили к печати. Первый был посвящен классикам структурно-функционального анализа, а второй – их критике. Там были А. Гоулднер, Ч. Райт Милз, десяток авторов, по-моему, которые раньше были сторонниками, а потом перестали быть функционалистами. Они все отмечали какие-то слабости. А для меня эта работа была важной, поскольку я еще ранее, будучи аспирантом, в связи с написанием своей кандидатской диссертации начал работать над Т. Парсонсом. Проштудировал «Структуру социального действия»<sup>9</sup>, а потом ряд других его работ и статей. Именно тогда я познакомился со статьей «Мотивация экономической деятельности»<sup>10</sup>, в которой Парсонс показывал, что не так важна проблема материальной заинтересованности, как это было в нашем общем сознании. Это ближе к тому, к чему я подходил в материалах в «Человеке и его работе».

Оказывается, эти вопросы были сформулированы давно – о том, что деньги сами по себе не являются главным мотиватором, что важнее то, как человек собирается их истратить... Деньги важны, но нельзя их рассматривать как независимую переменную. И вот через эти вопросы я подошел к проблеме типологии образа жизни и выделил пять конструкций, которые связаны с различными ценностными установками (тогда употреблялся не термин «ценность», а термин «ценностные установки»). Самый большой из опрошенных нами массивов – 2665 человек – и среди них самую большую часть составляли те, кто был ориентирован на семью. И это при том, что мы брали только людей до тридцати лет. Затем была ориентация на учебу – по-моему, она шла на втором месте, на третьем месте – содержание труда, четвертое место – заработок, и в конце находились не ориентированные ни на что, т.е. те, кто не знают сами, чего они хотят. Последняя группа тоже представляла большой интерес, так как думали, что все люди знают, чего они хотят, а оказывается, что отнюдь не все.

И уже в 1970-е годы у меня произошел переход к важной идее социальной дифференциации в социалистическом обществе. Причем, измеряемой не только по этим установкам, но и по уровню удовлетворения потребностей. В конце концов, я пришел к выводу о том, что именно потребности и их восприятие, удовлетворенность тем, что тебе нужно или не нужно, оказываются базовой мотивацией. Здесь тоже был проведен анализ некоторых эмпирических данных и наблюдений, который позволил выделить четыре основных слоя. Я тогда использовал пример с владением автомобилем. Есть такой слой, который имеет автомобиль, есть такой, который хочет иметь, но не может, потому что его еще надо заработать, третьему слою это все вообще до лампочки, а над всеми ними еще есть слой, который не имеет

<sup>8</sup> Общая социология: хрестоматия / Сост. А.Г. Здравомыслов, Н.И. Лапин. М.: Высшая школа, 2006.

<sup>9</sup> Парсонс Т. О структуре социального действия. М.: Академический проект, 2000.

<sup>10</sup> Парсонс Т. Мотивация экономической деятельности // Парсонс Т. О структуре социального действия. 2000.

автомобиль не потому, что не может его иметь, а потому, что его самого возят на машине. Это я опубликовал в «Общественности» в виде брошюры. И потом пошли письма, что я абсолютно неправильный человек, неправильные идеи провожу...

– Вы упомянули Московский институт марксизма-ленинизма, а до этого вы какое-то время работали в Ленинградской Высшей партийной школе. Сейчас этих учреждений уже нет. Была ли там какая-то специфика, чем они вообще отличались?

– Ну, во-первых, я скажу, что Институт марксизма – вовсе не московский. Это был институт при Центральном комитете КПСС, и он являлся научным центром, хранилищем марксистской идеологии и теории, а также рукописей и всего такого, что сейчас представляет теоретический капитал для любой страны. Один из сотрудников до сих пор работает над этой тематикой – Георгий Александрович Багатурия<sup>11</sup>. Там собраны архивы по Марксу, которые являются собственностью государства. А отличия главным образом связаны с Ленинградской Высшей партийной школой. Там было два слоя: четырехгодичное обучение и двухгодичное обучение для тех, кто имел высшее образование...

– Похоже на бакалавриат и магистратуру...

– Да, да. Кто не имел высшего образования, проходил четырехгодичное обучение. Это были люди, которые либо мечтали стать партийными работниками, либо уже находились на начальной стадии партийной карьеры, и их посылали для получения высшего образования. Была очень сильная групповая солидарность, особенно на четырехгодичном обучении. Перед экзаменами они все шпаргалки готовили, чтобы все знали, чтобы группа получила более высокий балл...

– А читали им соответственно философию, политическую экономию, научный коммунизм...

– Да, но я вел курс по социологии.

– Социология была отдельным предметом?

– Она была курсом по выбору. Я читал там два года, может быть, больше, и выпустил книжку «Методология и процедура социологических исследований»<sup>12</sup> на базе материалов книги «Человек и его работы» и других. Это был результат того самого курса. Очень хорошая книжка, между прочим, но она не была переиздана в связи с тем, что я не закрепил, мягко говоря, свою репутацию надежного партийного сотрудника и опубликовал там данные, которые согласно некоторой инструкции, выпущенной в 1930-е, а может быть, даже в 1920-е годы, являлись закрытыми... Некоторые материалы, касающиеся техники партийной работы, бюджет времени партийного работника.

– А это был секрет?

– Да, конечно, ужасный секрет.

– И это попало в открытую печать?

– В книжку, в книжку... И стало поводом для того, чтобы меня попросили хотя и не оставить пост заведующего кафедрой марксистско-ленинской философии, но бросить

---

<sup>11</sup> Родился в 1929 г. Марксовед. Один из ведущих подготовителей 50-томного издания сочинений Маркса и Энгельса. С 1981 по 2000 г. – руководитель работы над международным Полным собранием сочинений Маркса и Энгельса на языках оригинала (МЭГА) в ИМЛ при ЦК КПСС, а с 1992 г. в Российском государственном архиве социально-политической истории под эгидой Международного фонда Маркса и Энгельса (центры в Амстердаме и Берлине).

<sup>12</sup> Здравомыслов А.Г. Методология и процедура социологических исследований. М., 1969.

социологическую группу<sup>13</sup>. И чтобы я не прикасался к социологической деятельности. ...Со мной беседовала дама по фамилии Круглова, которая была секретарем по идеологии ленинградского обкома КПСС. Я ей сказал, что не стремился к этому посту, что меня обязали, и я уйду без проблем. Она ответила: «Но мы вас за это нарушение не вызываем на бюро обкома партии и не вносим вам взыскание, мы просто договариваемся с вами...» Ну, я и ушел тогда обратно в свою социологическую деятельность. Потом, когда я поработал в Институте социологии, у меня возникла такая проблема, что надо было где-то жить в Москве, а прописка была в Питере. Институт марксизма-ленинизма мне решил жилищный вопрос. Вообще, это очень снобистская организация, все считали себя очень близкими к вершине власти, по крайней мере, в идеологической части...

– *Были главными идеологами...*

– Да, да, да... Главные идеологи. На работу нужно приходиться каждый день, никакой академической атмосферы нет, сидишь в кабинете, пишешь что-нибудь или читаешь. Пожалуйста, своим временем распорядись, что хочешь делай, но записку какую-нибудь нужно представить в срок...

– *А записки в ЦК часто посылали?*

– Были, были. Потом была своя система отношений, непохожая на всех. Я нехорошо себя вел – с точки зрения отдела пропаганды. Ребята, которые там работали, меня заметили, я же защищал докторскую диссертацию в Академии общественных наук в Москве. Ну и видно было, что это стоящая работа. Там полный зал был большой, много народу, я полемизировал с председателем Глезерманом (тогда он был еще проректором). «У меня вот такая точка зрения на интересы». – «А у меня такая». Но он содействовал моей защите и тому, что я тогда занимал позицию заведующего кафедрой. Если бы этой позиции не было... У меня была двойная система подчинения, причем связи были неформальные. Зато их продемонстрировал отдел дирекции: «Вы его там не очень-то, с анонимками и прочим, имейте в виду, что это человек ценный для нас». И я думаю, что поддержка исходила от и.о. заведующего отделом Смирнова, который потом стал директором нашего института. Именно он написал первую книгу «Советский человек»<sup>14</sup>, потом его Ю.А. Левада переименовал. Это была очень толковая работа, в которой впервые в официальной политиздатовской литературе были упомянуты имена социологов 1960-х гг. Там фигурировали и Ядов, и Кон, и Шкаратан, в общем, вся та когорта, которая составляла ядро социологической мысли. Она была позитивно отмечена в работе заведующего пропагандой – человека спокойного, солидного, ничего не навязывающего. Любопытно было...

У меня там был постоянный заказчик, это я почувствовал довольно быстро: «Вот если ты со мной работаешь, ты со мной и работай. А не так, что ты будешь ходить по кабинетам, с тем одно, с другим другое. Если ты работаешь со мной, то ты передо мной должен быть откровенным. Если у тебя проблемы жилищные, ты говори про эти проблемы, мы тебе поможем и решим все твои проблемы, не заботься. А ты давай высказывай свои соображения, пусть они хоть самые крамольные...» Поэтому у меня был не совсем обычный статус. Ведь обычно готовился какой-нибудь юбилей, какого-нибудь «-летия» октябрьской революции. Институту давалось задание написать текст, подготовить материалы. Это проводилось сначала через дирекцию, потом через отдел, потом через сектор, если ты участвовал в этом деле, то на всех этих трех уровнях твой материал обсуждался, принимался или отвергался, корректировался. Это рассматривалось как коллективный разум партии. Там не надо было проявлять свою особенную индивидуальность. Чем меньше ты ее проявишь,

<sup>13</sup> Аналог Лаборатории социологических исследований, созданный А.Г. Здравомысловым на факультете философии Ленинградской Высшей партийной школы.

<sup>14</sup> Смирнов Г.Л. Советский человек. М.: Политиздат, 1971.

тем лучше. А вот чем больше ты сошлешься на классиков... Это был особый стиль. Если хочешь авторского, т.е. «Знание», – пожалуйста, пиши там. У меня там четыре брошюры вышло в те времена.

– *А на письма трудящихся много приходилось отвечать?*

– Я бы не сказал, что очень много. Этим занимался специальный отдел ЦК по письмам...

– *Я просто помню, что много было людей, которые мнили себя новыми марксами, гениями, писали новый «Капитал», еще какие-нибудь рукописи, несли их в ЦК, и наверняка к вам все это спускалось...*

– Да-да, попадались такие случаи несколько раз. Иногда мне приходилось на проходной кого-то принимать. Но это не отнимало много времени, во всяком случае у меня. Там была система связей со всеми институциями аналогичного плана в социалистических странах. И проводились ежегодные конференции в этих странах, где обсуждались те же вопросы социалистического образа жизни, значение ленинских идей. Потом с капиталистическими странами были некоторые контакты, больше всего с японским рабочим движением. Оттуда приезжали большие делегации, и нас туда посылали, но по два человека или даже по одному. Там были очень хорошие приемы, и, в общем, это было очень интересно. Но вот стиль такого коллективного производства идей меня не интересовал. И поэтому для меня была важна эта книга «Потребности, интересы, ценности», в которой я аккумулировал опыт, приобретенный до ИМЛа, в самом ИМЛе и после него.

Я построил такую конструкцию мотивационных категорий, или группы мотивационных категорий, как я их называю: потребности, интересы, ценности. Они взаимодействуют друг с другом, иногда превращаются друг в друга, но все-таки у них есть специфическое предназначение... Есть границы между тем и другим. Интересы это одно, а ценности – другое. Они связаны с более высокими сферами духовной жизни общества, и мотивация там действует иначе, чем в сфере материального производства, в сфере политики. Типичный пример – музыка. Чтобы приобщиться к музыке, нужно иметь сильную заинтересованность, иметь определенные ориентации, что ты от нее получишь. Конечно, если станешь великим музыкантом, то в результате может так получиться, что ты не будешь интересоваться деньгами вообще. А если нет, то тебя интересует только звучание, звуки, история этих мелодий, история гармонии, контрапункты и так далее, и тому подобное. Это другая сфера жизни. И есть люди, которые этому всю свою жизнь посвящают и живут в мире ценностей. Это касается не только музыки, но и литературы, поэзии, всех видов подобной высокой творческой деятельности, которая несколько обособлена. Если говорить о профессиональных занятиях в этой области и других областях, которые производят национальное достояние.

И я как раз хотел показать, что человек не сводится ни к жизненным потребностям как таковым, ни к интересам. Что есть какая-то более высокая сфера, которая может заполнять все его жизненное пространство. И с этой точки зрения может оценивать и достаток материальный, и содержание своего труда. Причем без этого общество не может существовать. Меня всегда очень интересовала проблема механизмов власти. Я, впрочем, особо не афишировал этот свой интерес ...

– *Но в советское время эта тема вообще была фактически запретной...*

– Поскольку я наблюдал партийных людей и хорошо представлял себе, как это все работает, как у них решаются вопросы, как осуществляется кадровый отбор, какие программы им предлагается освоить для того, чтобы они потом стали функционировать в этих властных структурах. Все это мне было понятно. И сейчас директор не будет сам вступать в конфликтную ситуацию с сотрудником – для этого у него есть аппарат. И аппарат может

угадывать его мысли без слов, без указаний, аппарат все улавливает. С одной стороны, свита делает короля, а с другой – аппарат делает видимую властную структуру.

– *Андрей Григорьевич, близясь к завершению интервью, хотелось бы спросить о нынешнем времени. Много ведь изменилось. В какой степени сюжеты, которые разрабатывались в 1950–1960-х годах, сейчас воспроизводятся более молодыми коллегами? Дело продолжается?..*

– Во-первых, я бы сказал, что мои исследования всегда были связаны с тем, что происходит в этой стране, в этом обществе. Меня интересовал внутренний механизм отношений между людьми в разных сферах, и в управлении и власти, и в духовной жизни, и в материальном производстве. Как эти отношения развиваются, складываются, закрепляются, институционализируются. Сейчас большой крен сделан в сторону освоения социологической литературы, которая выходит в мире. Сделан огромный скачок. Все, что имеет значение, или почти все, переведено или переводится на русский язык. Появилась такая профессия – социолог-переводчик, который хорошо знает не только язык сам по себе, но и предмет перевода. Это один важный момент.

Второй важный момент – конечно, то, что социология стала массовой профессией. Ведь мы (я, Ядов, Заславская) жили в период, когда социологами еще не назывались. Что такое социологи? Перед тем как представляться, приходилось думать, надо ли вообще представляться в этом качестве. У нас был свой мир, строились свои отношения ...

– *А когда вы начали представляться как социолог? В какие годы примерно?*

– Мы начали представляться с самого начала. Была Лаборатория социологических исследований на философском факультете ЛГУ...

– *То есть еще в 1960-е годы?*

– Да. Но все-таки нас было очень мало, несколько десятков, может быть, доходило до ста, если всех посчитать, кто приезжал на знаменитые конференции в Эстонию. Со всего Союза собирались люди, которые причисляли себя к нашей профессии, делались доклады, выступления...

– *В связи с этим, в одном из интервью вы высказали такое сожаление, или рассуждение, о том, что сейчас в социологии фактически нет содержательных дискуссий. То есть по-прежнему выходят хорошие книги, но они не критикуются и не обсуждаются...*

– Да, у нас нет культуры обсуждения ...

– *Раньше было иначе?*

– Я бы не сказал, что у нас была высокая культура обсуждения. Вышедшая книга очень зависела от издательства, от позиции автора в иерархии. Моя книга «Потребности, интересы, ценности» была издана 70-тысячным тиражом.

– *Сразу?*

– Да.

– *Огромный тираж.*

– Но я не помню каких-то рецензий. На «Человека и его работу» были рецензии за рубежом, книга была переведена. Я помню, Гарольд Шеппард [Harold L. Sheppard], индустриальный социолог, написал в каком-то американском издании приличную статью об этой книге. Еще были какие-то оценки в «Болгарском социологическом журнале». А у нас как-то никто... Вот книга есть, автор доволен, а публика может понимать эту книгу, может не понимать и не принимать. И это, конечно, очень печально. Это методы культуры дискуссии, причем, дискуссии даже не устной, а письменной. Может быть, в большей степени у нас развиты

всякие конференции, летние школы. Молодежь там что-то осваивает. Но чтобы в своей профессиональной среде сказать: слушай, у меня некоторые позиции твоей книжки вызывают сомнения, давай подискутируем... Все это работает на понижение или на повышение статуса. Об этом все думают, поэтому академиками становятся люди неизвестные как авторы в социологической профессиональной среде. Я не знаю, как у экономистов, но у социологов это именно так.

– *У экономистов тоже случается...*

– Надо же обсуждать... Иногда книги пишут сами, а иногда делают из текстов, которые написали сотрудники, остается скомпоновать и производить их как можно больше. Как, кстати, в МГУ мы видим такие случаи, да и в других местах... Потому что сложился такой стиль, и этот стиль перешел от советской эпохи. Не лучший стиль, я бы даже сказал – порочное качество.

– *То есть плагиатор был рожден в СССР?*

– Насчет плагиата я не скажу, что это в СССР было. Там все-таки строго следили, это не допускалось, именно не допускалось. Как делался продукт? В издательство, скажем, приносят книгу, но тогда тот, кто участвовал в этом деле, заранее знал, что он участвует в работе на такого-то академика и это не его работа. Он не может под своей авторской фамилией опубликовать этот труд, поскольку за него уже получена зарплата, скажем так. У меня даже были такие ситуации, когда мне говорили в таком духе: «Мол, ты пиши, а мы будем подписывать». А я бы к ним не пришел, если бы я знал о таких правилах, я слишком ценю свое письменное слово, чтобы соглашаться на публикацию под чужим именем. Так мы и разошлись.

– *Ну, будем надеяться, что дискуссии еще как-то возобновятся, может быть...*

– Они просто необходимы, это очень важно. Я бы сказал, что состоявшийся опыт дискуссии по поводу социологического факультета МГУ очень важен. Потому что мы впервые так подходим к оценке массива текстов, а не просто к одному произведению... Многие эти вещи давно заметили, это же МГУ, а не частная фирма.

*Беседовал Вадим Радаев*

## НОВЫЕ ТЕКСТЫ

В.В. Радаев

СОВРЕМЕННЫЕ ЭКОНОМИКО-СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ  
КОНЦЕПЦИИ РЫНКА

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

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

Прежде чем анализировать то, как работают современные рынки, необходимо определить, что собственно мы понимаем под «рынком». Это понятие только кажется самоочевидным. Конечно, в нашем распоряжении есть некий исходный вариант концептуализации рынка, предлагаемый идеальной моделью неоклассической экономической теории. Рынок предстает здесь как преимущественно ценовой механизм регулирования спроса и предложения, приводимых в равновесие силами свободной конкуренции между независимыми и рациональными участниками рынка. Но эта модель, к сожалению, не может нас устроить. И дело не в том, что ее предпосылки чересчур абстрактны и не слишком реалистичны по отношению к значительной части известных нам рынков (в конце концов, каждая модель представляет собой абстракцию более или менее высокого уровня). Проблема в другом: то, что зачастую представляется в качестве универсального подхода к изучению рынков, по сути оказывается глубоко специфичным, исходящим из далеко не универсальных предпосылок, которые как раз и вызывают сомнения или по крайней мере не исключают других подходов к построению теоретических моделей.

Важно и то, что наряду с методом более или менее конвенционального теоретического моделирования (не важно в экономических или социологических версиях) с присущим ему дедуктивным выводом и выявлением наиболее существенных связей, касающихся поведения участников рынка, могут использоваться альтернативные методы, не просто допускающие иные предпосылки, но основанные на иных принципах<sup>1</sup>.

Так, например, можно прибегнуть к *историко-генетическому методу*, который изучает рынок как место торговли и как совокупность организационных форм. Он помогает проследить

<sup>1</sup> Подробнее см.: Радаев В.В. Что такое рынок: экономико-социологический подход // *Общественные науки и современность*. 2007. № 3. С. 115–128; № 4; Радаев В.В. Что такое рынок: экономико-социологический подход. Препринт WP4/2006/07. М.: ГУ–ВШЭ, 2006; Радаев В.В. Как подходить к определению рынка // *Пути России: проблемы социального познания* / Под ред. Д.М. Рогозина. М.: МВШСЭН, 2006. С. 254–267.

возникновение первичных форм рыночного обмена и их последующую эволюцию, а затем на основе сопоставления и выявления наиболее устойчивых форм обмена выходить на какие-то обобщения, как это делал, например, в своих знаменитых трудах историк Ф. Бродель<sup>2</sup>. Конечно, данный метод не лишен серьезных недостатков – в силу великого многообразия хозяйственных форм мы рискуем потеряться в море бесчисленных исторических фактов, а стремление к описательности и индуктивный характер выводов серьезно ограничивают возможности построения какой-либо теории. Но у этого метода есть и свои преимущества – он позволяет обращаться к конкретным, наблюдаемым формам хозяйства, не утрачивая связь с этими формами в процессе теоретизирования.

В маркетинговых исследованиях активно применяется метод, который можно назвать *статистическим*. С его позиций рынок предстает как совокупность дифференцированных сегментов, или ниш. Определение критериев сегментации позволяет вычерчивать внутренние и внешние границы рынков, а далее представлять его в виде набора агрегированных стоимостных и натуральных параметров (например, как объем платежеспособного спроса). Здесь не обходится без неизбежного упрощения понятий, при котором к рынку относятся фактически любые товарно-денежные потоки. Само же по себе выявление статистических зависимостей может оказаться не лучшим способом для построения теорий, ибо не всегда ясны критерии разграничения существенных и несущественных признаков. В результате мы рискуем расплодить никому не нужные статистические артефакты. Зато этот метод более прост и, оперируя известными объемами товарных, денежных и трудовых ресурсов, позволяет относительно четко выделять объект изучения, определяя границы рынка и его отдельных сегментов – по территориям, видам товаров, типам продавцов и потребителей. Немаловажно и то, что данный метод выводит нас на разнообразные измерения, придавая рыночным параметрам столь желанную для исследователя количественную определенность.

Наконец, упомянем и менее распространенный *феноменологический метод*, который предлагает рассматривать рынок как продукт взаимодействия его участников. Исходным пунктом здесь выступают их субъективные (точнее, интерсубъективные) восприятия происходящего. Анализируя возникновения общих смыслов, мы выявляем господствующие и наиболее актуальные представления о рынке. Однако, здесь нас тоже поджидают свои разочарования. Участники рынка, разумеется, не заботятся о строгости определений и связности сугубо логических построений. Их представления об одних и тех же объектах зачастую множественны и содержательно размыты, а в вербальных суждениях желаемое часто может выдаваться за действительное. На таком фундаменте построить теорию рынка весьма затруднительно. Тем не менее, этот метод в наибольшей степени приближает нас к действующим акторам, заставляя вступать с ними в непосредственную коммуникацию и позволяя не выводить понятия из абстрактных предпосылок, а черпать их содержание из суждений самих участников рынка.

Одно из преимуществ экономико-социологического подхода, по нашему мнению, заключается в том, что он исходит из необходимости *методологического плюрализма* и позволяет использовать разнообразные аналитические методы. Феноменологический метод через взаимодействие с участниками рынка помогает «нащупать» объект, предварительно ознакомиться с ним. Историко-генетический метод путем анализа возникновения и эволюции наиболее устойчивых организационных форм приводит нас к родовому понятию рынка. Метод теоретического моделирования достраивает это исходное понятие дополнительными предпосылками, из которых выводится механизм, координирующий действия участников рынка. А статистический метод с использованием маркетинговых

---

<sup>2</sup> См.: Бродель Ф. Материальная цивилизация, экономика и капитализм, XV–XVIII вв. Том 2. Игры обмена. М.: Прогресс, 1988.

техник вновь возвращает нас к эмпирически наблюдаемому объекту, помогая определять (переопределять) его внешние и внутренние границы, открывая возможность для эмпирического использования теоретических моделей. Привлекательность такого плюралистического подхода очевидна – жизнь заведомо богаче любой отдельно взятой модели.

Придерживаясь позиций методологического плюрализма, в данной работе мы сконцентрируем внимание на исходном понятии рынка и предложим не вполне традиционные варианты его развертывания с точки зрения социологии рынков – ведущего направления современной экономической социологии<sup>3</sup>. Мы увидим, каким образом приверженцы разных социологических подходов к анализу современных рынков пытаются актуализировать те или иные стороны социальных отношений, и показать, как эти отношения вплетены в саму ткань рыночных взаимодействий.

Первоначально рынок будет определен как форма хозяйства – примерно в том виде, в каком его представила около двух столетий назад классическая политическая экономия, в которой дедуктивный вывод общих положений еще не утратил отчетливой связи с анализом конкретно-исторических хозяйственных форм. Мы попытаемся реконструировать это понятие в качестве отправной точки для последующего изложения.

**Рынок как форма хозяйства.** Что следует сделать для выделения исходных элементов рынка как формы хозяйства? Первый шаг в этом направлении относительно прост: ее ключевым отличительным элементом является *обмен благами*, который подчиняет себе все прочие элементы – производство, распределение и потребление благ. Рынок – форма хозяйства, где блага изначально производятся для обмена, а не административного перераспределения или собственного потребления. Поэтому логически именно в определении формы обмена мы находим ключ к первоначальному пониманию той или иной формы хозяйства в целом.

Более сложен второй шаг: как определить специфику рыночного обмена в отличие от нерыночных обменных операций? Анализ исторических форм рыночного обмена позволяет нам выделить пять его критериальных черт.

1. Рынок предполагает не просто существование обмена благами (продуктами и услугами), но его относительную *регулярность* – постоянное повторение сделок купли-продажи. Разовые же акты обмена «не дорастают» до рыночной формы.

2. Несмотря на то, что в принципе рыночный обмен может осуществляться в форме бартерного (натурального) обмена, чаще всего предполагается, что подобный обмен имеет *денежный* (или преимущественно денежный) характер, поскольку именно деньги обеспечивают регулярность и относительную универсальность обменных операций. Бартерные же формы подключаются к рынку лишь как дополнение и частичное («суррогатное») замещение денежных операций.

3. Целью и смыслом рыночного обмена является получение его участниками *взаимной выгоды*. Преследуя данную цель, продавцы и покупатели взвешивают относительную стоимость обмениваемых благ, непосредственно контролируют их двустороннее движение и соблюдение принципа эквивалентности обмена (пусть даже объективно он соблюдается не всегда).

---

<sup>3</sup> Об основных направлениях экономико-социологических исследований и месте социологии рынков см.: Радаев В.В. Экономическая социология. М.: Изд. дом ГУ–ВШЭ, 2005. Главы 2, 6.

4. Рынок предусматривает *добровольность* участия в обмене благами и соответственно отсутствие внеэкономического принуждения<sup>4</sup>. Обратной стороной добровольности участия в обмене является возможность для контрагента разорвать обменные отношения и, отказавшись от сделки, уйти к другому продавцу или покупателю, переключиться на товар-субститут или, в крайнем случае, вовсе воздержаться от покупки или продажи. Трансакции, от которых нельзя отказаться – в силу действия закона или угрозы насилия, – выходят за пределы рыночной формы хозяйства.

5. Рынок предполагает *состязательность* (contestation) хозяйственных агентов, под которой в данном случае понимается способность продавцов и покупателей, преодолевая сопротивление контрагентов, влиять на уровень цен и другие условия обмена, значимые для получения выгоды<sup>5</sup>.

На последнем элементе рыночного обмена следует остановиться чуть более подробно. Мы имеем в виду состязательное воздействие контрагентов на цену как необходимое условие рыночной формы хозяйства, которое может осуществляться двумя способами. Первый способ – это *торг между продавцом и покупателем*, который позволяет в случае успеха (т.е. при достижении договоренности с контрагентом) напрямую изменить цену приобретаемой единицы (партии) товара в рамках отдельной сделки<sup>6</sup>.

Заметим, что, например, К. Поланьи считал наличие торга необходимым условием рыночного обмена, предлагая свою категорию «*ценообразующих рынков*» [price-making markets]<sup>7</sup>. Но, на наш взгляд, это чересчур сужает понятия рынка. Достаточно сказать, что множество сделок на современных рынках (особенно в магазинной розничной торговле) не предполагает никакого торга по поводу цены, которая устанавливается продавцом в одностороннем порядке<sup>8</sup>. При этом, конечно, продавец при установлении цены в принципе должен учитывать состояние платежеспособного спроса и массу других важных факторов, но покупатель непосредственно повлиять на уровень цены не в состоянии.

Впрочем, сама по себе возможность установления фиксированной продажной цены продавцом или фиксированной закупочной цены покупателем не отрицает наличия состязательности, поскольку существует второй способ влияния на цену и на другие условия обмена: следуя принципу добровольности, и продавец, и покупатель имеют реальное право на *отказ от обмена*, который означает «выход» из отношений (exit). Такой отказ не приводит к прямому воздействию на цену сделки, но способен оказать опосредованное воздействие на общий уровень цены данного товара – в случае, если число отказов становится значимым, это начинает ощутимо влиять на соотношение спроса и предложения, побуждая продавца к изменению своих первоначально заявленных условий.

---

<sup>4</sup> Эту черту рынка подчеркивает М. Вебер в своем незавершенном фрагменте, посвященном характеристике рынка, из фундаментального труда «Хозяйство и общество» (см.: Weber M. Economy and Society. Vol. 1. Berkeley: University of California Press, 1978. P. 640).

<sup>5</sup> На первый взгляд, это положение противоречит предпосылкам теории совершенной конкуренции, исходящей из того, что ни один контрагент не может повлиять на изменение общего уровня цены товара. Однако, как мы увидим ниже, предлагаемая нами трактовка эту предпосылку не отвергает.

<sup>6</sup> Изменение цены, как правило, ограничено неким заданным интервалом, допустимым с точки зрения продавца. Однако, принципиально характера торга это не меняет.

<sup>7</sup> См.: Поланьи К. Экономика как институционально оформленный процесс // Западная экономическая социология: Хрестоматия современной классики / Сост. и науч. ред. В.В. Радаев; пер. М.С. Добряковой и др. М.: РОССПЭН, 2004. С. 101–103.

<sup>8</sup> Критику подхода К. Поланьи в этом отношении, см.: Капелюшников Р.И. Деконструкция Поланьи: заметки на полях «Великой трансформации» // Социологический журнал. 2005. № 3. С. 19–21.

Добавим, что в отличие от торга, где в результате индивидуального взаимодействия продавца и покупателя достигается быстрый, непосредственный, но *единичный* эффект (например, в форме скидки с цены для отдельного покупателя на городском рынке), отказы от обмена влияют на изменение *общего* уровня цены (например, в виде скидок, предоставляемых всем покупателям в супермаркете), но происходит это опосредованно и с определенным временным лагом.

В любом случае, независимо от того, является ли цена товара в данный момент гибкой или фиксированной, рыночная форма связи предполагает, что контрагенты, добровольно вступая в обмен, способны повлиять на цену товара (или на другие условия, на которых он предоставляется):

- непосредственно – в индивидуальном порядке (в рамках конкретной сделки) путем прямого торга;
- опосредованно – в коллективном порядке (для всех сделок) путем множественных и(или) повторяющихся отказов от обмена, приводящих к снижению спроса.

В обоих случаях, как предполагается, отсутствует некая внешняя сила (государство, торговая гильдия и пр.), которая административными способами фиксирует цену и заставляет при этом совершать обмен независимо от колебаний спроса и предложения.

Зафиксируем наши рассуждения в общем определении: *рынок представляет собой систему регулярного, преимущественно денежного, взаимовыгодного, добровольного и состязательного обмена благами*. В соответствии с этим определением, там, где обмен случаен, а блага изначально производятся не для продажи, где изначально нарушается принцип взаимной выгоды, применяется внеэкономическое принуждение или отсутствует состязательность, воздействующая на соотношение спроса и предложения, рыночный обмен не возникает, поэтому отсутствует и рыночная форма хозяйства.

\* \* \*

Перейдем к основной части нашей работы, посвященной трактовкам рынка, которые существуют в современной экономической социологии. Следует сразу сказать об отсутствии в ней единого подхода. Скорее, речь идет о широкой исследовательской программе, в рамках которой развиваются сразу несколько направлений. Посмотрим, каким предстает рынок в разных вариантах современных экономико-социологических концепций, выделив следующие подходы:

- экологический, в соответствии с которым рынок предстает как совокупность ниш, занятых разными популяциями организаций;
- структурный, анализирующий рынок как совокупность сетевых связей между его участниками;
- неинституциональный, акцентирующий роль правил в функционировании рынка;
- политико-экономический, анализирующий роль властных отношений во взаимодействии между участниками рынка;
- социокультурный, представляющий рынок как культурный конструкт;
- феноменологический, определяющий рынок с точки зрения совокупности intersubъективных значений, выработанных его участниками;
- политико-культурный, связанный с пониманием рынка как организационного поля.

Кратко рассмотрим эти подходы.

**Рынок как множество организационных популяций.** Начнем с понятийной схемы экологического подхода в теории организаций, или так называемой *популяционной экологии*. Его первоначальные истоки связываются с социальной экологией [human ecology], возникшей в начале 1950-х годов усилиями А. Хоули<sup>9</sup>, а появление собственной теоретической программы – с классической статьей М. Хэннана и Дж. Фримена, опубликованной в 1977 г. в «American Journal of Sociology»<sup>10</sup>. К концу 1980-х годов данное направление достигло развитого состояния, став одним из важных течений современной экономической социологии и организационной теории<sup>11</sup>. Среди других его представителей следует упомянуть Г. Кэрролла и Х. Олдрича<sup>12</sup>.

В отличие от традиционной теории организаций, *рынок* представлен здесь как сегментированное пространство, в котором сосуществуют и взаимодействуют не отдельные фирмы, а разные *популяции организаций* [population of organizations]. Какой смысл вкладывается в понятие популяции? Под ней понимается совокупность фирм, обладающих гомогенной организационной формой; это класс организаций, которые относительно схожи с точки зрения своего соответствия [fitness] изменчивой окружающей среде и своей уязвимости перед ее изменениями. Подобный перенос акцента на уровень популяции подчеркивает, что развитие рынка не является делом отдельной адаптирующейся организации. Оно имеет *интерактивный* характер и зависит от того, как приспосабливаются к изменениям другие организации данной популяции и организации смежных популяций, которые конкурируют друг с другом за ресурсы и признание (легитимацию).

В свою очередь, ключевое понятие *организационной формы* определяется как комбинация ограниченных ресурсов, позволяющая извлекать доход за счет эксплуатации определенной рыночной ниши. Это своего рода «хранилище компетенций» (Х. Олдрич), основа стратегических решений менеджеров, складывающаяся из элементов формальных административных правил, неформального нормативного порядка и распространенных в организации принципов действия. Соответственно, *рыночная ниша* [market niche] – это часть сегментированного рыночного пространства, в которой воспроизводятся относительно устойчивые связи данной организационной формы с определенными группами поставщиков и потребителей. Иными словами, организационная форма являет собой самостоятельную и целостную хозяйственную структуру, характеристики которой тесно связаны с внешней средой и отвечают ее принципиальным требованиям.

Устойчивость и значимость организационной формы зависит от *ширины рыночной ниши* [niche width], занимаемой данной формой. Эта ширина измеряется отнюдь не только объемом продаж или соответствующей долей рынка. Она характеризуется такими параметрами как: товарный ассортимент и спектр оказываемых услуг, ценовой диапазон и

---

<sup>9</sup> См.: Hawley A. Human Ecology. N.Y.: Ronald, 1950.

<sup>10</sup> См.: Ханнан М., Фримен Дж. Популяционная экология организаций // Вестник С.-Петербургского ун-та. Сер. Менеджмент. 2004. № 3. С. 51–83. Более полное изложение взглядов данных авторов см.: Hannan M., Freeman J. Organizational Ecology. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1989.

<sup>11</sup> Обзорную характеристику данного подхода см.: Радаев В.В. Популяционная экология организаций: как возникает разнообразие организационных форм // Российский журнал менеджмента. 2005. Т. 3. № 2. С. 99–108; Carroll G. Organizational Ecology // Annual Review of Sociology. 1984. Vol. 10. P. 71–93.

<sup>12</sup> См.: Олдрич Х. Предпринимательские стратегии в новых организационных популяциях // Западная экономическая социология: Хрестоматия современной классики. С. 211–225 или Российский журнал менеджмента. 2005. Т. 3. № 2. С. 139–154 или Экономическая социология. 2005. Т. 6. № 4. <http://www.ecsoc.msses.ru>. См. также: Кэрролл Г. Концентрация и специализация: динамика ширины ниши в организационных популяциях // Российский журнал менеджмента. 2005. Т. 3. № 2. С. 119–138; Aldrich H. Organizations Evolving. L.: Sage, 1999; Carroll G. (ed.). Ecological Models of Organizations. Cambridge: Ballinger, 1988.

характер целевых потребительских групп, число хозяйственных объектов и их территориальное расположение.

От чего зависит ширина ее рыночной ниши [niche width]? Во многом – от совершенного ранее менеджерами организации стратегического выбора между дженерализмом и специализацией. *Специализация* означает лучшее приспособление к существующим условиям среды при соответствующем повышении риска в случае изменения этих условий. *Дженерализм*, напротив, делая упор на более общие навыки, ведет к снижению эффективности использования нынешних условий, но гарантирует повышенную гибкость при изменениях организационной среды. Вложения в более общие навыки приводят к созданию относительно избыточных возможностей [excess capacity], которые кажутся ненужными потерями с позиций сегодняшнего дня, но могут понадобиться завтра. Все это означает, что в стабильной среде наиболее приспособленными чаще всего оказываются фирмы-специалисты, которые наилучшим образом соответствуют ее сегодняшним требованиям, а в динамично изменяющейся среде способны выигрывать фирмы-дженералисты, обладающие более универсальными навыками<sup>13</sup>.

Важным показателем жизнеспособности и перспектив развития организационной формы выступает степень *заполнения рыночной ниши* и соответственно *плотность* освоившей ее организационной популяции [population density]. Нишу можно считать заполненной, когда участники рынка, использующие одну и ту же организационную форму, начинают активно претендовать на один и тот же круг поставщиков или потребителей.

Экологический подход рассматривает эволюцию рынка как процесс *отбора* [selection] организационных форм, напоминающий естественный отбор в биологической среде, порождаемый конкурентной борьбой, или состязательностью рыночных отношений, где ставкой является выживание или вытеснение с рынка.

Представители популяционной экологии обращают внимание на то, что хотя и существует возможность эволюции и видоизменения существующих организационных форм под давлением хозяйственной среды, развитие новых организационных форм чаще всего происходит за счет уничтожения старых. Точнее, на первой стадии конкуренции, когда рыночная ниша не заполнена, новая форма, возникнув, некоторое время может сосуществовать рядом с прежними формами, но затем ее распространение приводит старые формы к неминуемому упадку. *Структурная инерция* [structural inertia] старых организационных форм оказывается сильнее их адаптивных возможностей. Она обусловлена фиксированными репертуарами действий (подобными генотипу у живых организмов) и характеристиками, впечатанными в них [imprinted] с момента истории возникновения. Эта инерция формируется под воздействием как внутренних, так и внешних факторов. К внутренним факторам относятся: ранее сделанные инвестиции в специфические активы и навыки; ограниченные возможности сбора и обработки информации; негативные политические реакции на нарушения равновесного состояния во внутриорганизационном распределении ресурсов; установленные в организации нормативные порядки. Внешние же факторы проявляются посредством: действия административных и финансовых барьеров входа на рынок и выхода с него; давление со стороны других организаций, имеющих сходную структуру; возникновение проблем легитимации организационных форм<sup>14</sup>.

---

<sup>13</sup> Различию между специализированными и дженералистскими организациями предшествовало введенное ранее разделение бюрократической и ремесленной [craft] форм организаций (см.: *Stinchcombe A. Bureaucratic and Craft Administration of Production: A Comparative Study // Administrative Science Quarterly. 1959. Vol. 4. P. 168–187*). Заметим, что в начале 1980-х годов А. Стинчкомб опубликовал книгу под заглавием «Экономическая социология» (см.: *Stinchcombe A. Economic Sociology. N.Y.: Academic Press, 1983*).

<sup>14</sup> См.: *Ханнан М., Фримен Дж.* Популяционная экология организаций // Вестник С.-Петербургского ун-та. Сер. Менеджмент. 2004. № 3.

В результате структурной инерции организации предстают как относительно устойчивые образования, противостоящие изменчивой и неопределенной внешней среде. При этом отдельные компании, ранее опиравшиеся на старые организационные формы, в состоянии выжить, но их успешное развитие возможно, чаще всего, только в случае смены этих организационных форм, т.е. перехода в новую рыночную нишу – сегмент рыночного пространства, размеченный конкурентами.

Осталось добавить, что для одержания победы новая организационная форма должна не просто быть экономически эффективной. Она также должна доказать свою *легитимность* и по возможности дезавуировать другие формы – как неэффективные, нарушающие закон или не заслуживающие доверия (например, показать, что они не платят налоги, нарушают интересы потребителя, распространяют контрафактную продукцию и т.п.).

Это, в частности, помогает объяснить следующий парадокс: в период возникновения новой организационной формы, когда новая рыночная ниша еще относительно свободна, частота создания новых организаций оказывается ниже, а уровень их «смертности» – выше, чем в период, когда новая ниша уже в значительной степени заполнена. При прочих равных условиях, эта частота возрастает по мере увеличения плотности популяции, а затем, достигнув определенной точки, вновь начинает уменьшаться<sup>15</sup>. Дело в том, что пионеры, или организационные инноваторы, сталкиваются с обостренными проблемами легитимации новых организационных форм, вызываемые, согласно А. Стинчкомбу, явлением «уязвимости нового» [liability of newness]. В отличие от многочисленных имитаторов, которые идут по их стопам и, по словам Х. Олдрича, «купаются в океане доверия», инноваторам приходится прилагать особые усилия к завоеванию этого доверия. Они должны сконструировать и поддерживать идентичность человека, с которым можно иметь дело, а также сформировать имидж вновь созданной организационной формы, представив ее как нечто очевидное и, более того, расцениваемое окружающими как эффективное. Тем самым, речь идет «о двух аспектах легитимации: *когнитивной легитимации* — посредством которой организационная форма начинает восприниматься как сама собой разумеющаяся, и *социополитической легитимации* — посредством которой в условиях уже существующих норм и законов общества новые формы начинают восприниматься как уместные и правильные»<sup>16</sup>.

Характерной чертой современного экологического подхода является его выраженная *эмпирическая ориентация*. Кроме использования впечатляющих по масштабу выборок, сторонники этого подхода пытаются проследить как можно более полную историю эволюции организационной популяции в самых разных отраслях<sup>17</sup>.

Как измеряются результаты отбора тех или иных организационных форм? Вместо традиционных показателей объема продаж предлагается использовать индексы *организационной демографии*: «рождаемости» и «смертности» предприятий определенной формы, измеряемые числом фирм, которые возникли или, наоборот, распались в течение определенного периода времени. Превышение «рождаемости» над «смертностью» и является свидетельством успешного отбора той или иной организационной формы.

Добавим, что приверженность экологического подхода эволюционистским взглядам создает платформу для объединения разнодисциплинарных сил – от биологии до социальных наук.

---

<sup>15</sup> См.: Олдрич Х. Предпринимательские стратегии в новых организационных популяциях. С. 213.

<sup>16</sup> Там же. С. 223.

<sup>17</sup> Например, Г. Кэрролл использует огромный массив данных за период 1800-1975 гг., включающий 2808 организаций американской газетной индустрии (см.: Кэрролл Г. Концентрация и специализация: динамика ширины ниши в организационных популяциях // Российский журнал менеджмента. 2005. Т. 3. № 2. С. 119–138). Об эмпирической ориентации популяционных экологов см., например: Олдрич Х. Интервью // Экономическая социология. 2004. Т. 5. № 5. С. 6–19. <http://www.ecsoc.msses.ru>.

Уделяя повышенное внимание механизму конкуренции и проблеме равновесия в распределении организационных форм, этот подход становится в чем-то близким неоклассической экономической теории, хотя и не предполагает, что конкуренция приведет непременно к отбору наиболее оптимальных вариантов. Делая акцент на социальных механизмах отбора организационных форм, экологический подход привлекает к себе внимание экономсоциологов. В свою очередь, скрупулезный анализ внутренних и внешних факторов, влияющих на успех или провал той или иной организационной формы, несомненно интересен для широкого круга специалистов, занимающихся проблемами менеджмента и предпринимательской активности.

**Рынок как переплетение социальных сетей.** Итак, под рынком может пониматься совокупность ниш, занимаемых игроками с разными организационными формами. Но, по справедливому замечанию У. Бейкера и его коллег: «в дополнение к демографии фирм нам нужна демография межорганизационных отношений»<sup>18</sup>. Поэтому рынок может быть представлен совершенно иначе, – например, как переплетение *социальных сетей* [social networks], под которыми понимается *совокупность устойчивых связей между участниками рынка*.

Это, разумеется, не означает, что рынок сводится исключительно к наличию сетей, просто сети рассматриваются как ключевой элемент, определяющий структуру рынка и профиль его участников. В соответствии с данным подходом, рынки различаются прежде всего структурой сложившихся связей, а рыночная ниша каждого участника, его конкурентоспособность и, более того, сама идентичность определяются не столько собственными свойствами организации (формами собственности, квалификацией работников, раскрученностью бренда), сколько их позиционированием в сетях. Воистину: скажи мне, кто твои партнеры, и я скажу, кто ты. Причем, эти устойчивые связи между индивидами и фирмами невозможно втиснуть в рамки традиционной дихотомии «рынок – иерархия», которой оперирует, в частности, новая институциональная экономическая теория<sup>19</sup>. Они находятся между двумя полюсами, предполагая более сложную логику взаимодействия, нежели контрактные отношения между автономными участниками рынка или управленческий диктат интегрированной фирмы.

У истоков сетевого подхода в экономической социологии стояли М. Грановеттер<sup>20</sup>, опубликовавший в середине 1970-х годов несколько работ о сетевой организации рынка труда, а также его учитель Х. Уайт<sup>21</sup> (в первую очередь речь идет о его статье, опубликованной в 1981 г. «Откуда появляются рынки?»)<sup>22</sup>. К середине 1990-х годов данное направление заняло одно из ключевых мест – в первую очередь, благодаря работам Р. Бёрта, У. Бэйкера, У. Пауэлла<sup>23</sup>, Д. Старка<sup>24</sup> и Б. Уци<sup>25</sup>.

---

<sup>18</sup> См.: Бейкер У., Фолкнер Р., Фишер Дж. Риски рынка: продолжение и разрыв межорганизационных рыночных связей // Экономическая социология. 2006. Т. 7. № 3. 2006.

<sup>19</sup> См.: Williamson O.E. Markets and Hierarchies: Analysis and Antitrust Implications. N.Y.: Free Press, 1975.

<sup>20</sup> Интервью с М. Грановеттером см.: Экономическая социология: автопортреты / Отв. ред. В.В. Радаев, М.С. Добрякова. М.: Изд. дом ГУ–ВШЭ, 2006. С. 40–47 или Экономическая социология. 2002. Т. 3. № 1. С. 5–11.

<sup>21</sup> Интервью с Х. Уайтом см.: Экономическая социология: автопортреты. С. 179–189 или Экономическая социология. 2004. Т. 5. № 1. С. 6–14.

<sup>22</sup> White H. Where Do Markets Come From? // American Journal of Sociology. 1981. Vol. 87. P. 517–547. Среди более поздних работ см.: Уайт Х. Рынки и фирмы: размышления о перспективах экономической социологии // Экономическая социология: Новые подходы к институциональному и сетевому анализу / Сост. и науч. ред. В.В. Радаев. М.: РОССПЭН, 2002. С. 96–118; White H.C. Markets from Networks: Socioeconomic Models of Production. Princeton: Princeton University Press, 2002.

<sup>23</sup> Интервью с У. Пауэллом см.: Экономическая социология: автопортреты. С. 122–130 или Экономическая социология. 2003. Т. 4. № 1. С. 6–12.

Сетевой подход исходит из простой предпосылки о том, что участники рынка, вступая в добровольный рыночный обмен, с большей вероятностью завязывают отношения с теми, с кем они имели дело ранее, убедившись в надежности уже известных им партнеров. При регулярно повторяющихся актах обмена для участника рынка становится важным *опыт предыдущего взаимодействия*. Для него постоянные партнеры, в случае успеха прежних попыток, имеют приоритет перед новыми партнерами<sup>26</sup>. Это означает, что участник рынка исходит прежде всего из *персонального взаимного доверия* [personal reciprocal trust], где предпочтения отдаются «своим», проверенным, а не «чужим», случайным контрагентам, а способность к формальной калькуляции издержек и выгод часто уступает место мобилизации ресурсов *социального капитала*.

Этим ни в коей мере не отрицается наличие и значимость случайных рыночных связей [arm's-length ties] на рынке. Но подчеркивается, что при выборе контрагентов участники рынка зачастую предпочитают структурно укорененные связи [embedded ties]. Как показал Б. Уци на основе эмпирических исследований, наибольшего успеха могут достигать фирмы, использующие разумные сочетания случайных и укорененных связей<sup>27</sup>. Добавим, что в случае укорененных связей речь идет о чем-то большем, нежели простая регулярность (повторяемость) обмена. Между его контрагентами возникает специфическая *избирательность*, вырастающая из общности каких-то признаваемых ими социальных признаков – сходство образования, общее место рождения, принадлежность к одной этнической группе, общий круг знакомых, которые могут дать рекомендации, и т.п.

В любом случае, с точки зрения данного подхода оказывается, что рынок в значительной мере складывается из действий не автономных по отношению друг к другу участников, которые находятся в отношениях связанности и взаимозависимости, причем, именно эти качества делают его устойчивым. Это также означает, что организуя свою деятельность, участники рынка исходят не только из узкоэгоистического интереса, проявляющегося в ожидании возмещения затрат и получения выгоды по принципу «здесь и сейчас», но на принципах реципрокности (взаимности), когда выгода может быть получена в будущем, причем в иной, неэквивалентной, форме и, к тому же, от других агентов сетевого сообщества<sup>28</sup>.

Сетевые подходы нашли применение в самых разных областях социологии рынков и теории хозяйственных организаций. Так, они широко используются при анализе рынков труда.

---

<sup>24</sup> Интервью с Д. Старком см.: Экономическая социология: автопортреты. С. 153–161 или Экономическая социология. 2001. Т. 2. № 5. С. 6–14.

<sup>25</sup> Пауэлл У., Смит-Дор Л. Сети и хозяйственная жизнь // Западная экономическая социология: Хрестоматия современной классики. С. 226–280 или Экономическая социология. 2003. Т. 4. № 3. С. 61–105; Старк Д. Гетерархия: неоднозначность активов и организация разнообразия // Экономическая социология: Новые подходы к институциональному и сетевому анализу. С. 47–95 или Экономическая социология. 2001. Т. 2. № 2. С. 115–132; Уци Б. Источники и последствия укорененности для экономической эффективности организаций: влияние сетей // Экономическая социология. 2007. Т. 8. № 3. С. 44–60; Baker W. Networking Smart. N.Y.: McGraw Hill, 1994; Burt R.S. Structural Holes: The Social Structure of Competition. Cambridge, Harvard University Press, 1995.

<sup>26</sup> Высказывалось мнение, что постоянное, рутинное возобновлении контрактных отношений уже не относится к рыночной форме хозяйства (см.: Ходжсон Дж. Экономическая теория и институты: Манифест современной институциональной экономической теории. М.: Дело, 2003. С. 259). С подобной позицией мы никак не можем согласиться.

<sup>27</sup> Уци Б. Источники и последствия укорененности для экономической эффективности организаций: влияние сетей // Экономическая социология. 2007. Т. 8. № 3. С. 44–60.

<sup>28</sup> В этом пункте сетевой подход обнаруживает содержательную связь со структурной теорией обмена, разработанной антропологами (М. Моссом, К. Поланьи и др.) (см.: Collins R. Theoretical Sociology. San Diego: Harcourt Brace Jovanovich, 1988. P. 415–419).

Неоднократно отмечалось, что люди чаще ищут работу и успешнее ее находят через личные неформальные контакты, нежели путем прямого обращения на предприятия и изучения формальных объявлений о вакансиях. Связи помогают не только находить работу, но и успешно продвигаться по служебным лестницам, делать карьеру. При этом, чем более квалифицированными являются работники, тем вероятнее, что они прибегнут к такого рода личным контактам. Наконец, более эффективными оказываются не *сильные связи* [strong ties] с родственниками и близкими друзьями, а, напротив, *слабые связи* [weak ties] с коллегами и знакомыми<sup>29</sup>. Слабые связи помогают не замыкаться в узком кругу, по которому циркулирует одна и та же информация. Они выводят на другие кластеры сети, пролагая путь к новым контактам и дополнительным источникам информации.

Сходная идея развивается в отношении предпринимательской деятельности Р. Бёртом, который вводит понятие «*структурных пустот*» [structural holes]. Структурная пустота образуется в том случае, когда контрагенты того или иного хозяйственного агента не связаны между собой, т.е. принадлежат к разным сетям (или разным фрагментам одной сети), их взаимосвязь осуществляется через данного агента, занимающего центральную позицию. По утверждениям Р. Бёрта, эффективность функционирования фирмы в значительной мере зависит от той степени, в какой этой фирме удалось максимизировать количество структурных пустот в совокупности своих связей. Это порождено как минимум двумя обстоятельствами. Во-первых, каждая нередуцируемая связь [non-redundant tie] выводит агента на какую-то другую сеть или на новый кластер взаимосвязей, в котором циркулирует иная информация, вращаются дополнительные потенциальные и реальные ресурсы. Во-вторых, что не менее важно, нахождение в центре несводимой связи позволяет агенту манипулировать действиями своих контрагентов, которые не имеют возможности прояснить характер отношений путем непосредственных контактов друг с другом. Возможность выступить в роли посредника или просто наличие выбора между конкурентами приносит немалые выгоды в состязательном обмене, предоставляя больше возможностей при определении его условий. По выражению Бёрта, *tertius gaudens* (выигрывает третий. – *лат.*), ибо он способен действовать по известному принципу «разделяй и властвуй». Именно в этой максимизации и эффективном использовании структурных пустот, считает он, и состоит суть предпринимательской деятельности<sup>30</sup>.

С помощью сетевого подхода объясняются самые разные явления, в том числе, феномен *этнического предпринимательства*. Практически во всех странах обнаруживаются этнические меньшинства, которые преуспевают на почве предпринимательской деятельности, обгоняя и вытесняя другие этнические группы и титульные этносы. При этом исследователями замечено, что явно добиваются успеха те этнические меньшинства, у которых взаимовыгодный рыночный обмен подкрепляется высокой интенсивностью сетевых связей, и через них оказывается коллективная поддержка соплеменников. Сети взаимной поддержки позволяют сначала принять решение о миграции, затем обустроиться на новом месте, найти работу, перевезти свои семьи и, наконец, открыть собственное дело. Благодаря этим сетям передается знание возможностей рынка, предоставляются льготные или даже

---

<sup>29</sup> См.: *Granovetter M.* The Strength of Weak Ties // *American Journal of Sociology.* 1973. Vol. 78. P. 1360–1380; *Granovetter M.* Getting a Job: A Study of Contacts and Careers. Cambridge: Harvard University Press, 1974.

<sup>30</sup> См.: *Burt R.S.* Structural Holes: The Social Structure of Competition. Cambridge: Harvard University Press, 1995; *Burt R.S.* On Social Structure of Competition // *Explorations in Economic Sociology* / Ed. by R. Swedberg. N.Y.: Russell Sage Foundation, 1993. P. 65–103.

беспроцентные кредиты, обеспечивается дешевая и лояльная рабочая сила, гарантируется определенный внутренний спрос на производимые товары<sup>31</sup>.

С помощью сетевого подхода изучаются самые разные структурные конфигурации, формирующиеся из сетей фирм на рынках. С одной стороны, анализируется деятельность бизнес-групп, завязывающих многие предприятия в один деловой контур (наподобие японских кейрецу, корейских чеболей или российских интегрированных бизнес-групп<sup>32</sup>). В том числе, важную роль играет изучение «переплетенного директората» [interlocking directorships], выявляющее роль сетевых связей на уровне советов директоров в принятии стратегических решений<sup>33</sup>.

С другой стороны, исследуются разветвленные горизонтальные сети формально независимых фирм, что характерно, например, для кластеров малых фирм<sup>34</sup>. О функционировании подобных сетей малых предприятий прекрасно известно из опыта *индустриальных районов* Третьей Италии<sup>35</sup> или Силиконовой долины в США<sup>36</sup>, где на небольших по размеру территориях происходило «взрывное» по характеру развитие малых фирм, часто производящих одну и ту же или сходную продукцию. Соседствующие фирмы находились в состоянии жесткой конкуренции, которая заставляла их постоянно учиться друг у друга, перенимать технологические и организационные инновации в процессе институционального изоморфизма. Они взрастали на почве интенсивного обмена знаниями и информацией, горизонтальной мобильности квалифицированных кадров, мигрирующих между фирмами, встроенными в единую сеть альянсов, и общей поддерживающей инфраструктуры<sup>37</sup>.

Наряду с исследованием горизонтальной организации сетей, особым направлением сетевого анализа рынков стало изучение *цепей поставок* [supply chains], или цепей добавления стоимости [value added chains], связывающих производителей, дистрибьюторов и продавцов данной продукции по вертикали. В последние десятилетия эти цепи все более активно преодолевают национальные границы, вырастая в глобальные товаропроводящие цепи [global commodity chains]<sup>38</sup>.

---

<sup>31</sup> См.: Уолдинггер Р., Олдрич Х., Уорд Р. Этнические предприниматели // Западная экономическая социология: Хрестоматия современной классики. С. 340–365; Радаев В.В. Этническое предпринимательство: Мировой опыт и Россия // Полис. 1993. № 5. С. 79–87.

<sup>32</sup> См.: Granovetter M. Business Groups and Social Organizations // The Handbook of Economic Sociology / Ed. by N. Smelser, R. Swedberg. 2<sup>nd</sup> ed. Princeton: Princeton University Press, 2005. P. 429–450.

<sup>33</sup> См.: Mintz B., Schwartz M. The Power Structure of American Business. Chicago: University of Chicago Press, 1985; Stearns L.B., Mizruchi M. Corporate Financing: Social and Economic Determinants // Explorations in Economic Sociology. P. 279–307.

<sup>34</sup> См.: Perrow C. Small Firm Networks // Explorations in Economic Sociology. P. 377–402.

<sup>35</sup> См.: Brusco S. The Emilian Model: Productive Decentralisation and Social Integration // Cambridge Journal of Economics. 1982. Vol. 6. P. 167–184.

<sup>36</sup> См.: Saxenian A. Regional Advantage: Culture and Competition in Silicon Valley and Route 128. Cambridge: Harvard University Press, 1994; Флигстин Н. Государство, рынки и экономической рост // Экономическая социология. 2007. Т. 8. № 2. С. 41–60.

<sup>37</sup> Эти процессы на примере американской биотехнологической промышленности, см.: Powell W., Brantley P. Competitive Cooperation in Biotechnology: Learning through Networks? // Networks and Organizations: Structure, Form, and Action / Ed. by N. Nohria, R. Eccles. Boston: Harvard Business School Press, 1992.

<sup>38</sup> См.: Gereffi G., Korzeniewicz M. (eds.). Commodity Chains and Global Capitalism. Westport: Praeger, 1994; Каплински Р. Распространение положительного влияния глобализации. Какие выводы можно сделать на основании анализа цепочки накопления стоимости? Пер. с англ. Препринт WP5/2002/03. М.: ГУ–ВШЭ, 2002.

Сетевой подход плодотворно используется и при анализе таких гибких форм организации продаж как *сетевой маркетинг* [direct selling organizations], который отрицает многие каноны построения и рынка, и классической бюрократической организации (это прекрасно показала Н. Биггарт в своей книге о «харизматическом капитализме»<sup>39</sup>).

Важно и то, что сети образуются не только в результате взаимодействия между продавцами и покупателями продуктов и услуг. Они также вырастают из связей между прямыми конкурентами, не осуществляющими взаимных экономических транзакций. Здесь значение сетей выходит за рамки непосредственного взаимодействия. Такие сети возникают вследствие постоянного наблюдения (мониторинга) за действиями фирм, поставляющих те же или сходные продукты и услуги. Так, Х. Уайт показывает, что фирмы группируются в кластеры не по наличию и характеру непосредственных связей, а по принципам структурного соответствия и *структурной эквивалентности* [structural equivalence] в соотношениях объема–цены–качества продуктов и услуг<sup>40</sup>. Рынок в данной концепции – не просто сфера обмена благами и не жесткая структура, ячейки которой заполняются отдельными фирмами. Это прежде всего сложный *сигнальный механизм*, который помогает фирмам выбрать и обустроить под себя определенные рыночные ниши в виде сетевых связей с поставщиками и потребителями. Эти ниши не существуют в готовом виде. Их образование и выстраивание в особый отраслевой рынок происходит в результате наблюдения и взаимного соотнесения действий контрагентов. Таким образом, действия по созданию отдельной фирмы оказываются одновременно элементом согласованных действий по созданию рынка<sup>41</sup>.

Почему все эти сетевые образования оказываются жизнеспособными, и что в них происходит? Постоянные контакты позволяют участникам сетей обмениваться полезной информацией, осуществлять взаимоконтроль и оперативно разрешать конфликтные ситуации. Длительное знание друг друга помогает формировать социальный капитал в виде накопленных взаимных обязательств, формировать доверие и деловые репутации. Посредством сетей поддерживается конкурентное напряжение и одновременно оказывается взаимная поддержка, нацеленная на общую стабилизацию рынка. Сети позволяют также сформировать структуры представительства коллективных интересов. На их основе формируются ассоциации, лоббирующие интересы отдельных групп в структурах государственной власти. В итоге контрактные отношения между участниками рынка дополняются социальными отношениями и отчасти замещаются ими, что не только не мешает, но, напротив, стимулирует получение взаимной выгоды от рыночного обмена.

**Рынок как совокупность институтов.** Сетевой подход фиксирует наличие или отсутствие связей между участниками рынка, помогает определить их частоту и плотность, представить общую конфигурацию контактов. Но сама по себе, эта конфигурация немного говорит о содержании и характере связей. В силу своей многозначности они могут по-разному интерпретироваться участниками рынка в зависимости от контекста или поставленных ими целей. Но главное, социальные отношения не сводятся к непосредственному взаимодействию и включают надындивидуальные образования, которые предпосланы

---

<sup>39</sup> См.: Biggart N. Charismatic Capitalism: Direct Selling Organizations in America. Chicago: University of Chicago Press, 1989.

<sup>40</sup> «Рынки представляют собой хорошо различимые группы производителей [tangible cliques of producers], которые наблюдают друг за другом. Давление со стороны покупателей создает своеобразное зеркало, в котором производители видят не потребителей, а самих себя» (White H.C. Where do Markets Come From? // American Journal of Sociology. 1981. Vol. 87. P. 543).

<sup>41</sup> Уайт Х. Рынки и фирмы: взаимообусловленное возникновение // Экономическая социология: новые подходы к институциональному и сетевому анализу. С. 96–118; White H.C. Markets from Networks: Socioeconomic Models of Production. Princeton: Princeton University Press, 2002.

любым рыночным сделкам<sup>42</sup>. Именно на такие образования, не сводимые к интеракциям между участниками рынка, и обращают внимание неинституционалисты, для которых рынок предстает прежде всего как совокупность институтов<sup>43</sup>.

В своем исходном определении *институты* понимаются как правила поведения в повседневной деятельности и способы поддержания этих правил<sup>44</sup>. Сами же *правила* трактуются как регулятивные принципы, подкрепленные легитимными правовыми или социальными нормами, которые либо разрешают какой-то способ рыночного обмена как возможный, либо предписывают его как желательный, либо, наоборот, запрещают его, считая неприемлемым. Таким образом, институты одновременно ограничивают и стимулируют повседневные действия участников рынка. Они не устраняют добровольности обмена, но скорее экономят издержки поиска нужного варианта, предлагают готовые схемы действий, позволяют совершать выбор и предсказывать действия других участников. Институты включают и определенный культурный элемент – вырабатываемые общие понимания [shared understandings], позволяющие более или менее однозначно интерпретировать правила поведения и, следовательно, эффективно координировать свои действия с другими участниками рынка.

Течение нового институционализма в социологии возникло в США и было тесно связано с теорией организации. Появление этой разновидности нового институционализма относят к моменту опубликования статей Дж. Мейера в конце 1970-х годов<sup>45</sup>. В полной мере оно заявило о себе в конце 1980-х — начале 1990-х годов. В числе ведущих исследователей здесь следует отметить У. Бейкера, Н. Биггарт<sup>46</sup>, П. Димаджио, В. Ни, Н. Флигстина и др.<sup>47</sup> Своего рода институционализация направления произошла с выходом сборника под редакцией

---

<sup>42</sup> По замечанию Н. Флигстина: «Ограничиваться одним лишь анализом сетей – значит, игнорировать государства, фирмы, владельцев капитала, правила, законы и практики, которые в первую очередь и позволяют акторам образовывать данные сети» (*Fligstein N. Agreements, Disagreements, and Opportunities in the “New Sociology of Markets” // The New Economic Sociology: Developments in an Emerging Field / Ed. by M. Guillen et al. N.Y.: Russell Sage Foundation, 2002. P. 70).*

<sup>43</sup> «Мы определяем рынок как набор социальных институтов, в рамках которых регулярно происходит большое количество актов обмена специфического типа, причем данные институты в известной мере способствует этим актам обмена и придают им структуру... Короче говоря, рынки – это организованный и институционализированный обмен» (*Ходжсон Дж. Экономическая теория и институты: манифест современной институциональной экономической теории. С. 254).*

<sup>44</sup> «Институты — это правила, механизмы, обеспечивающие их выполнение, и нормы поведения, которые структурируют повторяющиеся взаимодействия между людьми» (*Норт Д.К. Институты и экономический рост: историческое введение // THESIS. 1993. Т. 1. Вып. 2. С. 73. <http://ecsocman.edu.ru/thesis>).*

<sup>45</sup> См.: *Meyer J., Rowan B. Institutionalized Organizations: Formal Structure as Myth and Ceremony // The New Institutionalism in Organizational Analysis / Ed. by W. Powell, P. DiMaggio. Chicago: University of Chicago Press, 1991. P. 41–62.*

<sup>46</sup> Интервью с Н. Биггарт см.: *Экономическая социология: автопортреты. С. 18–24 или Экономическая социология. 2002. Т. 3. № 3. С. 6–11.*

<sup>47</sup> См.: *Биггарт Н. Социальная организация и экономическое развитие // Экономическая социология: Новые подходы к институциональному и сетевому анализу. С. 252–264 или Экономическая социология. 2003. Т. 4. № 1. С. 45–63; Флигстин Н. Рынки как политика: политико-культурный подход к рыночным институтам // Западная экономическая социология: Хрестоматия современной классики. С. 185–210 или Экономическая социология. 2003. Т. 4. № 1. С. 45–63; Baker W., Faulkner R., Fisher G. Hazards of the Market: The Continuity and Dissolution of Interorganizational Market Relationships // *American Sociological Review. 1998. Vol. 63. P. 147–177; Brinton M., Nee V. (eds.). The New Institutionalism in Sociology. N.Y.: Russell Sage Foundation, 1998; DiMaggio P. Cultural Aspects of Economic Action and Organization // Beyond the Marketplace: Rethinking Economy and Society / Ed. by R. Friedland, A.F. Robertson. N.Y. Aldine de Gruyter, 1990. P. 113–136; Fligstein N. The Transformation of Corporate Control. Cambridge: Harvard University Press, 1990; Orru M., Biggart N., Hamilton G. The Economic Organization of East Asian Capitalism. L.: Sage, 1997.**

У. Пауэлла и П. Димаджо<sup>48</sup>. Наконец, в каком-то смысле обобщенным выражением достижений нового институционализма можно считать книгу Н. Флигстина «Архитектура рынков»<sup>49</sup>.

Данное направление развивается в отчетливо выраженной связи с более ранним течением — новой институциональной экономической теорией, заимствуя у нее многие термины и концептуальные схемы. Прежде всего, речь идет о концепциях прав собственности [property rights] и транзакционных издержек [transaction costs]; принимается идея неполной и асимметричной информации, затрудняющей заключение всеобъемлющих контрактов; используется заимствованная у Г. Саймона предпосылка ограниченной рациональности хозяйственных агентов [bounded rationality]; обращается внимание на важную роль оппортунизма в их поведении, выражаемого в обмане и воровстве, сокрытии или искажении информации, — говоря словами О. Уильямсона, в следовании своему интересу неблагоприятными средствами [self-interest seeking with guile]. С явной симпатией относятся неинституционалисты к идее отношенческой контрактации [relational contracting], где важную роль играет идентичность сторон. Она позволяет поддерживать долгосрочные деловые контакты и периодически согласовывать контрактные и внеконтрактные условия без обращения в суд и к помощи прочих посредников<sup>50</sup>.

Эмпирические исследования хозяйственных институтов начинались здесь с изучения сектора некоммерческих организаций и поставщиков общественных благ в сфере образования, здравоохранения и т.п., а затем были распространены на основные рыночные сектора хозяйства<sup>51</sup>. Сегодня здесь можно встретить фактически любую отрасль — от легкой промышленности до финансовых рынков. Затем от анализа отдельных рынков на национальном уровне перешли к все более активным *международным сопоставлениям и компаративным исследованиям* «институциональных логик» организации рынка. Причем, наиболее популярным стало сравнение США и западно-европейских стран с Японией и растущими «тиграми» Юго-Восточной Азии. Вслед за «открытием» Азии появился и более явный интерес к странам Латинской Америки. Здесь уместно сослаться на работы Н. Биггарт, М. Гиллена, М. Орру, Г. Хамильтона<sup>52</sup>, а также на труды по сравнительному анализу множественных моделей капитализма, к которым мы вернемся чуть ниже.

Параллельно американскому течению развивается и получает все большую известность новый французский институционализм, более известный как *экономическая теория конвенций*<sup>53</sup>. В отличие от многих других направлений, принадлежность к которым

---

<sup>48</sup> См.: Powell W., DiMaggio P. (eds.). The New Institutionalism in Organizational Analysis. Chicago: University of Chicago Press, 1991.

<sup>49</sup> См.: Fligstein N. Architecture of Markets: An Economic Sociology of Twenty-First-Century Capitalist Societies. Princeton: Princeton University Press, 2001. Интервью с Н. Флигстином см.: Экономическая социология: автопортреты. С. 203–213 или Экономическая социология. 2002. Т. 3. № 3. С. 12–20.

<sup>50</sup> «Обезличенные контрактные связи заменяются отношениями, в которых имеет значение взаимное признание сторон [pairwise identity]» (Williamson O.E. Transaction Cost Economics and Organization Theory // The Handbook of Economic Sociology / Ed. by N. Smelser, R. Swedberg. Princeton: Princeton University Press, 1994. P. 91).

<sup>51</sup> Powell W. Expanding the Scope of Institutional Analysis // The New Institutionalism in Organizational Analysis. P. 183–184.

<sup>52</sup> Orru M., Biggart N., Hamilton G. The Economic Organization of East Asian Capitalism. L.: Sage, 1997; Биггарт Н., Гиллен М. Выявление различий: социальная организация и формирование автомобильных производств в Южной Корее, Тайване, Испании и Аргентине // Экономическая социология. 2006. Т. 7. № 2. С. 23–55.

<sup>53</sup> Об этом направлении см.: Jagd S. French Economics of Convention and Economic Sociology // Экономическая социология. 2004. Т. 5. № 4. С. 22–36.

отдельных исследователей зачастую оказывается в некоторой степени условной, здесь ее последователи представляют собой более или менее сплоченную группу, к которой принадлежат в качестве идеологов институциональные экономисты А. Орлеан, Р. Сале, Л. Тевено, О. Фавро, Ф. Эмар-Дюверне<sup>54</sup>, а также социолог Л. Болтански.

Суть экономической теории конвенций состоит в том, что взаимосвязи между агентами могут иметь разное содержание и подвергаться различным интерпретациям. Существует множество «порядков обоснования ценности» [orders of worth], за которыми скрываются свои миры – фундаментальные режимы вовлеченности и связи. Каждому такому порядку соответствуют свои способы координации действий. И рыночный способ представляет лишь один из возможных миров, ему противостоят также индустриальный, домашний, гражданский и другие миры<sup>55</sup>.

В *мире рынка* в качестве основной формы ценности выступает денежная оценка, информация распространяется через цены, ключевым типом отношений является обмен, а квалификация агента оценивается по его(ее) покупательной способности или способности продать товар. Этот рыночный способ координации, регулируемый ценами и краткосрочными калькуляциями, постоянно вступает в противоречие с другими мирами. Среди них выделяется *индустриальный мир*, основанный на технологиях, инвестициях и перспективном планировании. Здесь измеряют в категориях производительности и рассуждают в терминах технологических цепочек, отношения носят скорее функциональный характер, а квалификация оценивается по уровню профессиональных знаний. Рыночному порядку противостоит также *домашний мир*, базирующийся на традиционных и личных взаимосвязях, родстве и локальности, где основной формой ценности является репутация, основным маркером статуса — личный авторитет, информация передается путем изложения накопленного опыта, высока роль взаимного доверия. Наконец, существует логика *гражданского мира*, построенного на коллективных интересах и соблюдении демократических прав, где ценностью является коллективное благо, все споры и рассуждения ведутся в терминах соответствия (или несоответствия) этому общему благу, а информация передается через законодательно закрепленные формальные правила, здесь выстраиваются отношения солидарности, а квалификация агента определяется тем, в какой степени он способен представлять чьи-то интересы.

Нередки случаи, когда один из агентов начинает рассуждать в терминах рыночной эффективности, а другой переистолковывает его рассуждения в индустриальных или гражданских терминах. И при согласовании разных позиций далеко не всегда рыночная аргументация одерживает верх. При этом рыночный порядок (как и все другие порядки) активно претендует на универсальность, и не случайно многими экономистами он воспринимается как универсальный. Но на деле рыночный порядок оказывается лишь одним из способов координации хозяйственных взаимодействий. Более того, он существует благодаря достижению компромисса с другими, нерыночными порядками<sup>56</sup>. Причем, подобная множественность оценок имеющихся и потенциальных ресурсов не становится препятствием для успешного развития фирмы. Сама неоднозначность этих оценок, позволяющая манипулировать ресурсами и переопределять их, становится важнейшим

---

<sup>54</sup> Программную статью этой группы см.: Eymard-Duverany F., Favereau O., Orlean A., Salais R. Thévenot L. Pluralist Integration in the Economic and Social Sciences: The Economy of Conventions // Post-Autistic Economic Review. 2005. No. 34.

<sup>55</sup> См.: Болтански Л., Тевено Л. Социология критической способности // Журнал социологии и социальной антропологии. 2000. Т. 3. № 3. С. 66–83. <http://ecsocman.edu.ru/jssa>

<sup>56</sup> См.: Тевено Л. Рациональность или социальные нормы: преодоленное противоречие? // Экономическая социология. 2001. Т. 2. № 1. С. 88–122.; Тевено Л. Множественность способов координации: равновесие и рациональность в сложном мире // Вопросы экономики. 1997. № 10. С. 69–84.

элементом предпринимательской деятельности<sup>57</sup>. В результате серьезное преимущество получает тот, кто в состоянии задействовать весь арсенал способов координации в разворачивающихся на рынках властных играх<sup>58</sup>.

Важное направление новых институциональных исследований связано с изучением разных сторон *неформальной и теневой экономики*<sup>59</sup>. Известно, что деление на формальные и неформальные правила является фундаментальным для нового институционализма<sup>60</sup>. И нужно сказать, что экономическую социологию неформальная экономика, где господствуют соответствующие правила, интересуют в самой сильной степени.

Исследования неформальной экономики касаются самых разных сфер. Основатель этой концепции К. Харт относил к неформальной экономике сектор самостоятельных работников и мелких предпринимателей, который составляет во многих развивающихся странах нижний, почвенный уровень хозяйственной активности<sup>61</sup>. Речь шла, таким образом, о депривированном, маргинальном секторе рынка, в котором сосредоточены беднейшие городские слои, борющиеся за собственное экономическое выживание.

Несколько иной взгляд на такого рода экономику маргиналов продемонстрировал Э. Де Сото в своей легендарной книге «Иной путь». Для него решающим критерием является отсутствие государственного регулирования. С этой точки зрения неформальная экономика становится способом преодоления административных барьеров, поставленных формальным государственным регулированием, служит проявлением подлинно рыночных сил, приводимых в движение активностью народных масс. Он прекрасно описал процесс распространения новых неформальных правил с их последующей формализацией в законе на примерах стихийного захвата земельной собственности для жилищного строительства, развития нелегальной уличной торговли и нелегального местного транспорта в Перу<sup>62</sup>.

Получили известность исследования неформальной занятости на рынках труда. Сначала эти исследования касались в основном развивающихся стран Третьего мира, затем неформальная экономика была «обнаружена» в посткоммунистических странах и, наконец, выяснилось, что в большей или меньшей степени она присутствует и в развитых западных странах, будучи распространена, в том числе, среди иммигрантских сообществ (здесь несомненно следует сослаться на работы А. Портеса и Э. Фейджа)<sup>63</sup>. В свою очередь, исследования

---

<sup>57</sup> См.: *Старк Д.* Гетерархия: неоднозначность активов и организация разнообразия // Экономическая социология: Новые подходы к институциональному и сетевому анализу. С. 47–95 или Экономическая социология. 2001. Т. 2. № 2. С. 115–132.

<sup>58</sup> См.: *Fligstein N.* Architecture of Markets: An Economic Sociology of Twenty-First-Century Capitalist Societies. P. 15.

<sup>59</sup> Подробнее об исследованиях неформальной экономики см.: *Радаев В.В.* Экономическая социология. М.: ГУ–ВШЭ, 2005. Глава 8; *Барсукова С.Ю.* Неформальная экономика: экономико-социологический анализ. М.: ГУ–ВШЭ, 2004.

<sup>60</sup> Приведем еще одно известное высказывание Д. Норта: «Мы, живущие в современном западном мире, считаем, что жизнь и экономические процессы подчиняются писаным законам и правам собственности. Однако даже в самых развитых экономиках формальные правила составляют небольшую (хотя и очень важную) часть той совокупности ограничений, которые формируют стоящие перед нами ситуации выбора... Наше поведение в огромной степени определяется неписаными кодексами, нормами и условностями» (*Норт Д.* Институты, институциональные изменения и функционирование экономики. М.: Начала, 1997. С. 56).

<sup>61</sup> См.: *Harth K.* Informal Income Opportunities and Urban Employment in Ghana // *Journal of Modern African Studies.* 1973. Vol. 11. P. 61–89.

<sup>62</sup> См.: *De Soto Э.* Иной путь. Невидимая революция в третьем мире. М.: Catalaxy, 1995.

<sup>63</sup> См.: *Портес А.* Неформальная экономика и ее парадоксы // Западная экономическая социология: Хрестоматия современной классики. С. 303–339 или Экономическая социология. 2003. Т. 4. № 5. С. 34–53;

неформального труда в домашнем хозяйстве позволили сопоставить рыночный труд (формальный и неформальный), семейную занятость вне рынка труда и досуговые формы деятельности<sup>64</sup>.

Особую сферу исследовательского интереса образует неформальное регулирование правил поведения участников рынка, которое осуществляется, в том числе, негосударственными структурами, обладающими ресурсом насилия. (Наиболее известной в этом отношении стала книга Д. Гамбетты о сицилийской мафии<sup>65</sup>.) Все эти разнообразные исследования образуют важную часть экономической социологии.

**Рынок как механизм реализации властных отношений.** Взаимовыгодность рыночного обмена и наличие общих регулирующих правил не означают полной симметричности позиций его участников. Более того, в реальности эти позиции чаще всего не равновесны: существуют серьезные различия в объеме мобилизуемых ими властных ресурсов (способности к организации и реализации своих интересов) и социальных навыков (способности побуждать других агентов к сотрудничеству).

Анализ властных отношений включает два важнейших измерения – отношения между самими участниками рынка и их отношения с государством. Касаясь первого измерения, следует обратить внимание на то, что на рынках складывается более или менее устойчивая *властная иерархия* игроков, которая подвержена институционализации. Можно согласиться с экономистами в том, что рыночная форма хозяйства стремится к равновесному состоянию. Но куда более важен сам способ достижения равновесия – наряду с силами стихийной самоорганизации важнейшую роль здесь играют мощные стабилизирующие силы неспонтанного характера, а именно – целенаправленное, регулирующее воздействие крупных корпоративных структур, без которого такая стабилизация, вопреки предположениям многих экономистов, вряд ли была бы возможной.

Впрочем, к механизмам реализации властных отношений между участниками рынка мы еще вернемся в разделе о рынке как организационном поле. А сейчас отметим, что важнейшей частью борьбы за стабилизацию правил и реализацию властных ресурсов является использование механизмов государственной власти, которые помогают формировать те или иные правила игры. С этой точки зрения формирование рынков и консолидация государства часто идут бок о бок.

Историкам и антропологам хорошо известно, что большинство рынков складывалось не помимо государства и вопреки ему, а при его прямой поддержке. Причем это относится

---

*Portes A., Sensenbrenner J. Embeddedness and Immigration: Notes on the Social Determinants of Economic Action // American Journal of Sociology. 1993. Vol. 98. No. 6. P. 1320–1350; Portes A., Sassen-Koob S. Making It Underground: Comparative Material on the Informal Sector in Western Market Economies // American Journal of Sociology. 1987. Vol. 93. No. 1. P. 51–56; Feige E.L., Ott K. (eds.). Underground Economies in Transition. Aldershot: Elgar, 1999.*

<sup>64</sup> См.: *Гершуни Дж.* Экономическая социология: либеральные рынки, социальная демократия и использование времени // Западная экономическая социология: Хрестоматия современной классики. С. 400–410; *Гершуни Дж.* Бюджеты времени и неформальная экономическая деятельность // Неформальная экономика: Россия и мир / Под ред. Т. Шанина. М.: Логос, 1999. С. 343–355; *Gershuny J.* Changing Times: Work and Leisure in Postindustrial Society. Oxford: Oxford University Press, 2001; *Wallace C., Haerpfer C.* Patterns of Participation in the Informal Economy in East-Central Europe, 1991–1998 // The Social Impact of Informal Economies in Eastern Europe / Ed. by R. Neef, M. Stanculescu. Aldershot: Ashgate, 2002; *Барсукова С.Ю., Радаев В.В.* Легенда о гендере. Принципы распределения труда между супругами в современной городской семье // Мир России. 2000. № 4. С. 65–102. <http://ecsocman.edu.ru/mirros>.

<sup>65</sup> См.: *Gambetta D.* The Sicilian Mafia: The Business of Private Protection. Cambridge, Mass: Harvard University Press, 1993. «Российский ответ» на эти исследования см.: *Волков В.В.* Силовое предпринимательство. СПб.: ЕУСПб, Летний сад, 2002.

отнодь не только к примитивным, но и к современным хозяйствам. Современный рынок столь же не автономен от действий государства<sup>66</sup>. И потому для экономической социологии проблема развития рынков неотделима от проблемы государственного регулирования хозяйства.

Дело в том, что часто государство и рынок достаточно жестко противопоставляются друг другу, и в качестве главного вопроса рассматривается степень вмешательства государства в хозяйственные процессы. При этом либералы превозносят достоинства рыночного регулирования и предлагают минимизировать присутствие государства как силы, ограничивающей добровольность и равенство рыночного обмена. Консерваторы, наоборот, защищают государство и пытаются ограничить рыночные свободы. В любом случае государство и рынок представляются в качестве антагонистов, действующих на совершенно разных основаниях – соответственно, политических и экономических – и борющихся между собой по принципу «кто кого»<sup>67</sup>. Более того, считается, что их взаимопроникновение крайне вредно для обеих сторон, порождая уродливые симбиозы в виде олигархических хозяйственных структур (если побеждает рынок) и коррумпированных чиновничьих режимов (если верх одерживает государство).

Эту проблему пытается решить экономико-социологическая разновидность *политико-экономического подхода*, который привлекает основное внимание к вопросам взаимодействия государства и хозяйства и одновременно переносит плоскость анализа с микро- на макроуровень (Ф. Блок<sup>68</sup>, Б. Каррутерс, П. Эванс и др.). В рамках этого подхода государство рассматривается как относительно автономная сила, которая в то же время самым тесным образом связана с хозяйством и обществом в соответствии с предложенной П. Эвансом концепцией *встроенной автономии* [embedded autonomy]<sup>69</sup>. Этот подход исходит из того, что государство конституирует рынок и одновременно рынок активно влияет на структуры политической власти. Экономические и политические процессы, тем самым, утверждаются и воспроизводятся друг через друга, и в результате возникают системы управления, интегрирующие частные интересы участников рынка и интересы политических структур. Главным вопросом здесь становится не количественное соотношение государственного и рыночного секторов (например, относительный размер государственного бюджета или доля государственной собственности в производственных активах), а способы интеграции двух типов структур и двух типов институционализированных правил. При этом в отличие от экономистов, пытающихся выработать универсальные модели, экономсоциологи подчеркивают специфичность для каждого общества способов интеграции государства с рыночными структурами и институтами<sup>70</sup>.

---

<sup>66</sup> «Автономный рынок не «возникает»; он конструируется в процессе утверждения политической и государственной власти... Исторически мы не сможем понять функционирования и развития рынков без признания того, в какой степени они были сформированы фискальными интересами государства и формами легитимации государственной власти, которые в свою очередь, находились под воздействием международной гонки вооружений» (Friedland R., Robertson A.F. *Beyond the Marketplace // Beyond the Marketplace: Rethinking Economy and Society* / Ed. by R. Friedland, A.F. Robertson. N.Y.: Aldine de Gruyter, 1990. P. 7, 11).

<sup>67</sup> См.: Блок Ф. Роли государства в хозяйстве // *Западная экономическая социология: Хрестоматия современной классики*. С. 659–699 или *Экономическая социология*. 2004. Т. 5. № 2. С. 37–56.

<sup>68</sup> Интервью с Ф.Блоком см.: *Экономическая социология: автопортреты*. С. 25–32 или *Экономическая социология*. 2001. Т. 2. № 5. С. 14–20.

<sup>69</sup> См.: Evans P.B. *Embedded Autonomy*. Berkeley: University of California Press, 1995. См. также: Carruthers B. *When is the State Autonomous? Culture, Organization Theory, and the Political Sociology of the State // Sociological Theory*. 1994. Vol. 12. No. 1. P. 19–44.

<sup>70</sup> Подробнее см. Радаев В.В. *Экономическая социология*. Глава 7.

Характерной особенностью политико-экономического направления служит явно выраженный компаративный элемент. Здесь сравниваются разные модели государственного воздействия на хозяйственные процессы<sup>71</sup>, а также разные способы организации национального и мирового (глобального) хозяйства. В этой связи упомянем теорию регуляции [regulation theory], которая рассматривала отношения так называемого постфордизма, увязывая их с появлением нового режима капиталистического накопления и способа социальной регуляции, вызванных кризисом жестких фордистских схем<sup>72</sup>.

На волне критики упрощенных теорий глобализации сформировалась концепция множественных типов капитализма [multiple capitalisms], выявляющая специфические формы рыночной организации, возникавшие в двадцатом столетии в разных странах Европы, Азии и Латинской Америки<sup>73</sup>. Подобная сравнительная политическая экономия сформировалась на пересечении классической (в том числе, радикальной марксистской) политической экономии и направления, исследующего международные отношения<sup>74</sup>, с добавлением многих элементов теории организации и нового институционализма.

При выходе на глобальный уровень, к политико-экономическому направлению примыкают также концепции мирового хозяйства и глобальных товаропроизводящих цепей [global commodity chains]<sup>75</sup>. Они развивают, в том числе, ранее возникшую концепцию миросистемного анализа И. Валлерстайна<sup>76</sup>. Но если у Валлерстайна основной акцент делался на воспроизводство отношений капиталистического господства, то в новой концепции исследования сближаются с теориями менеджмента, где главным фокусом является встраивание фирм и целых отраслей в глобальные цепи добавления стоимости, которые определяют уровень их сравнительной конкурентоспособности.

**Рынок как набор культурных конструкций.** Рыночные институты тоже формируются не в безвоздушном пространстве. Они погружены в более широкие социальные контексты, получают подкрепление и обоснование в определенной культуре<sup>77</sup>. Применительно к хозяйственной сфере *хозяйственная культура* представляет собой совокупность накопленных профессиональных знаний и навыков, сформированных хозяйственных норм,

---

<sup>71</sup> См.: Блок Ф. Роли государства в хозяйстве.

<sup>72</sup> См.: Aglietta M. A Theory of Capitalist Regulation: The U.S. Experience. L.: New Left Books, 1979; Буайе Р. Теория регуляции. Критический анализ. М.: РГГУ, 1997.

<sup>73</sup> См.: Crouch C., Streeck W. (eds.). Political Economy of Modern Capitalism: Mapping Convergence and Diversity. L.: Sage, 1997; Dore R. Stock Market Capitalism: Welfare Capitalism. Japan and Germany Versus the Anglo-Saxons. Oxford: Oxford University Press, 2000; Hall P.A., Soskice D.W. (eds.). Varieties of Capitalism: The Institutional Foundations of Comparative Advantage. Oxford: Oxford University Press, 2001; Hollingsworth J.R., Boyer R. (eds.). Contemporary Capitalism: The Embeddedness of Institutions. Cambridge: Cambridge University Press, 1999; Whitley R. Divergent Capitalisms: The Social Structuring and Change of Business Systems. Oxford: Oxford University Press, 1999.

<sup>74</sup> См.: Underhill G. State, Market, and Global Political Economy: Genealogy of an (Inter-?) Discipline // Economic Sociology – European Electronic Newsletter. 2001. Vol. 2. No. 3. P. 2–12. <http://econsoc.mpifg.de>

<sup>75</sup> См., например: Джереффи Г. Международное хозяйство и экономическое развитие // Западная экономическая социология: Хрестоматия современной классики. С. 732–758; Gereffi G., Korzeniewicz M. (eds.). Commodity Chains and Global Capitalism. Westport: Praeger, 1994.

<sup>76</sup> См.: Валлерстайн И. Анализ мировых систем и ситуация в современном мире. СПб.: Университетская книга, 2001.

<sup>77</sup> «Большинство из нас не ставит под сомнение принятую в социальных исследованиях и теории гипотезу о том, что хозяйственные отношения оказывают влияние на идеи, мировоззрение и символы. Гораздо реже говорится, что обратное тоже верно – различные аспекты культуры формируют хозяйственные институты и процессы; следовательно, это направление более многообещающе для экономической социологии и междисциплинарных диалогов» (Димаджо П. Культура и хозяйство // Западная экономическая социология: Хрестоматия современной классики. С. 471).

ценностей и символов, используемых значений и смыслов<sup>78</sup>. Таким образом, это интегральное понятие, включающее как минимум три аспекта:

- когнитивный — приобретаемые знания и навыки;
- ценностный — осваиваемые стандарты поведения;
- символический — вырабатываемые способы идентификации и интерпретации происходящего.

Если иметь в виду *когнитивный аспект*, то окажется, что культура предопределяет исходные познавательные способности участников рынка, позволяя им накапливать знание, используя огромные потоки информации, отбирая, обрабатывая и осваивая ту ее часть, которую они считают релевантной и надежной. Выработке деловой стратегии предшествуют специфические представления о доверительных источниках информации, о том, что является успешными практиками на данной рынке, заслуживает внимания, становится основой для бенчмаркинга [benchmarking] – сравнительного анализа собственных параметров относительно эталонных образцов. При этом хозяйственные агенты могут не идентифицировать какие-то возможности или считать их неэффективными<sup>79</sup>. Ведь распознавание эффективности зависит от подходов к освоению информации, практического опыта и привычек. В результате некоторые вполне эффективные с экономической точки зрения варианты в одно время «не распознаются» [misrecognized] и исключаются из поля актуального выбора, а в другое время становятся неотъемлемой частью деловых стратегий.

Постановка хозяйственных целей тоже выступает как культурно обусловленный процесс. С одной стороны, продавец товара реагирует на спрос, в котором, помимо уровня платежеспособности покупателей, проявляются их специфические предпочтения. С другой стороны, сам спрос для продавца данного товара не является чем-то внешним, сугубо «объективным», а хозяйственные действия не следует считать автоматической реакцией на колебания внешней среды. Определение параметров спроса является продуктом внутренней работы, в процессе которой осваиваются чужие взгляды или вырабатывается свое понимание того, что требует рынок. Это понимание становится основой практических действий, которые, в свою очередь, прямо или косвенно влияют на параметры спроса.

Теперь рассмотрим *ценностный аспект* культуры. Ценности как высшие стандарты поведения, преломляясь сложным образом, формируют систему оценок. Иными словами, выработка любого понимания не является полностью ценностно нейтральной. Оценки касаются того, что может быть использовано как ресурс, каковы приемлемые способы его комбинации с другими ресурсами, наконец, что следует считать их эффективным использованием. Мы уже говорили о том, что часть ресурсов (например, земля) вообще нередко изымается из числа объектов купли-продажи путем формальных запретов. Какие-то возможности не распознаются не потому, что участники рынка не способны оценить их эффективность, а поскольку соответствующие варианты использования ресурсов считаются неприемлемыми. Выбор такого варианта способен повлечь за собой общественные санкции, даже если это не связано с формальным нарушением закона.

Экономическое поведение часто отождествляют с рациональным поведением. Но содержание самой рациональности тоже не универсально – то, что рационально в рамках одной культуры, в другой может быть расценено как глупость или даже преступление, т.е. как нерациональное поведение с точки зрения данных институциональных и культурных

---

<sup>78</sup> См.: Радаев В.В. Экономическая социология. Глава 5.

<sup>79</sup> «Культура определяет виды средств, которые люди склонны рассматривать, когда они впервые задумываются о решении какой-то проблемы» (Dobbin F. Forging Industrial Policy. Cambridge: Cambridge University Press, 1994. P. 230).

условий. Сами преследуемые цели и избираемые средства их достижения являются *культурными конструкциями*<sup>80</sup>. Совершая выбор, человек рассматривает в первую очередь те варианты действий, которые определены как приемлемые именно в данной культурной среде (а часто и ограничивается подобными вариантами). Это позволяет ему легче ориентироваться в своей среде, но является и источником его невольной слабости – человек часто становится объектом символического давления и манипулирования.

Наконец, особую важность имеет *символический аспект* культуры. Здесь экономические и культурные процессы переплетены еще теснее, что находит свое яркое выражение в позиционировании товара на современном рынке. Всякий товар несет в себе символические значения, далеко выходящие за пределы его физических свойств и функциональных потребительских характеристик. Произведенные товары «нагружены» символами – многозначными образами, с помощью которых человек определяет смысл происходящих хозяйственных процессов и свое место в этих процессах. Все начинается с относительно простых товарных знаков и завершается формированием бренда, содержащего множество образов и значений, которые предполагают существование известных потребителю сложных культурных кодов — ключей к их расшифровке, помогающих выделить товар среди прочих объектов товарного мира, представить его как особый, отличный от других.

В результате товар распознается потребителем именно по своим символическим качествам. Характерно, что идея рекламных роликов, как правило, вообще не опирается на физические свойства продукта. Креатив, напрямую апеллирующий к полезности продукта, сегодня считается откровенно примитивным. Вместо этого создаются внешне отвлеченные мифологические образы, которые решают какие-то жизненные проблемы человека (в том числе выдуманные) или просто закрепляют в его сознании какую-то картинку или крепко сбитую фразу. Одновременно эти образы «привязываются» к определенному товару или фирме и становятся, тем самым, основой раскручивания товарного бренда.

В итоге экономическая социология придерживается той точки зрения, что культура не является чем-то внешним по отношению к хозяйственной сфере. И дело не только в том, что культурные факторы активно влияют на хозяйственное действие. Они являются его *встроенным* элементом. В этом смысле противопоставление культуры и рынка следует считать искусственным<sup>81</sup>. В той же мере, в какой рынок производит и реализует продукты и услуги, он становится средством производства и распространения идентичностей, утверждения статусных иерархий, ареной символической борьбы за интерпретацию смыслов<sup>82</sup>. Кроме того, социокультурные факторы являются *переменной* величиной, они варьируются от сообщества к сообществу, от одного исторического периода к другому. В итоге то, что определяется (здесь и сейчас) как желаемое или рациональное, имеет

---

<sup>80</sup> См.: Радаев В.В. Экономическая социология. С. 104–110.

<sup>81</sup> «Следует не противопоставлять рынок внеэкономическим социокультурным факторам, а понимать его как особую категорию социальных отношений и культурных ценностей» (Zelizer V. Making Multiple Money // Explorations in Economic Sociology. P. 194). См. также: Зелизер В. Создание множественных денег // Экономическая социология. 2002. Т. 3. № 3. С. 58–72.

<sup>82</sup> «Мы не просто призываем признать укорененность экономики в социальном. Мы делаем более сильное предположение в пользу того, что экономические и культурные факторы сливаются в структурах рыночных отношений и микроэкономического действия» (Slater D. Capturing Market From the Economists // Cultural Economy: Cultural Analysis and Commercial Life / Ed. by P. Du Gay, M. Pryke. L., Thousand Oaks: Sage Publications, 2002. P. 60 или Слейтер Д. Забирая рынок у экономистов // Анализ рынков в современной экономической социологии / Отв. ред. В.В. Радаев, М.С. Добрякова. М.: Изд. дом ГУ–ВШЭ, 2007 (в печати).

конкретно-историческое культурное наполнение и в иных условиях способно выглядеть совершенно иначе<sup>83</sup>.

*Социокультурный подход* в экономической социологии представлен очень разными фигурами (среди них – М. Аболафия, П. Димаджо, Ф. Доббин<sup>84</sup>, В. Зелизер), которые, уделяя внимание сетевым связям и институциональным устройствам, погружают их в более широкие контексты – привычек, традиций, культурных навыков. Упор делается на совокупность значений, смыслов и культурно-нормативных схем, которые помогают оценивать ресурсы и производить их переоценку, на сценарии действия и вырабатываемые идентичности, привязанные к конкретным сообществам и временным контекстам. Рациональность действия и экономический интерес выступают здесь как локальные культурные формы<sup>85</sup>.

Такой подход безусловно накладывает определенные ограничения в части формализации получаемых результатов. Поэтому для исследования рынков как культур широко используются более «мягкие» этнографический и исторический подходы. Примером реализации первого могут служить этнографические исследования М. Аболафией фондовых и фьючерсных рынков<sup>86</sup>, а прекрасным образцом *исторического подхода* являются исследования становления рынка страхования жизни и денежных отношений, проведенные В. Зелизер<sup>87</sup>.

Процессы глобализации не стирают различий в национальных моделях социально-экономического развития, связанных не только со сложившейся структурой национальных хозяйств и режимами политической власти, но и с культурными слоями, из которых вырастают разные парадигмы экономической политики, каждая из которых реализует свои принципы рациональности. Пример компаративного исследования таких парадигм на примере развития железнодорожного хозяйства в Великобритании, США и Франции продемонстрировал Ф. Доббин<sup>88</sup>.

Особое место в развитии социокультурного подхода занимает П. Бурдьё – признанный классик социологии, важная часть трудов которого посвящена взаимодействию хозяйства и

---

<sup>83</sup> Об этом на примере сравнительного анализа железнодорожного хозяйства в США, Великобритании и Франции, см.: *Dobbin F. Forging Industrial Policy*. Cambridge: Cambridge University Press, 1994.

<sup>84</sup> Интервью с Ф. Доббином см.: *Экономическая социология: автопортреты*. С. 68–75 или *Экономическая социология*. 2004. Т. 5. № 2. С. 6–12.

<sup>85</sup> Обзор работ, развивающих данное направление, см.: *Димаджо П. Культура и хозяйство // Западная экономическая социология: Хрестоматия современной классики*. С. 471–518.

<sup>86</sup> См.: *Аболафия М. Рынки как культуры: этнографический подход // Западная экономическая социология: Хрестоматия современной классики*. С. 431–444 или *Экономическая социология*. 2003. Т. 4. № 2. С. 63–72; *Abolafia, M. Making Markets, Opportunism and Restraints on Wall Street*. Cambridge: Harvard University Press, 1996; *Аболафия М. Как вырабатывается понимание экономического спада: интерпретативная теория хозяйственного действия // Анализ рынков в современной экономической социологии / Отв. ред. В.В. Радаев, М.С. Добрякова*. М.: Изд. дом ГУ–ВШЭ, 2007 (в печати).

<sup>87</sup> См.: *Зелизер В. Социальное значение денег*. М.: ГУ ВШЭ, 2004; *Зелизер В. Создание множественных денег // Западная экономическая социология: Хрестоматия современной классики*. С. 413–430 или *Экономическая социология*. 2002. Т. 3. № 3. С. 58–72; *Zelizer V. Morals and Markets: The Development of Life Insurance in the United States*. New Brunswick, N.J.: Transaction Books, 1983. Подробнее о подходе В. Зелизер см.: Радаев В.В. Предисловие // *Зелизер В. Социальное значение денег*. С. 6–24.

<sup>88</sup> См.: *Доббин Ф. Политическая культура и индустриальная рациональность // Западная экономическая социология: Хрестоматия современной классики*. С. 607–631 или *Экономическая социология*. 2004. Т. 5. № 1. С. 43–60; *Dobbin F. Forging Industrial Policy*. Cambridge: Cambridge University Press, 1994; *Dobbin F., Dowd T.J. How Policy Shapes Competition: Early Railroad Foundings in Massachusetts // Administrative Science Quarterly*. 1997. Vol. 42. No. 3. P. 501–529.

культуры. Именно он представил социологическую концепцию форм капитала, среди которых, наряду с экономическим капиталом, особую роль играет *культурный капитал*<sup>89</sup>. В инкорпорированном состоянии этот капитал воплощается в практическом знании, позволяющем человеку распознавать стратегии и принципы действия других хозяйственных агентов. Его накопление связано с навыками социализации в определенной социальной среде – усвоением и частичной интернализацией институциональных ограничений, позволяющих действовать по правилам, принятым в рамках того или иного хозяйственного порядка. Причем, использование данного капитала позволяет следовать не только формально прописанным нормам, но также имплицитным (неявным) конвенциональным соглашениям.

В своем объективированном состоянии культурный капитал выступает в виде «культурных благ» [cultural goods], которые являются не просто физическими объектами, но заключают в своей вещной форме специфические знаки и символы, позволяющие распознавать смысл отношений и расшифровывать культурные коды. Их можно наблюдать в широком круге предметов – от убранства делового офиса до одежды его хозяина, от способов организации труда до марки покупаемых продуктов. Заключенные в культурных продуктах знаки и символы помогают понять социальное происхождение и *статусные позиции* того или иного хозяйственного агента, в которых и институционализируется культурный капитал. Его накопление способствует различению индивидов и групп, среди которых как бы автоматически распознаются выходцы из благородных или обычных семей, земляки или чужаки, проводится деление на «мы» и «они». В итоге обладание такого рода капиталом позволяет вступать в успешную коммуникацию, встраиваться в отношения со знакомыми и незнакомыми людьми.

По сравнению с экономическим капиталом, культурный капитал в сильной степени инкорпорирован и в слабой степени формализован. Он не отчуждаем от человека и передается ему не механически – как вещь в результате разового акта обмена, а транслируется в относительно длительном процессе *воспитания* и социализации – семьей, школой, коллегами по работе, социальным окружением.

Вступая в отношения рыночного обмена, его участники не принимают решения «с чистого листа», они опираются на собственный *прошлый опыт*. А последний приводит не только к накоплению знания и информации, способствующих более эффективной калькуляции издержек и выгод, но порождает инерцию выбора, воспитывает традиции и привычки, способствуют инкорпорированию навыков, заставляя, говоря словами П. Бурдьё, «любить то, что мы имеем» (что собственно и является определением «вкуса»). А поскольку опыт человека, включая его логические знания и практические навыки, формируется неоднородной средой, этот опыт устойчиво дифференцирован, и настолько же устойчиво различаются предпочтения хозяйственных агентов, воплощаясь в так называемом габитусе<sup>90</sup>.

В завершение отметим, что культура реализует функции двоякого рода. Во-первых, *регулятивные функции*, осуществляемые с помощью готовых концептуальных схем и накопленных информационных баз, общепринятых конвенций и норм, наборов устойчивых ритуалов и символов, с которыми должно соотноситься всякое, в том числе экономическое, действие. Во-вторых, — *конституирующие функции*, реализуемые через познавательные практики и способы трансляции информации, разыгрывание ролей и переопределение

---

<sup>89</sup> См.: Бурдьё П. Формы капитала // Западная экономическая социология: Хрестоматия современной классики. С. 519–536 или Экономическая социология. 2002. Т. 3. № 5. С. 60–74; Бурдьё П. Практический смысл. СПб.: Алетейя, 2001. Глава 7. Подробнее об этом подходе см.: Радаев В.В. Понятие капитала, формы капиталов и их конвертация // Общественные науки и современность. 2003. № 2. С. 5–17. <http://ecsocman.edu.ru/ons> или Экономическая социология. 2002. Т. 3. № 4. Р. 60–74.

<sup>90</sup> См.: Бурдьё П. Различение (фрагменты книги) // Западная экономическая социология: Хрестоматия современной классики. С. 537–565.

ситуаций в процессе экономического действия<sup>91</sup>. Эти правила указывают, как должно вести себя на рынке и как поступать нельзя. Например, конститутивное правило предписывает установление цены на уровне, не превышающем ее уровень у прямых конкурентов, а регулятивное правило указывает на невозможность резкого снижения цены, способного обвалить рынок.

**Рынок как совокупность значений, выработанных его участниками.** Особым образом представляют рынок приверженцы *феноменологического подхода*. Они выступают против выведения теоретических конструктов без понимания того, как они воспринимаются участниками рынка, поскольку в этом случае теоретические понятия рынка, по их мнению, превращаются в метафорические образы, обозначающие реально существующие объекты в весьма размытом виде или замещающие их мифологическими картинками, сконструированными в исследовательских лабораториях. Предполагается, что интерпретировать рынок можно только с помощью *структуры значений*, выработанных самими его участниками, и тех смыслов, которые они вкладывают в свои повседневные хозяйственные действия<sup>92</sup>. Таким образом, речь идет не об абстрактном (логическом) понимании рынка как объекта отстраненного наблюдения, а о совокупности общих смыслов, которые вырабатывают его участники в процессе практического погружения в мир рыночных трансакций. В этом отношении процесс понимания рынка оказывается неотделимым от практических действий по его формированию.

Конечно, участники рынка понимают его по-разному. Причем, различия в его понимании более или менее органично сосуществуют, не взирая на, казалось бы, очевидные логические противоречия. Во-первых, рынок понимается как физически определенное место (например, торговый зал биржи) или как сфера профессиональной деятельности, привязанная к этому месту. Именно этот смысл вкладывают, говоря, например: «когда я несколько лет назад пришел на рынок», – т.е. занял свое место на бирже и начал осуществлять сделки.

Во-вторых, рынок зачастую отождествляется с его участниками – с теми кто «делает рынок» [market makers], принимая решения, направляя ресурсные потоки и формируя правила, которые его конституируют. В этом смысле говорят, к примеру, что «рынок испытал шок» или что «весь рынок знал об этом».

В-третьих, и это происходит чаще всего, под рынком понимается динамика цен, отражающая колебания платежеспособного спроса и предложения продуктов и услуг. Имея это в виду, говорят: «произошло падение рынка», «рынок перекуплен» или «рынок близок к насыщению»<sup>93</sup>.

Интересно также и то, что наряду с этими частными определениями, используется и более общее понимание рынка, поглощающее их без остатка. Рынок оказывается чем-то большим, нежели место осуществления сделок, совокупность его участников и движение цен. Сами участники рынка в этом случае говорят, что «рынок – это все»<sup>94</sup>. Вдобавок, в этом общем

---

<sup>91</sup> Димаджио П. Культура и хозяйство // Западная экономическая социология: Хрестоматия современной классики / Сост. и науч. ред. В.В. Радаев. М.: РОССПЭН, 2004. С. 471–518 (*DiMaggio P. Culture and Economy // Smelser N., Swedberg R. (eds.) The Handbook of Economic Sociology. P. 27*).

<sup>92</sup> Данные воззрения опираются на подход А. Шюца (см., например: *Шюц А. Обыденная и научная интерпретация человеческого действия // Шюц А. Избранное: Мир, светящийся смыслом. М.: РОССПЭН, 2004. С. 7–50*). Попытку изложения феноменологического подхода применительно к теории рынка, см.: *Юдин Г.Б. Рынки как поля: попытка реконцептуализации // Экономическая социология. 2006. Т. 7. № 4. С. 27–42*.

<sup>93</sup> См, например, интервью с двумя российскими биржевыми трейдерами: *Смоленская Е. Красное не надевать, деньги загодя не считать // Эксперт. 2006. № 13. С. 63–70*.

<sup>94</sup> *Кнорр Цетина К., Брюггер У. Рынок как объект привязанности: Исследование постсоциальных отношений на финансовых рынках. С. 453*.

определении, в котором сливаются воедино его агенты, механизмы их действия и пространство осуществления сделок, сам рынок начинает наделяться особыми субъектными свойствами. Происходит своего рода *фетишизация* рынка, т.е. персонализация неживых объектов, представление их в качестве живых существ – квазисубъектов социального действия<sup>95</sup>. Это тоже находит отражение в вербальных суждениях. В результате вместо «рынок близок к насыщению» начинают говорить «рынок насытился», а вместо «произошло падение рынка» – «рынок упал». Оказывается, рынок может «перегреться», «требовать», «идти против тебя», «замереть в ожидании», у него обнаруживается «своя психология» и т.п.<sup>96</sup> Причем, при таком наделинии рынка живыми качествами он, тем не менее, не отождествляется с конкретными человеческими существами, а представляется, скорее как некое «высшее существо» надперсонального характера<sup>97</sup>.

Однако более важный вопрос: как объяснить появление общих смыслов из отдельных субъективных значений? Происходит не механическое агрегирование индивидуальных мнений, а более сложный процесс, возможная объяснительная схема которого, на наш взгляд, такова. Участники рынка ежедневно и независимо друг от друга совершают *типические действия* – одинаковые или сходные поведенческие акты в отношении одних и тех же объектов, синхронизированные во времени и в пространстве. Такие действия формируют *общий опыт* участников рынка как результат сопереживания одних и тех же или сходных событий. Далее, этот общий опыт, возникающий из структурного, институционального или культурного подобия их рыночных ситуаций, получает дополнительные (и часто более прочные) основания – под влиянием взаимного *наблюдения* участников рынка. Наблюдения, в свою очередь, подкрепляются *непосредственными взаимодействиями* людей, что ускоряет обмен информацией и распространение мнений, поскольку к механизмам пассивной имитации подключаются процессы активного убеждения, помогающие быстрее приводить индивидуальные значения происходящего к их общему знаменателю – значениям, разделяемым если не всеми, то многими участниками рынка.

Среди тех, кто применяет феноменологический подход к анализу рынков, как правило, называют К. Кнорр-Цетину. Она действительно заимствует понятия интересубъективности и темпоральной координации у А. Шюца. Но ключевым для нее является другой, «объектоцентричный» подход, идущий от работ Б. Латура, призывающего включить отношения к вещам и между вещами в анализ социальных отношений<sup>98</sup>. Такого рода вещным объектом для Кнорр-Цетины становится глобальный финансовый рынок. Для трейдеров, одновременно взаимодействующих с ним и с друг другом в разных концах Земного шара посредством мониторов своих компьютеров и другие технологий современной коммуникации, этот рынок выступает как постоянно разворачивающаяся структура, которой соответствуют хронически не удовлетворенные желания его участников. «Рынок-на-экранах» превращается для трейдеров в объект привязанности [objects of attachment], основанный на повторяющихся актах нереализованности<sup>99</sup>.

---

<sup>95</sup> Об этом писал еще К.Маркс в своей концепции товарного фетишизма (см.: *Маркс К.* Капитал. Том 1. Глава 1 / Маркс К., Энгельс Ф. Соч. 2-е изд. Т. 23).

<sup>96</sup> *Смоленская Е.* Красное не надевать, деньги загодя не считать.

<sup>97</sup> См.: *Кнорр Цетина К., Брюггер У.* Рынок как объект привязанности: Исследование постсоциальных отношений на финансовых рынках. С. 454.

<sup>98</sup> См., например: *Латур Б.* Об интеробъективности // Социология вещей / Под ред. В.С. Вахштайна. М.: Изд. дом «Территория будущего», 2006. С. 169–198.

<sup>99</sup> См.: *Кнорр Цетина К., Брюггер У.* Рынок как объект привязанности: Исследование постсоциальных отношений на финансовых рынках // *Западная экономическая социология: Хрестоматия современной классики.* С. 435–468 или *Экономическая социология.* 2005. Т. 6. № 2. С. 29–49.

Феноменологическому подходу отчасти пытается следовать П. Асперс в своих исследованиях рынка модной фотографии, показывая его как сферу выработки смыслов, с которой в свою очередь связано производство статусных идентичностей. Но и здесь, впрочем, данный подход не развивается в чистом виде, перемешиваясь с сетевой теорией производственных рынков Х. Уайта<sup>100</sup>. В целом феноменологический подход в экономической социологии пока развивался не слишком активно, хотя его элементы присутствуют у самых разных авторов (М. Аболафия, Н. Флигстин и др.).

**Рынок как организационное поле.** Элементы изложенных выше подходов к пониманию рынка отчасти соединяются в синтетическом понятии «поле». Мы рассмотрим это понятие в двух версиях – структурной и политико-культурной. Первая – структурная – концепция поля была предложена П. Бурдьё в рамках концепции *социального пространства* еще в конце 1970-х годов<sup>101</sup>. Часть этого пространства занимает поле экономики, или *поле рынка*, которое образуется в результате взаимного позиционирования агентов и существует лишь посредством этих агентов. В роли агентов (участников рынка) выступают предприятия, которые производят сходную продукцию (т.е. принадлежат к одной отрасли), но различаются по объему и структуре имеющегося у них *капитала*. Причем, последний не сводится к одному только экономическому капиталу, он может включать также элементы культурного, социального и символического капиталов руководителей предприятий, которые приумножают их экономические силы. Сам же экономический капитал тоже неоднороден, он включает финансовый, технологический, организационный и торговый капиталы<sup>102</sup>.

Структура распределения специфических форм капитала формирует структуру поля, которая определяет условия входа на рынок и распределение шансов на получение прибыли в данном поле. Таким образом, структура капитала реализуется во *властных отношениях* между участниками рынка, или в их относительной способности влиять на структуру поля и других участников. Это означает, что главным структурирующим фактором является именно удельный вес предприятий на рынке (т.е. объем и структура их капиталов), а не их стратегии и взаимодействия, которые существенно ограничиваются общей структурой поля и структурой власти внутри отдельных фирм. Иными словами, предприятия воздействуют на поле самым фактом своего позиционирования, заставляя другие предприятия считаться со сложившимся распределением хозяйственных ресурсов.

Главной оппозицией во властных отношениях поля рынка выступает противостояние между его ведущими участниками [market leaders] и претендентами [challengers], где первые (более крупные и влиятельные) демонстрируют относительное постоянство состава, а вторые (менее крупные и влиятельные) чаще подвержены ротации – периодически возникают и исчезают. Лидеры рынка стремятся улучшить свои позиции в поле и защитить их от конкурентов и новичков, прежде всего путем постоянного осуществления инноваций. Но кроме этого, они заинтересованы в улучшении позиции всего поля (отрасли) относительно других полей, т.е. в силу своей лидирующей позиции в поле они более склонны к ответственному поведению.

Включение в анализ рынка властных отношений между группами участников, обладающих разным статусом, позволяет отойти от абстрактной экономической концепции равновесия,

---

<sup>100</sup> См.: *Aspers P. Markets in Fashion. A Phenomenological Approach.* Stockholm: City University Press, 2001. См. также: *Асперс П. Рынок моды: фотография моды в Швеции.* // Анализ рынков в современной экономической социологии / Отв. ред. В.В. Радаев, М.С. Добрякова. М.: Изд. дом ГУ-ВШЭ, 2007 (в печати).

<sup>101</sup> См.: *Бурдьё П. Поле экономики* // Бурдьё П. Социальное пространство: поля и практики / Под ред. Н.А. Шматко. М.: Алетейя, 2005. С. 129–176; *Bourdieu P. Principles of Economic Antropology* // *The Handbook of Economic Sociology.* P. 75–89.

<sup>102</sup> См.: *Бурдьё П. Поле экономики.* С. 137–138.

предполагающей автоматическое и моментальное установление цен, которые принимаются участниками рынка как некая данность (логика *price taking*), к концепции дифференцированного давления на цены и особой роли ведущих участников рынка в их установлении (логика *price making*)<sup>103</sup>. Это позволяет более критично подойти к представлению о саморегулировании рынков.

Концепция рынка как поля получила свое развитие также в американской экономической социологии, где сформировалось понятие «*организационных полей*»<sup>104</sup>. Эту концептуальную линию наиболее активно развивает Н. Флигстин<sup>105</sup>. Причем, в отличие от выражено структурного подхода Бурдье, поле определяется Флигстином в духе символического интеракционизма – как «арена взаимодействия акторов», где главным структурирующим фактором являются их действия относительно друг друга<sup>106</sup>. Таким образом, акцент делается на *теории действия*, согласно которой участники рынка уже не просто вынуждены играть в жестких условиях, когда все «карты розданы» и «козыри» оказались на чьих-то руках. Они способны стать действительными акторами, которые не только формируют структуру данного поля, но и создают другие поля<sup>107</sup>.

Другая особенность данного подхода к анализу организационных полей – выраженный акцент на *институциональном оформлении* действия, т.е. на том, что взаимодействию участников рынка предпосланы институты, включающие прежде всего права собственности, структуры управления и правила обмена, которые, в свою очередь, воспроизводятся в этом взаимодействии. Именно освоение участниками рынка этих правил превращает их из абстрактных предписаний в конституирующие элементы распространенных моделей взаимодействия, обозначая процесс их институционализации.

Как и в концепции Бурдье, участники рынка здесь дифференцированы, и в процессе их взаимодействия на нем формируются относительно устойчивые статусные иерархии. Ведущие участники рынка [*incumbents*] обладают большей *властью* – способностью влиять на поле – и используют ее, чтобы утверждать правила игры и воспроизводить свои преимущества на рынке<sup>108</sup>. Причем, распространение общих правил игры осуществляется не только в результате «давления массой» со стороны крупных игроков. На рынке работают механизмы постоянного *мониторинга* за действиями конкурентов, которые позволяют фирмам взаимно позиционироваться по отношению друг к другу<sup>109</sup>, а также механизмы активного заимствования элементов поведения ведущих игроков, или *институционального*

---

<sup>103</sup> См.: Бурдье П. Поле экономики. С. 143.

<sup>104</sup> См.: DiMaggio P., Powell W. The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields // The New Institutionalism in Organizational Analysis. P. 64–65.

<sup>105</sup> См.: Fligstein N. Architecture of Markets: An Economic Sociology of Twenty-First-Century Capitalist Societies. Princeton: Princeton University Press, 2001; Флигстин Н. Поля, власть и социальные навыки: критический анализ новых институциональных течений // Экономическая социология: новые подходы к институциональному и сетевому анализу. С. 119–156 или Экономическая социология. 2001. Т. 2. № 4. С. 28–55.

<sup>106</sup> «Поля – это институционализированные арены взаимодействия, на которых акторы с различными организационными возможностями выстраивают свое поведение по отношению друг к другу» (Флигстин Н. Поля, власть и социальные навыки: критический анализ новых институциональных течений. С. 140).

<sup>107</sup> См.: Радаев В.В. Экономическая социология. Глава 3.

<sup>108</sup> «Операциональное определение рынка состоит в том, что это ситуация, в рамках которой периодически воспроизводится статусная иерархия, и в результате этого – существование ведущих продавцов» (Fligstein N. Architecture of Markets: An Economic Sociology of Twenty-First-Century Capitalist Societies. P. 31).

<sup>109</sup> См.: Уайт Х. Рынки и фирмы: взаимообусловленное возникновение // Экономическая социология: новые подходы к институциональному и сетевому анализу. С. 96–118.

*изоморфизма*<sup>110</sup> – действие таких механизмов порождает относительную однородность организационного поля.

Важно, что власть ведущих участников рынка не является простой функцией от объема и структуры располагаемого ими капитала. Заметную роль здесь играют так называемые *социальные навыки*, понимаемые как способность склонять других к сотрудничеству в процессе воспроизводства и изменения правил взаимодействия<sup>111</sup>.

Мы уже говорили ранее, что из типических действий, подкрепленных наблюдениями и взаимодействиями участников рынка, возникают его общие понимания [shared understandings]. Часть этих общих пониманий, в свою очередь, превращается в *концепции контроля* – когнитивные схемы, позволяющие интерпретировать ситуацию, производить общие смыслы и навязывать определенное видение другим участникам. Речь идет о господствующих представлениях о том, что из себя представляет рынок, куда он движется, кто является лидером и определяет его движение, наконец, как следует строить собственные действия, чтобы занять, удержать или расширить свою рыночную нишу<sup>112</sup>. Наконец, господствующие понимания, приобретая устойчивость, впоследствии институционализируются и превращаются в *правила*, которые регулируют поведение участников рынка, одновременно ограничивая и стимулируя их действия<sup>113</sup>. При этом утверждение правил происходит не абсолютно спонтанным образом и не путем механического сложения отдельных способов взаимодействия, а в процессе *символической борьбы* за навязывание определенных концепций контроля, которая постоянно сопровождает экономическую конкуренцию.

Кто побеждает в этой борьбе? Чаще всего это удается *ведущим участникам рынка* – самым крупным или(и) наиболее инновативным. Основная же масса игроков подстраивается под своих лидеров, действия которых играют ключевую роль, становясь объектами подражания и отправной точкой для интерпретации происходящего. И хотя господствующая на данном рынке концепция контроля не исчерпывает всего смыслового пространства (всегда остается место для других, конкурирующих интерпретаций), именно представления ведущих участников рынка дают исследователю относительно четкие ориентиры при определении того, как структурируются упомянутые субъективные значения<sup>114</sup>.

Характерно, что основная цель ведущих участников рынка заключается не в том, чтобы подавить менее влиятельных игроков, а в стабилизации рынка, позволяющей им выживать и развиваться в относительно долгосрочной перспективе. Стабильность обеспечивается прежде всего через устойчивость рыночных иерархий и выработанных концепций контроля, позволяющих, среди прочего, устранять формы хищнической конкуренции<sup>115</sup>.

---

<sup>110</sup> См.: DiMaggio P., Powell W. The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields. P. 63–82.

<sup>111</sup> См.: Флигстин Н. Поля, власть и социальные навыки: критический анализ новых институциональных течений. С. 127 или Экономическая социология. 2001. Т. 2. № 4. С. 28–55.

<sup>112</sup> См.: Fligstein N. Architecture of Markets: An Economic Sociology of Twenty-First-Century Capitalist Societies. P. 35. Подробнее см.: Радаев В.В. Социология рынков: к формированию нового направления. Глава 6.

<sup>113</sup> См.: Аболафия М. Рынки как культуры: этнографический подход // Западная экономическая социология: Хрестоматия современной классики С. 431. Аболафия делает акцент именно на взаимодействия участников рынка, но непосредственным взаимодействием дело явно не ограничивается.

<sup>114</sup> См.: Флигстин Н. Поля, власть и социальные навыки: критический анализ новых институциональных течений. С. 122.

<sup>115</sup> «Стабильный рынок – это рынок, на котором идентичность и статусная иерархия фирм (доминирующих и претендентов) хорошо известны, а концепция контроля, направляющая действия акторов, которые управляют этими фирмами, разделяется всеми участниками» (Флигстин Н. Рынки как политика: политико-культурный подход к рыночным институтам. С. 196).

Конечно, со временем сложившаяся рыночная иерархия может быть расшатана и даже разрушена вследствие вторжения извне или роста изнутри более сильных игроков – новых претендентов на доминирующие позиции [challengers]. В результате возможны реструктуризация существующего поля, размывание его границ и формирование новых организационных полей, где игра продолжается с другим составом игроков и по видоизмененным правилам.

Флигстин назвал предложенную им концепцию *политико-культурным подходом*, подчеркивая, что здесь теория институционально оформленного действия соединяется с концепциями власти и культуры<sup>116</sup>. Учитывая же использование элементов экологического, сетевого и политико-экономического анализа, данный подход является явной попыткой методологического синтеза, претендуя на некую интегративную роль<sup>117</sup>.

## Заключение

Итак, мы увидели, насколько разнообразны экономико-социологические подходы, применяемые к анализу рынка. И нужно сказать, что позиция методологического плюрализма, дающая возможность пойти разными путями и с разных сторон посмотреть на один и тот же объект – немалая привилегия для исследователя. Но разнообразие подходов не устраняет их общности. Во-первых, нельзя не заметить явные и множественные пересечения между этими подходами и то, что многие исследователи позиционируются сразу по нескольким направлениям. Во-вторых, и это главное, существуют более фундаментальные основания, которые интегрируют экономическую социологию как отдельное исследовательское направление, в каких бы формах она не выступала. Она предлагает дополнить исходное понятие рынка категорией *социальных отношений между участниками рынка*. Причем, эти отношения принимаются не просто в качестве дополнительных предпосылок, допускаемых в угоду большей реалистичности. Тем более, они не рассматриваются как досадные препятствия, или силы трения, от которых следует избавиться, чтобы достичь оптимального распределения ограниченных ресурсов. Социальные отношения не просто «имеют значение». Они образуют сам механизм формирования условий рыночной формы хозяйства, которые только кажутся «естественными» (соответствующими природе людей) и «спонтанными» (саморегулирующимися).

Социальные отношения как предельно общая категория, в свою очередь, раскладывается на четыре группы элементов, а именно:

- структурные элементы, выражающие устойчивые формы организации и связи между участниками рынка;
- институциональные элементы, включая формальные и неформальные правила, ограничивающие и стимулирующие поведение участников рынка;

---

<sup>116</sup> «Поле – это игра, зависящая от акторов, культуры и власти» (Флигстин Н. Поля, власть и социальные навыки: критический анализ новых институциональных течений. С. 145).

<sup>117</sup> Политико-культурный подход был успешно применен, например, при анализе трансформации финансовых концепций контроля американских корпораций во второй половине двадцатого столетия, когда произошел переход от финансовых концепций фирмы с акцентом на прибыльность и рыночную диверсификацию активов к финансовой концепции, акцентирующей интересы акционеров – с упором на повышение стоимости акций и защитой компании от враждебных поглощений (см.: Fligstein N. The Transformation of Corporate Control. Cambridge: Harvard University Press, 1990); Флигстин Н. Государство, рынки и экономической рост // Экономическая социология. 2007. Т. 8. № 2. С. 41–60.

- властные элементы, отражающие иерархию участников рынка и их возможность влиять на других участников;
- культурные элементы, предусматривающие наличие накопленных знаний и навыков, разделяемых значений и символов.

Выделение этих элементов позволяет нам достроить исходное понятие и определить *рынок как систему регулярного, преимущественно денежного, взаимовыгодного, добровольного и состязательного обмена благами, в которой действия его участников регулируются (помимо цен) их структурными связями, институциональными формами, властными иерархиями и культурными конструкциями*. Мы допускаем, что первая часть определения многим экономистам покажется неполной, а вторая – избыточной, но именно это и образует *diferencia específica* экономико-социологического подхода. На передний план здесь выдвигаются социальные отношения с четырьмя указанными выше группами элементов, которые конституируют рынок, сотнями видимых и невидимых нитей связывая его участников.

А.В. Шевчук

# САМОЗАНЯТОСТЬ В ИНФОРМАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКЕ: ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ И ТИПЫ<sup>1</sup>



**ШЕВЧУК Андрей Вячеславович** – к. э. н., доцент кафедры экономической социологии ГУ–ВШЭ.

Email: [andreyshevchuk@mail.ru](mailto:andreyshevchuk@mail.ru)

## Труд за пределами организаций

В центре нашего внимания находятся работники, не состоящие в штате формальных организаций. Существует множество терминов, с разной степенью полноты описывающих эту категорию: «самозанятые», «фрилансеры», «независимые подрядчики», «свободные агенты» и др.

Традиционно такими работниками являлись фермеры и представители так называемых «свободных профессий» (журналисты, артисты, юристы, архитекторы и др.). Развитие информационно-коммуникационных технологий расширяет возможности использования данной формы занятости:

- во многих сферах деятельности средства производства на основе компьютерной техники стали более компактными, дешевыми и мобильными. Работник может иметь их в собственности дома и даже носить с собой;
- компьютерные сети позволяют получать и передавать работу на расстоянии, что делает необязательным совместный труд людей в определенном физическом пространстве.

Эти технологические факторы снижают зависимость работника от работодателя и позволяют ему самостоятельно выходить на рынок с целью реализации своих услуг. В свою очередь в поисках гибкости работодатели в возрастающих масштабах прибегают к аутсорсингу, вынося все больший объем работ за пределы предприятия. Фигура наемного работника, включенного в системы трудового законодательства и коллективных договоров, вытесняется фигурой поставщика услуг, который действует на свой страх и риск.

Существенные изменения переживает фирма как экономический институт. Традиционные производствен-

---

<sup>1</sup> Статья подготовлена при финансовой поддержке Инновационной образовательной программы ГУ–ВШЭ (проект 06-05-0008).

ные структуры заменяются небольшими профессиональными коллективами, работающими с новейшими компьютерными и телекоммуникационными технологиями. На место зримой формы предприятия, сосредоточенной в высотных офисах и фабричных цехах, приходит виртуальное предприятие, представляющее собой совокупность пространственно рассредоточенных электронных рабочих мест, связанных между собой компьютерной сетью. Подобные виртуальные организации зачастую бывают временными, связанными с реализацией определенного проекта. По его окончании образованная независимыми профессионалами сеть расплетается, а ее участники вновь становятся свободными игроками и отправляются на поиск новых заказов.

Нельзя упускать из виду и важные социальные достижения XX века. Рост благосостояния и широкое распространение образования способствовали повышению самосознания людей, а следовательно и их требований к работе. Трансформировавшиеся ожидания касаются как характера и содержания труда, так и уровня автономии в трудовом процессе, возможностей принимать решения и более активно управлять своей жизнью. Эти важные изменения человека как субъекта трудовой деятельности формируют новые мотивы и трудовые стратегии, в том числе ориентированные на самостоятельную занятость.

Ряд футурологов (например, Ч. Хэнди, Д. Пинк, Т. Малоун) рисуют радужные картины все большего распространения внеорганизационных форм занятости. В их логике явно или завуалировано присутствует тезис о том, что самостоятельная деятельность приходит на смену традиционному наемному труду. Д. Пинк буквально воспекает независимых работников в своем бестселлере «Нация свободных агентов», утверждая, что «человек организации» уходит в прошлое [Пинк 2005]. Футурологи не стесняются оценочных суждений и приписывают самостоятельной занятости определенное моральное превосходство, полагая, что именно она дает наибольшие возможности самореализации человека и раскрытия его творческого потенциала.

Подобные концепции в основном носят умозрительный, социофилософский характер и лишь изредка подкрепляются фрагментарными количественными данными. Показатели официальной статистики во многом не демонстрируют описанных футурологами тенденций. Однако последние не без оснований указывают на существенные изъяны методик, сформировавшихся в условиях индустриального общества и стандартизированной полной занятости, утверждают, что они не соответствуют современным реалиям и не позволяют корректно учитывать многообразные и изменчивые формы нестандартной занятости [например, см. Пинк 2005: 41–43].

С конца 1990-х годов в странах Западной Европы и США проведено несколько масштабных эмпирических исследований, специально посвященных различным аспектам трансформации занятости и трудовых отношений. Они также демонстрируют противоречивую картину. Так, выводы участников проекта «Будущее труда» в Великобритании более чем сдержанные<sup>2</sup>. Многие провозглашенные футурологами тенденции не находят явного эмпирического подтверждения, особенно в плане темпов происходящих изменений [Nolan, Wood 2003].

При этом не вызывает сомнений, что самостоятельная занятость является важным структурным элементом современной экономики, хотя оценки футурологами динамики и перспектив ее развития, возможно, существенно преувеличены. Следует также учитывать, что она все больше связана с ключевыми для постиндустриального

---

<sup>2</sup> Future of Work Programme (1998–2003), Economic and Social Research Council (ESRC). <http://www.leeds.ac.uk/esrcfutureofwork/>

общества работами по производству и переработке информации. Так, например, по оценкам в ЕС примерно половина добавленной стоимости в секторе знаниеемких бизнес-услуг [knowledge-intensive business services] произведена в малом и мельчайшем бизнесе, а более 60% фирм этого сектора состоят из одного человека<sup>3</sup>.

В любом случае, очевидно, что проблема требует специального изучения. Речь идет не только о количественных данных, но, прежде всего, о конкретизации определений различных типов занятости, а также построении классификаций. По замыслу автора, эта статья призвана внести скромный вклад в решение этих задач.

### Трудности определения и статистического учета

В современной международной статистике выделяется пять категорий работников по статусу занятости<sup>4</sup>:

- 1) наемные работники, получающие заработную плату;
- 2) предприниматели (работодатели), привлекающие наемный труд<sup>5</sup>;
- 3) занятые индивидуальной трудовой деятельностью [own account workers], не привлекающие наемный труд;
- 4) члены производственных кооперативов;
- 5) неоплачиваемые работники семейных предприятий [unpaid family workers]<sup>6</sup>.

На практике отдельная статистика по каждой из пяти групп доступна не всегда и чаще приходится иметь дело с агрегированными показателями. Обычно происходит разделение наемного труда и самозанятости. При этом последняя получает весьма широкую трактовку, в нее включают всех не занятых по найму работников, т.е. тех, чье вознаграждение не является фиксированным и напрямую зависит от финансовых результатов хозяйственной деятельности (по вышеприведенной классификации группы 1–4). Следует также отметить, что данные по разным странам трудно сопоставимы, так как имеются значимые отличия в учете каждой категории национальными статистическими службами.

На протяжении последних десятилетий в развитых странах в целом наблюдался рост самозанятости.

Самозанятость в ОЭСР составляет около 17% всей гражданской занятости<sup>7</sup>. Целесообразно использовать данные по самозанятости применительно к работникам несельскохозяйственного сектора, так как в сельском хозяйстве эта форма является

---

<sup>3</sup> Trends and drivers of change in the European knowledge-intensive business services sector: Mapping report. Dublin, European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions, 2006. P. 7. [www.eurofound.europa.eu/pubdocs/2006/79/en/1/ef0679en.pdf](http://www.eurofound.europa.eu/pubdocs/2006/79/en/1/ef0679en.pdf)

<sup>4</sup> Последняя редакция «Международной классификации статусов занятости» была принята на 15-ой международной конференции статистиков труда в 1993 г. См.: International Classification of Status in Employment (ICSE). <http://www.ilo.org/public/english/bureau/stat/class/icse.htm>

<sup>5</sup> Все занятые в корпоративном секторе, включая директоров предприятий, учитываются как наемные работники.

<sup>6</sup> «Неоплачиваемые» в том смысле, что не имеют формального контракта для получения фиксированной оплаты на регулярной основе. При этом они так или иначе участвуют в доходе семейного предприятия. Эта категория работников особенно распространена в сельском хозяйстве и розничной торговле.

<sup>7</sup> OECD Factbook 2007. Economic, Environmental and Social Statistics. P. 130. <http://oberon.sourceoecd.org/v1=1511877/cl=17/nw=1/rpsv/factbook/06-01-04.htm>

доминирующей (например, в ЕС-15 она охватывает около 68% занятости<sup>8</sup>) на фоне неуклонного снижения сельскохозяйственной занятости в развитых странах. С учетом этих обстоятельств, сегодня доля самозанятых в развитых странах составляет около 12–13% всех несельскохозяйственных работников. При этом разброс показателей по странам составляет от 6% до более чем четверти занятых. Наименьшее число самозанятых в Норвегии (5,6%), Люксембурге (5,8), США (6,8), Дании (6,9), Франции (7,1%), а наибольшее – в Мексике (25,3%), Греции (24,8), Италии (24,2), Корее (23,9), Турции (23,2%)<sup>9</sup>.

В 1990-е годы в 25 странах ОЭСР темпы роста ее численности составили 1,7% по сравнению с 1% гражданской занятости<sup>10</sup>. Однако картина по разным странам противоречивая, в некоторых наблюдается стагнация или же вовсе некоторое сокращение самозанятости. Основная часть рабочих мест для самозанятых создается сегодня в быстрорастущих отраслях с высокой долей квалифицированного труда, в частности в деловых и социальных услугах. Из занимают в основном специалисты (в том числе юристы и менеджеры) и техники.

Следует также отметить, что порой возникает некоторая путаница, связанная с тем, что в социальных науках на уровне теоретических посылок самозанятых обычно четко отделяют как от наемных работников, так и от работодателей, а также от занятых в домашнем натуральном хозяйстве<sup>11</sup>. Подобно предпринимателям, самозанятые реализуют свои товары и услуги на рынке и не имеют фиксированного дохода, а зависят от финансового успеха своего дела. Однако все работы они выполняют самостоятельно без привлечения наемного труда. Профсоюзы, проявляющие сегодня все больший интерес к самозанятым, также как правило накладывают ограничения на прием в свои ряды тех, кто имеет наемных работников<sup>12</sup>. В действительности в микробизнесе грань между самозанятостью и предпринимательством очень тонка и подвижна. Ситуация, когда профессионал имеет ассистента, все же ближе к самозанятости, в случае же наличия постоянного штата мы имеем дело с классическими трудовыми отношениями. Придерживающиеся подобной трактовки исследователи не всегда могут в полной мере опираться на данные официальной статистики.

Для выявления количества различных категорий самозанятых работников требуются специализированные исследования. Ввиду их недостатка, ограниченности охвата и репрезентативности часто приходится оперировать оценками. Данных, на которые ссылается Д. Пинк, и его собственные оценки количества «свободных агентов» в экономике США укладываются в диапазон 33–43 млн. человек, что составляет примерно 25–30% всех занятых [Пинк 2005: 45–55]. Примерно половину (16,5 млн. человек) составляют самостоятельные работники – в терминологии Д. Пинка «солисты» [soloists], а на языке американского права – независимые подрядчики [independent contractors]. Официально приводимые данные Министерства труда США – порядка 9–10 млн. человек – Д. Пинк считает сильно заниженными. Примерно 13 млн. человек составляют микропредприниматели – владельцы компаний с числом сотрудников до 5 человек, и 3,5 млн. – временные работники.

---

<sup>8</sup> [Torrini 2005: 664].

<sup>9</sup> [Blanchflower, Shadforth 2007: 314].

<sup>10</sup> [The Partial Renaissance... 2000: 158–159].

<sup>11</sup> Мы также разделяем данный тезис, см. [Попов, Шевчук 2005: 13].

<sup>12</sup> Хотя здесь бывают исключения, см. [Bibby 2005].

Объединение Пинком в одну категорию «свободных агентов» независимых подрядчиков (солистов), микропредпринимателей и временных работников, конечно, является спорным. В целом в основе различных количественных исследований и оценок самостоятельных работников лежат разные критерии, соответственно они трудносопоставимы, так как охватывают разнородные группы работников.

Трудности классификации и статистического учета самозанятых связаны с высокой гетерогенностью этого сегмента. В данном случае более правильным представляется говорить не о единой социально-экономической категории, а о конгломерате различных групп. Причем границы этих групп расплывчаты, а статусы еще не устоялись. В зависимости от выбора исследователем того или иного критерия формируется ландшафт самостоятельной занятости, который тут же меняется вслед за критерием.

По-видимому, более продуктивным на данном этапе представляется изучение отдельных сегментов самозанятости. И только потом, собрав определенное количество информации, можно будет выделить уникальное и типичное среди этих групп.

В данной статье мы решили последовать этой логике. Поэтому накладываем некоторые ограничения на объект исследования и пытаемся уловить одну из групп в мозаике самостоятельной занятости. Наши ограничения связаны со сферами экономической деятельности, уровнем квалификации и характером труда. Ведь среди самозанятых мы можем встретить как фермеров и строителей, так программистов и консультантов или дизайнеров и артистов. Прежде всего, нас интересуют динамично развивающиеся сектора современной постиндустриальной экономики, связанные с предоставлением высококвалифицированных услуг на основе производства и переработки информации. Таким образом, мы исключаем из рассмотрения труд сельскохозяйственных и промышленных работников, а также традиционные услуги (розничная торговля, общественное питание и т.п.).

### **Фрилансеры – независимые профессионалы**

Одним из широко употребляемых терминов для описания самозанятых является «фрилансер» [freelancer]. Считается, что этот термин зародился в средние века для обозначения «наемников» (буквально «вольных копейщиков») – профессиональных военных, которые служили различным хозяевам за вознаграждение<sup>13</sup>. До самого последнего времени он обычно ассоциировался с представителями так называемых «свободных профессий» сферы культуры и искусства: прежде всего, журналистами, а также архитекторами, фотографами и др. Развитие информационных технологий обогатило список возможных профессий, в который сегодня входят программисты, веб-дизайнеры и др.

Следует признать, что сегодня это понятие гораздо реже (чем например, «самозанятый») употребляется в научной литературе, и распространено в основном в текстах более популярного характера. Но очень важным является тот факт, что оно широко используется в среде самих работников, являясь специфическим жаргоном определенной группы. Без преувеличения можно сказать, что сами они идентифицируют себя подобным образом, о чем в частности говорит присутствие термина в названиях десятков Интернет-сайтов (в том числе, посвященных поиску работы), различных ассоциаций и даже профсоюзов.

---

<sup>13</sup> Lance (англ.) – пика, копые.

В научной литературе фрилансеры справедливо представляются как определенная категория самозанятых, так как работают вне организаций. Второй важной характеристикой выступает высокий уровень независимости и автономии в трудовой деятельности, достигаемый благодаря работе с широким кругом клиентов (заказчиков) и таким образом отсутствию одного постоянного «работодателя». Это существенно отличает фрилансеров от самозанятых работников, являющихся субподрядчиками одной организации и поэтому испытывающих сильные формы зависимости, во многом напоминающие традиционные трудовые отношения при отсутствии социальных гарантий.

По нашему мнению, нечастое употребление термина «фрилансер» в научной литературе связано с его недостаточной определенностью. В вышеприведенной трактовке оно трудно отделимо от уже известных понятий типа «самозанятости» и «множественной занятости». Тем не менее термин «фрилансер» имеет все основания на то, чтобы закрепиться как научная категория, если будет соответствующим образом конкретизирован, что позволит использовать его для описания определенных реалий хозяйственной жизни.

Де-факто как в научных, так и в популярных текстах, посвященных фрилансу, в качестве его субъектов в основном фигурируют высококвалифицированные профессионалы. Именно такой подход представляется актуальным и продуктивным в условиях современной информационной экономики, основанной на высококвалифицированном труде в сфере услуг. По нашему мнению, целесообразно ограничить сферу применения термина «фрилансер» профессиональным трудом в сфере высококвалифицированных услуг, в том числе информационно- и знаниеемких. Не стоит по примеру Д. Пинка причислять к фрилансерам «водопроводчиков», «укладчиков дорожных покрытий», «владельцев грузовиков», т.е. «представителей почти любых профессий, которые предполагают работу сразу на нескольких клиентов» [Пинк 2005: 45]. Распространение термина на такой широкий круг работников приводит к его размыванию и неизбежно оставляет на обочине научных дискуссий.

Таким образом, для конкретизации термина «фрилансер» можно предложить следующие критерии:

- фрилансер систематически осуществляет свою деятельность в рамках определенной профессии, продавая на рынке свои профессиональные навыки и умения. Это не любая (относительно случайная) деятельность, которая может быть оплачена на рынке;
- фрилансер предоставляет услуги, а не производит товары;
- фрилансер занят нефизическим трудом;
- труд фрилансера – высококвалифицированный, требующий значительного «человеческого капитала», часто связанный с производством и обработкой информации.

Итак, согласно нашему определению, *фрилансер – независимый профессионал высокой квалификации, который не состоит в штате организаций и не включен в традиционные трудовые отношения, а самостоятельно реализует свои услуги на рынке различным клиентам, не являясь субподрядчиком единственного заказчика.*

### **Е-лансеры – фрилансеры информационной эпохи**

Информационные и коммуникационные технологии создают возможности для новых форм организации трудового процесса. В научный оборот вошли термины «удаленная работа» [remote work], «телеработа» [telework, telejob], «теледоступ» [telecommuting] и др. Концепцию работы на расстоянии впервые обосновал Джек Ниллес в начале 1970-х

годов, когда руководил первым телекомьютинговым проектом в университете Южной Калифорнии. Он заметил, что в ряде случаев легче доставить работу к человеку, а не наоборот [Nilles 1998].

Таким образом, «удаленная работа» или «телеработа» подразумевает работу на расстоянии вне традиционного рабочего места (офис), когда связь (передача и получение информации) поддерживается посредством современных коммуникационных технологий (компьютерные сети, современная телефонная связь). Иными словами, исполнители в этих случаях находятся на определенном расстоянии от того места, где необходимы результаты их работы, или от тех рабочих мест, где данные работы обычно выполняются.

Сегодня все более широкие слои работников в той или иной степени вовлекаются в телеработу. Дискуссионным является вопрос о критериях отнесения к телеработникам. В качестве такового, например, может использоваться определенная доля времени. Так, в проекте «Электронная коммерция и тенденции телеработы» к телеработникам относят всех, кто хотя бы один полный рабочий день в течение рабочей недели трудится в таком режиме<sup>14</sup>. Бюро национальной статистики Великобритании исходит из более жесткого определения: телеработа должна быть основной формой деятельности. От выборов критерия зависят и итоговые цифры. Согласно довольно узкому официальному определению, в Великобритании доля телеработников в общей численности занятых оценивается в 9–10% (около 2,5–3 млн. человек), что в 3 раза больше, чем в 1997 г., когда их стали впервые учитывать. Более широкие трактовки позволяют считать телеработниками до 20% занятых в экономике Великобритании<sup>15</sup>.

При этом формируются устойчивые категории работников, труд которых в силу его специфики организован исключительно подобным образом. Это, прежде всего, специалисты, связанные с развитием сетевой инфраструктуры (в частности созданием Интернет-сайтов) и электронным бизнесом.

Телеработа не привязана жестко к статусу занятости. Организации все шире применяют возможности теледоступа, позволяя своим работникам определенное количество времени работать на дому или в специально созданных «телецентрах», находящихся на удалении от основного офиса. Так называемые «телефонные центры» [call centers] также являются характерным примером.

Однако наибольшее распространение телеработа получила в среде независимых работников. Согласно данным национальной статистики, в 2005 г. в Великобритании 62% всех телеработников являлись самозанятыми, а 41% всех самозанятых – телеработниками, тогда как для наемных работников последний показатель был в десять раз меньше – всего 4%. Телеработниками являются 4 из 5 надомных работников [homeworkers]. Отмечается также, что темпы роста числа телеработников среди самозанятых выше, чем среди наемных работников, а около 90% телеработников представляют высококвалифицированный профессиональный или управленческий труд<sup>16</sup>.

---

<sup>14</sup> Electronic Commerce and Telework Trends (ECCaTT): <http://www.ecatt.com/>

<sup>15</sup> Данные, предоставленные автору Бюро национальной статистики Великобритании (Office of National Statistics); [http://www.cipd.co.uk/pressoffice/ featured/Teleworking\\_060906ART.htm](http://www.cipd.co.uk/pressoffice/featured/Teleworking_060906ART.htm); <http://www.onrec.com/newsstories/16756.asp>

<sup>16</sup> Ruiz, Walling 2005: 417–426; <http://news.zdnet.co.uk/itmanagement/0,1000000308,39226537,00.htm>; [http://www.cipd.co.uk/pressoffice/ featured/Teleworking\\_060906ART.htm](http://www.cipd.co.uk/pressoffice/featured/Teleworking_060906ART.htm).

**Телеработа и статус занятости**

|                      | <b>Традиционная работа<br/>(очные контакты с работодателем или заказчиком)</b>                            | <b>Телеработа<br/>(удаленная занятость, заочные контакты)</b>                                                            |
|----------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Наемный труд</b>  | – традиционный наемный работник, трудящийся в офисе                                                       | – работник «телецентра» или «телефонного центра»;<br>– наемный работник, трудящийся на дому с использованием теледоступа |
| <b>Самозанятость</b> | – традиционная самозанятость (общественное питание, розничная торговля, юристы, психологи, артисты и др.) | – е-лансер (программисты, веб-дизайнеры, журналисты, переводчики и др.)                                                  |

Американский исследователь Томас Малоун, по аналогии с неологизмами «e-mail» (электронная почта), «e-business (электронный бизнес), ввел специальный термин «e-lancer» (электронный фрилансер), под которым понимается фрилансер, осуществляющий свою трудовую деятельность удаленно с использованием информационно-коммуникационных технологий [Malone, Laubacher 1998; Малоун 2006: 85–90]. То есть е-лансер – это фрилансер-телеработник.

Без риска сильно ошибиться можно сказать, что практически все самозанятые работники, представляющие «компьютерные профессии» (программисты, веб-дизайнеры), являются е-лансерами. Также е-лансерами становятся все больше представителей традиционных фрилансерских профессий. Например, эта форма чрезвычайно удобна для журналистов и переводчиков. В определенных случаях информационные технологии оказывают ограниченное воздействие на занятость фрилансеров. Некоторые виды труда предполагают непосредственный контакт с клиентом и не могут выполняться удаленно. Речь идет о «живых» музыкантах, шоуменах, киноартистах и в значительной степени бизнес-консультантах. В этом случае новые технологии лишь облегчают поиск работы и деловые контакты с клиентом. В целом можно предположить, что существует тенденция к тому, что фриланс в постиндустриальной экономике в основном будет выступать в форме е-ланса.

На развивающемся рынке услуг электронных фрилансеров формируется своя инфраструктура, представленная специальными Интернет-сайтами – «биржами удаленной работы». Интересно, что они не только являются местом встречи предложения и спроса, но и вырабатывают «правила игры», формируют механизмы регулирования контрактных отношений и укрепляют доверие. Первый и крупнейший из подобных сайтов <http://www.elance.com> появился в 1999 г., что, по сути, ознаменовало институционализацию новой категории работников – электронных фрилансеров. Другими мировыми биржами удаленной работы являются <http://www.guru.com> и <http://www.getafreelancer.com>. Пользователями каждого из этих сайтов являются сотни тысяч независимых профессионалов. В России крупнейшим ресурсом такого рода стал <http://www.free-lance.ru>, количество пользователей которого оценивается в 100 тыс. чел. Эту внушительную аудиторию сайт собрал всего за три года работы.

**Множественная занятость портфельных работников**

Практика множественной занятости, когда человек имеет более одного места работы, привлекает повышенное внимание исследователей. Английский теоретик менеджмента Чарльз Хэнди ввел в научный оборот категорию «портфель работ» [см., например: Хэнди 2001: 196–207], на основе которой впоследствии появились термины «портфельная карьера», «портфельный работник» [см. Cohen, Mallon 1999; Gold, Fraser

2002; Clinton, Totterdell, Wood 2006]. Под этим термином он понимал весь набор видов деятельности человека (как оплачиваемых, так и нет), которые он делил на пять основных категорий:

- работа за оклад, являющийся вознаграждением за отработанное время;
- работа за контрактное вознаграждение, которое выплачивается за определенный результат труда;
- домашняя работа (приготовление пищи, уборка, уход за детьми, производство благ в домашних условиях и т.п.);
- бесплатная работа (благотворительность, труд на благо соседей или местных сообществ, хобби и т.п.);
- работа по приобретению знаний (обучение в учебных заведениях, самообразование)<sup>17</sup>.

На протяжении большей части XX в. портфель работ большинства мужчин был стандартным и чрезвычайно бедным, включая в качестве основы лишь штатную занятость в организации. Ч. Хэнди с удивлением отмечает парадокс человеческого сознания, когда большинство людей прекрасно понимает, что не стоит помещать все денежные средства в какой-либо один актив, а жизнь стремится сложить в одну «корзинку». Между тем, утверждает Хэнди, в современных условиях зависимость от единственного источника дохода – это рискованная стратегия, так как он никому не гарантирован. Сфера классической занятости постоянно сужается [Шевчук 2005, 2007], а обострение конкуренции со стороны коллег и жесткий истощающий ритм работы с каждым годом сокращают шансы на дальнейшее пребывание в ядре организации.

Основная мысль Ч. Хэнди заключается в том, что сегодня каждому необходимо широкое «портфельное» мышление: «Портфели работ формируются случайно, в то время как должны бы наполняться в процессе выбора. Мы можем и должны самостоятельно управлять своим временем» [Хэнди 2001: 204]. По мнению Хэнди, отказавшись от стереотипа восприятия нестандартных форм занятости как неполноценных и собрав их в единый портфель, можно умело контролировать финансовые потоки в разные периоды жизни с учетом различных жизненных обстоятельств. В этом смысле самозанятость, занятость неполный рабочий день, временные подработки, производство благ в домашних условиях (вместо покупки товаров и услуг) могут создать более устойчивый и одновременно гибкий фундамент материального существования, не говоря уже о свободе в распоряжении собственной жизнью.

По нашему мнению, категория «портфель работ» обладает серьезным исследовательским потенциалом и применительно к определенному кругу задач имеет преимущество перед традиционно употребляемым термином «множественная занятость»:

- эта категория не только фиксирует наличие у индивида нескольких мест работы в данный момент времени, но и отражает определенный тип мышления и стратегию занятости. «Портфельная карьера» представляет собой совокупность видов

---

<sup>17</sup> Естественно, в зависимости от целей исследования в каждой из этих категорий мы можем при необходимости выделять набор более конкретных видов деятельности.

деятельности, мест работы, отдельных проектов разного масштаба и значения реализуемых параллельно и последовательно<sup>18</sup>;

- включение в «портфель» как оплачиваемых, так и неоплачиваемых видов деятельности фиксирует единство работы и жизни, позволяет анализировать стратегии занятости в тесной связи с личными интересами, обстоятельствами, планами<sup>19</sup>.

Оба этих аспекта чрезвычайно актуальны при исследованиях самозанятости. Тем не менее понятия «фрилансер» и «портфельный работник» не совпадают полностью, так как выделены по разным критериям. В первом случае определяющим для нас выступает самостоятельный статус занятости, во втором – множественность мест и типов трудовой деятельности. В целом можно сделать вывод, что фрилансер всегда является портфельным работником, так как имеет дело с несколькими заказчиками. Обратное же утверждение не верно. Портфельный работник может быть «совместителем», т.е. трудиться в двух и более организациях, или же совмещать труд по найму с самозанятостью<sup>20</sup>.

#### Фрилансер vs. портфельный работник

|                                                              | Фрилансер   | Портфельный работник                                                                    |
|--------------------------------------------------------------|-------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|
| Работодатели, заказчики, клиенты, покупатели продуктов/услуг | несколько   | несколько                                                                               |
| Статус занятости                                             | самозанятый | может быть как самозанятым, так и наемным работником, а также совмещать эти статусы     |
| Умения и навыки как основа получения дохода                  | профессия   | любые возможные формы заработка с использованием навыков из различных сфер деятельности |

#### Попытка типологизации

В основу типологии легли три основных критерия, которые, по нашему мнению, важны для характеристики занятости в современной информационной экономике. Каждый

<sup>18</sup> Подобные изменения трудовой этики также фиксируются в концепции «свободной карьеры», которая исходит из того, что современные работники не отличаются лояльностью к организациям, часто меняют места работы, изначально рассматривая их как временные проекты [см. Arthur 1994].

<sup>19</sup> Это не отменяет возможности рассматривать отдельно портфели оплачиваемой и неоплачиваемой занятости.

<sup>20</sup> Более того, если абстрагироваться от правового оформления отношений занятости и иметь в виду исключительно субъективную мотивацию индивида («портфельное мышление»), мы можем обнаружить портфельных работников, которые всегда были только служащими организаций. Примером являются антикризисные управляющие, покидающие свое место работы, как только дела в организации налаживаются; менеджеры и специалисты, связанные скорее с реализацией определенного проекта, чем с самой организацией; да и просто «летуны», изначально рассматривающие очередное место работы как временное. Зачисление в штат организации в данном случае лишь юридическое оформление отношений, которые изначально имеют проектный характер и обречены быть краткосрочными. За фасадом трудового права на самом деле скрывается рыночная сделка. Исследователи характеризуют таких людей на первый взгляд парадоксальными терминами «свободные агенты, работающие по найму» (Д. Пинк) или «внутренние фрилансеры» (Т. Малоун) [Пинк 2005: 52–53; Малоун 2006: 107–108].

критерий может быть представлен в виде дихотомии, отражающей определенные структурные сдвиги:

- самозанятость – наемный труд;
- удаленная работа (телеработа) – традиционная работа (предполагающая личное присутствие в офисе);
- множественная (портфельная) занятость – традиционная занятость (на одном рабочем месте).

Попытаемся построить типологию форм занятости, основанную на пересечении этих признаков, и рассмотрим их возможные сочетания (см. рис. 1)<sup>21</sup>.

Ядро составляют е-лансеры – самозанятые профессионалы, формирующие портфель заказов и работающие удаленно (1). Мы не только полагаем, что е-лансеры – это самостоятельная категория работников в структуре современной занятости, но и прогнозируем ее возможное расширение, которое обусловлено двумя причинами:

- рост самого информационного сектора, связанного с производством и обработкой информации, а также развитием соответствующей инфраструктуры (Интернет), в котором подобная форма занятости имеет широкое распространение. Так, например, только в компьютерных услугах за период 1979–2003 гг. наблюдался ежегодный рост занятости в 6,1% в странах ЕС-15 и 8,2% в США по сравнению с показателями для экономики в целом соответственно 0,6 и 1,4% [Кох, Rubalcaba 2007];
- дальнейшая диффузия информационно-коммуникационных технологий в экономику, вызывающая реструктуризацию трудовой деятельности и отношений занятости.

Вокруг ядра расположены полупериферийные и периферийные группы, с которыми происходит взаимный обмен и которые являются потенциальными источниками его пополнения, так как их представители уже обладают некоторыми необходимыми характеристиками и навыками.

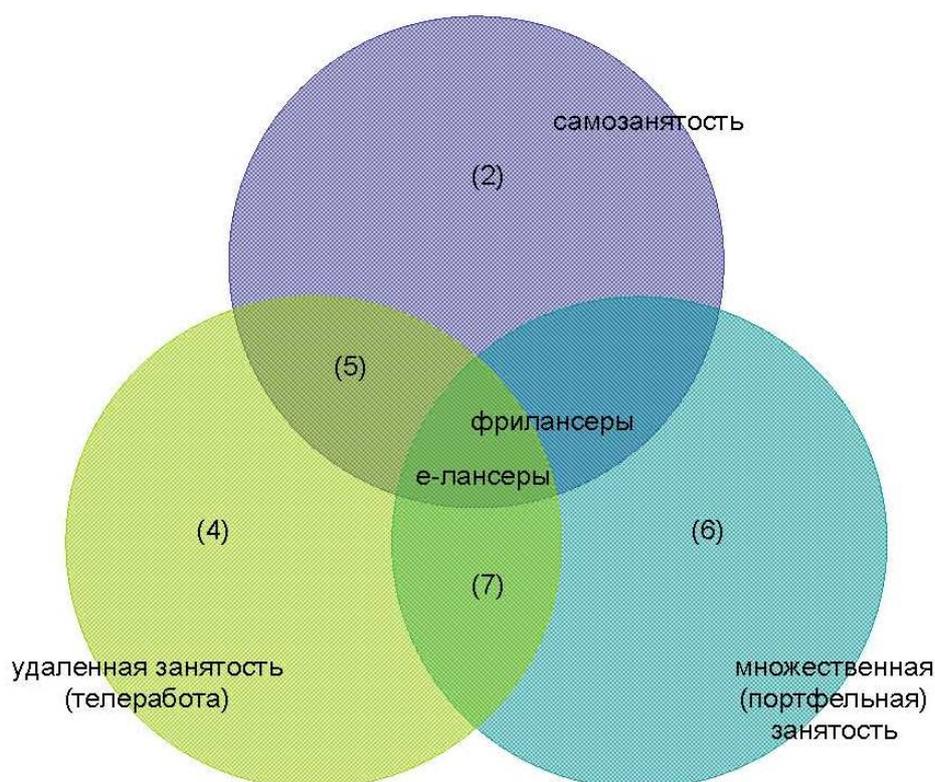
По всей ширине пересечения двух признаков мы получаем следующие группы:

- самозанятые телеработники;
- самозанятые портфельные работники – фрилансеры;
- портфельные телеработники.

---

<sup>21</sup> Необходимо отметить, что речь не идет об общей типологии занятости, охватывающей все возможные формы. Представленная классификация показывает лишь некоторые сегменты современной самозанятости и ее соотношение с различными пограничными случаями. В рамках данной статьи мы также используем эту типологию с учетом ранее сделанных оговорок, исключая сельскохозяйственный и промышленный труд, а также сектор традиционных услуг, хотя при определенной доработке сфера ее распространения может быть расширена. Необходимо также отметить еще одно ограничение типологии, состоящее в неспособности зафиксировать случай совмещения одним работником наемного труда и самозанятости.

Рисунок 1. Типы занятости в информационной экономике



Теперь обратимся к более детальному рассмотрению отдельных сегментов.

- (2) Самозанятые, связанные долгосрочными отношениями с одним заказчиком. Эта категория работников может быть названа «экономически зависимой»<sup>22</sup>. В данном случае отношения между работодателем и работником регулируются коммерческим, а не трудовым правом, что существенно снижает социальную защищенность<sup>23</sup>. В последние годы названная проблема привлекает пристальное внимание профсоюзов, добивающихся применения норм трудового права и к этой категории работников<sup>24</sup>. Все это подчеркивает немалое сходство положения данной группы самозанятых и наемных работников. Следует, однако, отметить, что, в отличие от наемных работников, даже «экономически зависимые» самозанятые обладают широкой автономией в вопросах организации рабочего времени и избавлены от перманентного управленческого надзора. Примерами данного типа работников являются традиционные «надомники» (какие были распространены в текстильной промышленности) или агенты сетевого маркетинга (например, распространители

<sup>22</sup> Perulli A. Economically dependent/quasi-subordinate (parasubordinate) employment, [http://europa.eu.int/comm/employment\\_social/labour\\_law/docs/parasubordination\\_report\\_en.pdf](http://europa.eu.int/comm/employment_social/labour_law/docs/parasubordination_report_en.pdf); «Economically dependent workers», employment law and industrial relations, EIRO Observer, 4/02. [http://europa.eu.int/comm/employment\\_social/labour\\_law/docs/eirostudy\\_en.pdf](http://europa.eu.int/comm/employment_social/labour_law/docs/eirostudy_en.pdf)

<sup>23</sup> Кроме того, существует незаконная практика «фиктивной самозанятости» [false self-employment], когда работодатели оформляют фактические трудовые отношения как контрактные.

<sup>24</sup> В Италии три крупнейших профсоюзных центра создали специальные организации (NIDIL-CGIL, ALAI-CISL, CPO-UIL), призванные защищать интересы экономически зависимых самозанятых работников, в которых сегодня состоит около 30 тыс. человек [Bibby 2006].

косметики). В сфере финансовых услуг это, например, страховые агенты, представляющие интересы одной компании.

- (3) *Традиционные фрилансеры.* В эту группу входят работники, чья деятельность еще не реструктуризирована информационно-коммуникационными технологиями, и те, чей труд в принципе не может выполняться удаленно. В последнем случае это в основном связано с необходимостью очного контакта с клиентом (психологи, разного рода консультанты, артисты, тренеры и др.).
- (4) *Занятые по найму телеработники* могут работать на дому или в специально оборудованных помещениях (телецентрах), находящихся на удалении от головного офиса. Ряд компаний проповедают данную стратегию для сокращения издержек на аренду помещений или заработную плату (в случае оффшоринга).
- (5) *Самозанятые телеработники, связанные долгосрочными отношениями с одним заказчиком.* Они могут быть названы «надомниками информационной эпохи», так как по сути представляют для бизнеса внешнюю рабочую силу и являются «экономически зависимыми».
- (6) *Занятые по найму портфельные работники* имеют трудовые отношения с двумя и более работодателями. Это «совместители», занятые сразу в нескольких организациях.
- (7) *Занятые по найму портфельные телеработники.* По сути то же, что и предыдущий пункт, только на условиях удаленной работы.

## Заключение

В данной статье мы рассмотрели некоторые аспекты самозанятости в современной экономике. Ее особенности определяются характерными чертами постиндустриального или информационного общества. Самозанятость в возрастающей степени сопряжена с оказанием высококвалифицированных услуг, связанных с производством и переработкой информации. Повышается роль группы независимых профессионалов – фрилансеров, самостоятельно реализующих свои услуги на рынке. Современные информационно-коммуникационные технологии способствуют реструктуризации самозанятости. Сегодня она может осуществляться на условиях удаленной работы. Формируются и развиваются виртуальные рынки услуг электронных фрилансеров – е-лансеров. Эти рынки не подразумевают очного контакта между самозанятыми и их заказчиками: поиск работы, заключение контрактов, получение заданий, передача результатов работы, ее оплата и текущие коммуникации осуществляются через Интернет. Инфраструктура этих рынков представлена специальными сайтами – биржами удаленной работы. Перспективы расширения новой категории работников – электронных фрилансеров (е-лансеров) связаны с продолжающимся ростом объема работ по производству и переработке информации, а также дальнейшим развитием информационно-коммуникационных технологий и их освоением широкими слоями современных работников.

## ЛИТЕРАТУРА

- Малоун Т.У. Труд в новом столетии. Как новые формы бизнеса влияют на организации, стиль управления и вашу жизнь. М.: Олимп-Бизнес, 2006.
- Пинк Д. Нация свободных агентов: как новые независимые работники меняют жизнь Америки. М.: Издательский дом «Секрет фирмы», 2005.
- Попов Ю.Н., Шевчук А.В. Введение в социологию труда и занятости. Учебное пособие. М.: Дело, 2005.
- Хэнди Ч. Время безрассудства. Искусство управления в организации будущего. СПб.: Питер, 2001. С.

- Шевчук А.В.* О будущем труда и будущем без труда (футурологические дискуссии) // *Общественные науки и современность*. 2007. №3. <http://ecsocman.edu.ru/ons> или *Экономическая социология*. 2005. Т. 6. № 3. С. 11–24. <http://ecsoc.msses.ru>
- Arthur M. B.* The boundaryless career: a new perspective for organizational inquiry // *Journal of Organizational Behavior*. 1994. Vol. 15. No. 4. P. 295–306.
- Bibby A.* Opening the doors wide to the self-employed. How trade unions are recruiting and organizing self-employed workers as members // Report, prepared for the Freelance Network Conference. Luxembourg. October 2005. <http://www.union-network.org>
- Blanchflower D. G., Shadforth C.* Entrepreneurship in the UK // *Foundations and Trends in Entrepreneurship*. 2007. Vol. 3. No. 4. <http://www.dartmouth.edu/~blanchflr/papers/ENT0304.pdf>
- Clinton M., Totterdell P., Wood S.* A Grounded Theory of Portfolio Working: Experiencing the Smallest of Small Businesses // *International Small Business Journal*. 2006. Vol. 24. № 2.
- Cohen L., Mallon M.* The transition from organizational employment to portfolio working: perceptions of «boundarylessness» // *Work, Employment & Society*. 1999. Vol. 13. No. 2.
- Gold M., Fraser J.* Managing self-management: successful transitions to portfolio careers // *Work, Employment & Society*. 2002. Vol. 16. No. 4.
- Kox H., Rubalcaba L.* Analysing the Contribution of Business Services to European Economic Growth // *Bruges European Economic Research Paper*. 2007. No. 9. P. 6. [http://www.cpb.nl/nl/org/homepages/hlmk/HK\\_LR\\_BEER\\_Paper\\_No\\_9\\_febr2007.pdf](http://www.cpb.nl/nl/org/homepages/hlmk/HK_LR_BEER_Paper_No_9_febr2007.pdf)
- Malone T., Laubacher J.* The dawn of the e-lance economy // *Harvard Business Review*. 1998. Sept-Oct.
- Nilles J.* *Managing Telework: Strategies for Managing the Virtual Workforce*. N.Y.: John Wiley & Sons, 1998. <http://www.jala.com>
- Nolan P., Wood S.* Mapping the Future of Work // *British Journal of Industrial Relations*. 2003. Vol. 41. No. 2.
- Ruiz Y., Walling A.* Home-based working using communication technologies // *Labour Market Trends*. 2005. Vol. 113. No. 10. UK Office for National Statistics. P. 417–426. [http://www.statistics.gov.uk/articles/labour\\_market\\_trends/teleworking\\_Oct05.pdf](http://www.statistics.gov.uk/articles/labour_market_trends/teleworking_Oct05.pdf)
- The Partial Renaissance of Self-Employment* // *Employment Outlook OECD*. Paris, 2000. P.158–159.
- Torrini R.* Cross-country differences in self-employment rates: the role of institutions // *Labour Economics*. 2005. No. 12.

## НОВЫЕ ПЕРЕВОДЫ

Р. Дор

# РАЗЛИЧИЯ ЯПОНСКОЙ И АНГЛО-САКСОНСКОЙ МОДЕЛЕЙ КАПИТАЛИЗМА



**Рональд ДОР**

[Ronald DORE] – профессор Лондонской школы экономики и политических наук, Великобритания..

Обсуждение вопроса о типах капитализма имеет смысл начать с грубой классификации представлений, в соответствии с которыми люди различных убеждений и национальностей, находящиеся в разных социальных ситуациях, смотрят сегодня на природу частной фирмы в капиталистических обществах. Я полагаю, что на общем уровне можно выделить четыре основные концепции фирмы, рассматривающие ее, соответственно, как структуру отношений собственности; как сообщество (эта концепция имеет две разновидности); и, наконец, как поле (арену) взаимодействия заинтересованных групп (стейкхолдеров).

Концепция фирмы как структуры отношений собственности [property view] доминирует среди бизнесменов англосаксонского мира. В качестве примера можно привести базовый тезис Доклада Кэдбери (Cadbury Report) о корпоративном управлении<sup>1</sup>, закрепленный также в Акте о британских компаниях, утверждающем, что правовая ситуация отражает социальную реальность. В соответствии с этой концепцией, компания – это организация, основанная индивидами, вложившими в нее свой капитал для удовлетворения собственных материальных интересов. Менеджеры – их агенты, в обязанности которых входит прежде всего защита интересов акционеров, а тщательный отбор наилучшей рабочей силы по как можно более низкой цене выступает для них задачей примерно того же рода, что и заключение наиболее выгодных сделок с поставщиками сырья. Конечно, аналогия здесь не вполне правомерна, потому что люди, предлагающие свою рабочую силу, выражают определенные чувства и желания и по-разному реагируют на то, как к ним относятся. Отношения с ними отличаются от отношений с внешними поставщиками сырья (скажем, молибдена). Поэтому в данном случае допускаются особые

**Источник:** Dore R. The Distinctiveness of Japan // Political Economy of Modern Capitalism. Mapping Convergence and Diversity / Ed. by C. Crouch, W. Streeck. L.: Sage Publications, 1997. P. 19–32. Перевод А.В. Шевчука под ред. М.С. Добряковой; науч. ред. В.В. Радаев.

<sup>1</sup> Имеется в виду Доклад Кэдбери – Доклад Комитета по финансовым аспектам корпоративного управления [Report of the Committee on the Financial Aspects of Corporate Governance] под руководством А. Кэдбери, опубликованный в Великобритании в 1992 г. (<http://rru.worldbank.org/Documents/PapersLinks/1253.pdf>). – Прим. перев.

тактические приемы: политика «вовлеченности работников в деятельность фирмы», патернализм в вопросах социальной защиты и более высокая зарплата по сравнению с рыночным уровнем – но лишь при условии, что эти манипуляции приносят дополнительную выгоду от вложений в приобретение рабочей силы.

Концепция фирмы как сообщества [entity/community view], напротив, рассматривает компанию как своего рода нацию. Руководство говорит о «будущем нашей великой компании» практически так же, как президенты и короли – «о будущем нашей нации». Такая компания материализуется в двух типах отношений. Во-первых, она воспринимается как некое объединение индивидов, участвующих в общей трудовой деятельности. Во-вторых, в каждый конкретный момент времени она воплощается в определенной совокупности людей, образующей (подобно нации) сообщество, члены которого связаны между собой узами взаимной заинтересованности в его судьбе, обязательствами сотрудничества и доверия, разделяют общие риски. Границы этого сообщества могут варьироваться. Они могут быть ограничены группой менеджеров высшего звена, или менеджеров высшего и среднего звена, или же распространены на всех работающих в фирме людей – «синих» и «белых» воротничков (точнее, всех работников «ядра», исключая «периферию» – временных работников и совместителей). Отсюда возникают две разновидности подхода к фирме, рассматривающие ее как: 1) сообщество, организованное в интересах менеджеров [managerial community view] и 2) сообщество, организованное в интересах работников [employee community view]. Вторая разновидность – это взгляд на фирму как на «сообщество людей» (если заимствовать формулировку Папы Римского из его недавней энциклики<sup>2</sup>), подразумевающий, что акционеры представляют лишь одну из групп «аутсайдеров», интересы которой компания должна принимать во внимание, чтобы выжить и преуспеть.

Среди академических исследователей – профессиональных экономистов, преподавателей бизнес-школ и др. – наиболее популярна концепция фирмы как поля (арены) взаимодействия заинтересованных групп [arena view]. Фирма рассматривается как арена, на которой индивиды или группы индивидов (например, «менеджеры», «квалифицированные рабочие», «поставщики»), обычно обозначаемые как «стейкхолдеры» [stake-holders], заключают разного рода контракты, часто неявные. Иерархическая структура фирмы может быть «разложена» на сеть таких контрактов, а ее производственная деятельность – рассматриваться как реализация сделок, мотивированных исключительно эгоистическими интересами индивидов. Теория агентских отношений [principal-agent theory], лежащая в основе множества современных экономических работ, в целом вполне соответствует взгляду на фирму как структуру отношений собственности или ее трактовке как арены взаимодействия заинтересованных групп. Что касается стыковки с концепцией фирмы как сообщества, то теория агентских отношений допускает ее первую разновидность – сообщество, организованное в интересах менеджеров, но полностью исключает вторую – сообщество, организованное в интересах работников.

### Национальные контрасты

Суммируя изложенные различия, можно заключить, что в США и Великобритании доминирует концепция фирмы как структуры отношений собственности с некоторыми отклонениями в сторону ее трактовки как сообщества, организованного в интересах менеджеров. Последнее особенно характерно для США (хотя в возрастающей степени и для Великобритании), где все большее распространение получают выкуп компании

---

<sup>2</sup> Centesimus Annus, 1991.

менеджментом [management buy-out]<sup>3</sup> и предоставление менеджерам опционов [share options]<sup>4</sup>. В Японии же доминирует взгляд на фирму как сообщество, организованное в интересах работников.

На чем основаны сделанные нами утверждения? Как эти различные подходы выражаются в поведении людей? Однажды кто-то посоветовал мне внимательней прислушаться к тому, как высший руководитель компании обращается к акционерам на ежегодном общем собрании. В США и Великобритании он скорее всего скажет: «Ваша фирма, леди и джентльмены, за прошедший год...» Его японский коллега (хотя он, как правило, имеет гораздо меньше акций и опционов) произнесет: «наша фирма». Впрочем, различия на поведенческом уровне гораздо более сложны и обширны. Позвольте мне кратко остановиться на некоторых из них.

### Отношения занятости

Работники крупных японских компаний (включая и «синих», и «белых» воротничков) – не просто те, кто прислал свое резюме и получил «место» в фирме. Это люди, которые в самом раннем возрасте (обычно сразу после окончания школы или университета) успешно прошли отбор и стали «членами фирмы». Быть «членом фирмы» дает надежду на то, что ты будешь не просто «выполнять работу», но делать карьеру в данной фирме (а поскольку подобные надежды часто оправдываются, они превращаются в ожидания, переходящие в уверенность). Такая модель занятости редко встречается в США или Великобритании, особенно в частном секторе. В этих странах ее можно обнаружить разве что в вооруженных силах, частично в сфере государственной службы (в Великобритании – в период до М. Тэтчер, в США – например, в Государственном департаменте), а также на управленческих позициях в тех частных компаниях, которые в большей степени отклоняются от доминирующей (собственнической) концепции фирмы в пользу ее трактовки как сообщества, организованного в интересах менеджеров (например, компании Shell, Unilever, Phillips, IBM, Hewlett Packard).

Поэтому в японских фирмах стандартной практикой является процедура найма на работу, основанная на проверке не столько профессиональных навыков человека, сколько его личных качеств, общего уровня интеллекта и способности к обучению. Весьма и весьма тщательный отбор проходят как менеджеры, так и «синие» воротнички, а также работники, занятые рутинным физическим трудом. В США и Великобритании такие методы подбора персонала используются лишь в ограниченном сегменте управленческих позиций, которые были перечислены выше.

В Японии персональная идентификация с фирмой, подпитываемая «пожизненными обязательствами», настолько сильна, что к примеру для менеджера высшего звена корпорации Hitachi просто немыслим переход на аналогичную должность к прямому конкуренту, такому, например, как Toshiba (это выглядело бы так, как если бы британский офицер, попав в плен, присоединился к немецкой армии). Он может уйти в сталелитейную компанию, но и то только с благословения Hitachi. Говорят, банковский мир Великобритании был когда-то примерно таким же – менеджер банка Barclays никогда не перешел бы в банк Midland. Впрочем, не исключено, что здесь следует разграничить более институционализированный, очень стабильный коллективистский коммунитаризм

---

<sup>3</sup> Выкуп компании менеджментом (МВО) – это приобретение топ-менеджерами компании прав собственности у акционеров. – *Прим. перев.*

<sup>4</sup> Опционы на акции [share option, stock option] – разновидность системы поощрения, при которой менеджерам в качестве дополнительного вознаграждения предоставляется право на приобретение в будущем определенного числа акций компании по льготной цене. – *Прим. перев.*

современной японской фирмы и позицию британских банков, которую можно интерпретировать как воспроизводство более ранних патерналистских версий «фирмы как семьи». Но даже этот патернализм в конечном счете уступил решительному натиску со стороны подхода к фирме как структуре отношений собственности. Последний вновь набрал силу в 1980-х гг. с вкраплениями подхода, рассматривающего фирму как поле взаимодействия заинтересованных групп. На полях такого капитализма все контракты – по существу, разовые. Участие индивида в контрактном поле одной фирмы не должно закрывать для него возможности ее покинуть и выйти на другое контрактное поле. В силу идеологической гегемонии молчаливых сторонников негибкой неоклассической экономической теории подобные чувства «лояльности» и «патерналистского долга» осуждались как якобы сдерживающие повышение эффективности. Я подробнее остановлюсь на этом вопросе в заключительном разделе. Исполнительный директор фирмы в США и Великобритании в случае, если он успешно служил своим принципалам-акционерам, эффективно поддерживая уровень доходов, цен на акции и ограничивая расходы на заработную плату, может рассчитывать на личные доходы в форме зарплаты, опционов и бонусов, которые в десятки или даже в сотни раз превышают средний уровень оплаты труда в компании. Для исполнительного директора в любой из упоминавшихся выше крупных японских компаний эта разница будет составлять не более двух раз, т.е. его доход лишь немного превышает заработка других директоров более низкого уровня, на котором он сам прежде находился. Нечто подобное происходит с помощниками секретарей в британской государственной службе, когда они становятся постоянными секретарями. Различия в уровнях зарплат в обоих случаях схожи. Едва ли стоит специально разяснять взаимосвязь внутрифирменного неравенства доходов с восприятием компании как сообщества.

Профсоюзы в США и Великобритании пытаются объединить всех работников, предлагающих на рынке однотипные профессиональные навыки, пытаются поддерживать цены на труд. В Японии же профсоюзы объединяют всех работников, которые связали свое будущее с определенной фирмой. Их функции состоят в следующем:

- а) отслеживать возможные случаи несправедливого отношения к работникам на нижних этажах иерархии (к молодым менеджерам и «синим воротничкам»);
- б) в переговорах о размере заработной платы представлять интересы тех, кто, находясь вдали от центров власти, заинтересован в получении максимальной выгоды сегодня, а также противостоять склонности лиц, принимающих решения, более явно следовать конкурентным требованиям банков и акционеров, предпочитающих инвестировать доходы для получения большей прибыли в будущем.

Инвестиции в обучение, осуществляемые японской фирмой, рассматриваются в качестве средства наращивания ее совокупных профессиональных навыков как единого сообщества. А в США и Великобритании навыки считаются собственностью индивида. Навыки, приобретенные в одной фирме, часто переносятся в другую. Силиконовая долина не существовала бы без «отпочкования» предприятий и соответствующих навыков от корпораций Intel, TI, Hewlett Packard и IBM<sup>5</sup>.

### **Поведение предприятия**

Легко заметить, что различные институты занятости соответствуют в одном случае концепции фирмы как собственнической структуры, а в другом – ее концепции как сообщества, организованного в интересах работников. Подобные различия проявляются и в

<sup>5</sup> Речь идет о практике создания новой организации путем отделения части активов от материнской компании с распределением акций среди владельцев последней. – *Прим. перев.*

механизмах управления фирмой. Во-первых, американские и британские менеджеры оценивают результаты деятельности прежде всего исходя из отдачи от инвестиций в сравнительно короткий промежуток времени, тогда как японских менеджеров в большей степени заботит увеличение доли рынка. Во-вторых, японские фирмы имеют намного больше возможностей для долгосрочных инвестиций, при необходимости отказываясь от сиюминутной прибыли. В-третьих, американские и британские менеджеры стремятся обеспечить выплаты дивидендов в полном объеме с целью поддержания цен на акции в периоды спада и даже могут использовать для этого резервные фонды. При этом они решительно сокращают платежную ведомость, увольняя работников. Японские менеджеры, напротив, несколько раз урежут дивиденды прежде, чем прибегнут к болезненной процедуре принудительного высвобождения рабочей силы, но и это произойдет лишь после сокращения зарплаты менеджеров, досрочного добровольного выхода на пенсию ряда работников или перевода работников в смежные компании. В-четвертых, японские компании при производстве конечных продуктов и услуг в гораздо большей степени полагаются на сотрудничество с другими фирмами. Соотношение оптовых и розничных продаж (примерно 4 к 1) отчасти именно по этой причине приблизительно в два раза превышает британские показатели. Другой причиной является наличие дополнительных звеньев в цепи дистрибьюторов. Торговые отношения между фирмами Японии также значительно отличаются от отношений в англосаксонских странах.

Как было замечено ранее, до определенной степени все понимают, что люди, которые продают фирме свою рабочую силу, отличаются от тех, кто продает ей молибден, хотя бы потому, что должны приниматься во внимание чувства и желания работников, их способность к неприятию или лояльности. При этом японцы полагают, что даже к продавцам молибдена необходимо относиться подобным образом.

Британские и американские бизнесмены склонны считать, что эффективность их бизнеса зависит от внимательного отслеживания рыночных тенденций. Они всегда должны сравнивать выгоду от сделки с данным поставщиком с тем, что они могли бы получить где-либо еще, и решительно отказываются от сделки, если находят лучшее соотношение цены и качества. Японцы, наоборот, действуют, руководствуясь ранее принятыми обязательствами. А заключение сделок рассматривается ими как отношения, порождающие взаимные обязательства. До тех пор, пока поставщик выполняет свою часть обязательств, «искренне и всецело старается сделать все возможное» для поддержания качества и соблюдения сроков поставки, вкладывает свой капитал с целью ускорения совместной разработки новых продуктов, сотрудничает в деле снижения издержек в ситуации спада, он имеет право рассчитывать на то, что от его услуг не откажутся, даже если другой поставщик (возможно, под воздействием не зависящих от него обстоятельств) предложит более выгодную сделку. В клубе основных поставщиков Toyota немногим более шестидесяти членов, при этом к 1990 г. в их списке появились только два или три новых имени, которых не было в 1970 г., и примерно такое же количество старых поставщиков исчезло.

Наконец, существуют значительные различия в способах финансирования промышленных фирм. Японские фирмы традиционно меньше, чем англосаксонские, полагаются на рынок капитала и гораздо больше – на долгосрочные банковские займы. Тем самым менеджеры отдают фирму во власть таких же менеджеров (часто выходцев из тех же университетов), которых можно убедить в целесообразности проектов точно так же, как они объясняют ее самим себе.

Это не означает, что стоимость капитала вовсе не принимается во внимание (что особенно проявилось в конце 1980-х годов, когда казавшаяся необратимой тенденция к постоянному росту цен на акции побуждала инвесторов довольствоваться крошечными дивидендами потому, что они были довольны ростом капитализации). Сама модель построения отношений собственности [equity holding] иная. Банки владеют акциями компаний, которым они

предоставляют крупные кредиты, а эти компании в свою очередь владеют акциями банков. Аналогичное перекрестное владение собственностью можно обнаружить у фирм и разного рода страховых компаний, которые могут страховать деловые операции этих фирм, предоставлять специальные программы по страхованию жизни для работников или управлять их пенсионными накоплениями. Точно так же дело обстоит с партнерами, которые поставляют сырье или покупают готовые продукты, и с теми, с кем фирмы образуют совместные предприятия или стратегические альянсы с целью развития нового бизнеса.

Крупнейшие японские фирмы сознательно доводят долю перекрестных владений в собственности до весьма значительных показателей – в среднем примерно до 70%. Остальные 30% акций остаются в «свободном плавании», т.е. могут продаваться и покупаться на рынке без каких-либо согласований с выпускавшей их фирмой.

Из-за того, что «плавающие» акции, которые может прибрать к рукам рейдер<sup>6</sup>, находятся в дефиците, ни у кого нет реального шанса нарушить традиционные запреты (базирующиеся на понимании фирмы как сообщества, а не простой совокупности активов) и попытаться осуществить враждебное поглощение. Японский фондовый рынок – это не рынок корпоративного контроля. Поэтому менеджеры японских промышленных предприятий не набрасываются на страницы газет, посвященные ценам на акции, а советы директоров не тратят много времени на обсуждение того, как преподнести промежуточные результаты своей деятельности наиболее подходящим для рынка образом. Фактически они могут проявлять полное безразличие к тому, какие подозрительные манипуляции с ценами на их акции осуществляют другие компании. Эта свобода от страха поглощения и возможность переждать временное снижение цен на акции при условии хороших показателей роста служат причиной того, что японские менеджеры могут тратить так много времени на планирование долгосрочных инвестиций и столь легко выделяют на них необходимые ресурсы.

### Единая система?

В какой степени описанные выше особенности японской хозяйственной организации образуют единую национальную систему, включающую рынки труда и сферу управления персоналом, рынки капитала, научные исследования и разработки, методы производства и организации труда, маркетинг, – в том смысле, что изменение в одной сфере неминуемо влечет за собой изменения и в других сферах?

Во вводной главе к данной книге<sup>7</sup> выдвигается (хотя и не раскрывается полностью) тезис о том, что о национальных системах можно судить по сравнительной важности различных институциональных ингредиентов, так сказать, в «общем пироге институтов управления». На основе работы Р. Холлингсворта и В. Штрека [Hollingsworth, Streeck 1994] здесь предлагается типология таких институтов, которая между двумя «полюсами» – государственного регулирования и конкуренции на совершенных (по определению экономистов, эффективных) рынках – выделяет также другие механизмы регулирования: формальные ассоциации (например, торгово-промышленные палаты); неформальные сети и сообщества (например, кластеры производителей в Центральной Италии);

---

<sup>6</sup> Рейдер – специалист по враждебным поглощениям, устанавливающий контроль над предприятием путем скупки его акций. – *Прим. перев.*

<sup>7</sup> См.: Crouch C., Streeck W. Introduction: The Future of Capitalist Diversity // Political Economy of Modern Capitalism. Mapping Convergence and Diversity / Ed. by C. Crouch, W. Streeck. L.: Sage Publications, 1997. P. 1–18. – *Прим. ред.*

«институциональные компании» [institutional companies], которые вырабатывают определенную форму внутреннего сообщества.

Какой из этих трех механизмов регулирования близок именно японской модели управления хозяйством? Вне всякого сомнения, японские корпорации представляют собой ярчайшие архетипы «институциональных компаний». В Японии институциональные установления конкретных фирм (которые, впрочем, в разных фирмах очень схожи) играют в регулировании отношений занятости намного более важную роль по сравнению с рынками труда, чем, скажем, в США или Великобритании (если не отождествлять японскую систему развития карьеры сотрудников POCADS [Personnel Office Career Deployment System] с «внутренними рынками труда»). Но этот вопрос затрагивает скорее отношения занятости, чем весь круг экономических трансакций. Сложно определить, оказывает ли он большее влияние на общую структуру «управления», чем, скажем, неформальные сети, охватывающие субподрядчиков и фирмы, или достаточно жесткая конкуренция на рынке потребительских товаров.

При попытке увязать особенности японского хозяйства с двумя другими механизмами регулирования – формальными ассоциациями и неформальными сетями и сообществами – возникают новые проблемы. Во-первых, посмотрим, как различаются «формальные» и «неформальные» отношения. Лишь подразумеваемую (не явную), не зафиксированную письменно в контракте гарантию пожизненной занятости в крупных японских компаниях можно было бы считать неформальной. Но прецедентное право относительно «несправедливого увольнения», а также приоритет зарплаты работников или выплаты компенсаций в случае банкротства компании стали практиками, позволившими государственным органам укрепить и формально санкционировать эту норму. Аналогично, сети субподрядчиков в принципе неформальны, но государство создало Комиссии по жалобам субподрядчиков [Subcontracting Complaints Tribunals] для рассмотрения претензий слабой стороны в связи с несправедливыми условиями сделки. Таким образом, определенные аспекты взаимоотношений получили формальный статус. Следовательно, мы можем говорить о различиях лишь в степени «формальности» и «неформальности».

Во-вторых, дихотомия «общность» и «общество» заботит социологов вот уже более века, поскольку то, что формировалось как современное общество индивидов для более эффективной реализации личных интересов, часто обрывает определенными характеристиками былой общности: порождает среди своих членов чувства причастности и лояльности. В каком-то смысле японскую фирму справедливо классифицировать как «общность», но членство в ней не обеспечивается от рождения, как это бывает в сельских сообществах. Оно предоставляется посредством сравнительно жесткого отборочного процесса (хотя это членство настолько важно для реализации дальнейших жизненных шансов индивида, что его можно назвать процессом получения «нового аскриптивного статуса»). Японская Ассоциация работников сталелитейной промышленности [Japanese Iron and Steel Association] – столь же формальная ассоциация, как и ее британские и американские аналоги, но менеджеры фирм, входящих в ее состав, как подчеркнул много лет назад (в 1978 г.) Родни Кларк [Clark 1978], имеют намного более живое и сдерживающее (в случае возникновения мыслей о переходе в другой лагерь – *ред.*) представление о принадлежности к «сообществу сталелитейного производства», чем их американские и британские коллеги.

Существует также иной подход к этим феноменам, который, основываясь на более высоком уровне абстракции, обладает гораздо большей степенью универсальности. Речь идет о том, что экономические трансакции в Японии обычно намного сильнее укоренены в персонализированных социальных отношениях. Однако, замечу, это совсем не тот тип социальной укорененности по Поланьи, разрушение которой он рассматривал как предпосылку зарождения современного рыночного капитализма [Polanyi 1944]. Отличие заключается в получении нового аскриптивного статуса, описанном выше. Поланьи говорил

об аскриптивных социальных отношениях – например, об отношениях между дядей и племянником в расширенной семье или между соседями в деревне. В Японии, напротив, социальные отношения, в которых укоренены экономические транзакции, достигаются, а не наследуются. Членство в фирме, например, завоевывается путем прохождения через отборочные тесты, разработанные с целью убедиться в том, что каждая группа новых работников начинает соответствующий карьерный путь как максимально однородная по способностям группа. Или другой пример: субподрядчики компании Toyota должны проработать в категориях *C* и *B*, прежде чем станут поставщиками категории *A*. Эта выраженная тенденция японских ассоциаций развивать черты сообщества является частью более общего феномена укорененности экономических транзакций в социальных отношениях.

### **Институциональная взаимосвязь**

Самый наглядный способ показать, что институты любой капиталистической страны действительно образуют единую систему, – это представить их как мозаику, в которой одни институциональные практики плотно смыкаются с другими. Например, японской системе свойственны три характерные черты:

- 1) пожизненная занятость в отличие от частой смены работы;
- 2) долгосрочные отношения с поставщиками, основанные на взаимных обязательствах, в отличие от переменчивых рыночных отношений, организованных по типу аукциона;
- 3) ориентация акционеров на долгосрочную перспективу и готовность терпеливо ожидать изменений в отличие от расчета на быструю прибыль, и как следствие – отсутствие поглощений.

Продолжая данный перечень, выделим некоторые наиболее очевидные институциональные взаимосвязи.

1. Отношения с поставщиками могут во многих случаях основываться на устных договоренностях и доверии, так как менеджер по закупкам, ориентированный на пожизненный наем в своей фирме, отождествляет себя с ней и соответственно в качестве гаранта предлагает не только себя, но и фирму. Даже в ситуации, когда работник получает другое назначение и покидает свой пост, его преемник возьмет на себя всю ответственность за выполнение обязательств, данных предшественником, который по-прежнему находится в фирме и при необходимости может дать необходимые пояснения относительно данных обещаний. У пожизненных работников существует сильная взаимная заинтересованность в поддержании репутации фирмы.
2. Люди, связавшие свою жизнь с определенной фирмой, более склонны к долгосрочному подходу и слабо дисконтируют будущую выгоду. Будущее фирмы есть их собственное будущее, что является важной предпосылкой долгосрочного характера связей, которые определяют отношения и с поставщиками, и с акционерами.
3. Менеджеры, которые вынуждены пристально следить за ценами акций своей фирмы на изменчивом фондовом рынке, чтобы избежать поглощений, во время экономических спадов не могут позволить себе содержать в штате не полностью загруженных работников. Это под силу только менеджерам, которые в подобной ситуации могут пойти на сокращение прибыли и дивидендов. Следовательно, перекрестное владение акциями и ориентированный на более длительную перспективу капитал выступают предпосылками пожизненной занятости.
4. Менеджеры не рассматривают подобное перекрестное владение акциями исключительно как источник прибыли. Они готовы пожертвовать доходами, которые могли бы получить

от продажи этих акций и от инвестиций в более прибыльные активы, во имя сохранения долгосрочных деловых отношений с фирмой-эмитентом. Этот долгосрочный интерес более свойствен менеджерам с пожизненной занятостью, которая, таким образом, является условием для формирования перекрестного владения акциями и сопутствующих ему конвенций.

Существует также институциональная взаимосвязь между экономическими и неэкономическими институтами – например, между занятостью и структурой семьи. Четкое распределение ролей между мужчиной и женщиной (как в семейных отношениях, так и в обществе в целом) допускает значительные различия в условиях найма между молодыми незамужними женщинами и замужними женщинами более старших возрастов. Представление о мужчине-кормильце влияет на распределение уровня оплаты труда мужчины на протяжении жизненного цикла. Другим примером может служить практика, когда представители первого поколения индустриальных рабочих, вышедшего из крестьянской среды, вначале привлекались на низкооплачиваемые позиции, поскольку, передавая по наследству отцовскую ферму, их семьи гарантировали стабильное будущее старшим сыновьям и были готовы к тому, что младших сыновей надо «выводить в жизнь».

### **Мотивационная согласованность**

Существует и другой механизм, который обеспечивает согласованность социальной системы. К. Крауч и В. Штрек назвали его «поведенческими аспектами»<sup>8</sup>, включающими ориентацию на долгосрочную перспективу, способность к адаптации, предрасположенность к сотрудничеству и т.п. Речь идет о мотивационной, или катектической, цельности поведения. Наблюдается ли во всех вышеописанных институциональных практиках подлинное сходство максимизируемых ценностей и подчиняющих себе моральных ограничений? Можно ли с определенной долей уверенности утверждать, что дети, воспитанные в японских семьях и школах, в значительной степени предрасположены к определенному типу поведения и добровольному принятию определенных институциональных практик, в то время как дети, воспитанные в английской или американской школах, склонны вести себя совершенно иначе и в соответствии с иными институциональными практиками? Конечно, речь идет о «среднестатистических» японцах и американцах. Не имеется в виду, что ни один человек, выросший в США, не сможет безболезненно влиться в организацию японского типа, или что ни один японец не сможет запросто принять индивидуалистичные и краткосрочно ориентированные практики британских компаний. Разброс поведенческих установок велик в каждом из этих обществ. Просто речь идет об основных тенденциях.

Обратите внимание на то, что я говорю о «поведенческих установках» [behavioral dispositions] и сознательно избегаю термина «культура», которого так опасаются новые институционалисты. Однако помимо стремления не оскорбить чувства очередной обособленной группы существуют и другие серьезные причины не использовать термин «культура». Это многогранное понятие, и часто оно действительно включает поведенческие установки, но обычно его используют в значительно более широком смысле, относя к нему все возможные культурные артефакты: семейные отношения и представления о надлежащих семейных ценностях; обучение нормам гигиены и правилам преподнесения подарков; социальную организацию и учебные программы в школах; распространенность бедности и богатства; проповедуемые системы христианской или конфуцианской морали; господствующие идеологии и представления о природе человеческой мотивации;

---

<sup>8</sup> См., например: *Crouch C., Streeck W. (eds.). Political Economy of Modern Capitalism. L.: Francis Pinter, 1997. – Прим. ред.*

доминирующие интерпретации национальной истории, которые поддерживают и укрепляют поведенческие установки.

Конечно, если мы намерены объяснить данные установки или поразмышлять о том, как они могут измениться сами или под воздействием извне, необходимо учитывать влияние всех факторов, участвующих в закреплении и воспроизводстве поведенческих установок, придется также углубиться в историю их возникновения. Как современные представления о добре и зле выросли из представлений предыдущих поколений? Какое отношение текущая интерпретация истории имеет к действительным историческим фактам? Как эта история, будь то опыт первопроходца или запоздалое развитие, победы или поражения, формирует социализирующие институты – школу и семью? Какую роль играют форма земледелия и тип поселений или (не считите за проявление расизма) преобладание в генофонде определенного соотношения агрессивности и покорности или почтения к другим и отстаивания собственной позиции? Очевидно, что при объяснении поведенческих установок следует учитывать все эти факторы, но рассмотрение и описание этих установок может быть выделено как самостоятельная исследовательская задача. И указание на стремление человеческой личности избегать когнитивного и катектического диссонанса, которое обуславливает конгруэнтность разных институциональных сфер общества (при условии, что речь идет об одних и тех же поведенческих установках), справедливо и экспериментальным путем доказано социальными психологами (вернее сказать, относительно справедливо с различного рода оговорками).

Считается, что конгруэнтность институтов возникла в результате следующего процесса. Социальные изменения постоянно порождают новые, относительно неструктурированные или слабо структурированные ситуации или же такие ситуации, в которых сложившиеся институциональные решения не приемлемы. Индивиды вынуждены делать свой выбор. Линия поведения, которую они выбирают в неструктурированных или слабо структурированных ситуациях, определяется их поведенческими установками, приобретенными в ранее сформированном институциональном контексте. В результате избранная модель поведения определяет формы, которые принимают возникающие или изменяющиеся институты. К примеру, практически совершенно неструктурированные модели трудовых отношений в послевоенной Японии постепенно структурировались под влиянием поведенческих установок, доминирующих среди рабочих и менеджеров (в сложившейся в итоге институциональной форме они отражают саму их сущность).

Сделав это методологическое отступление, вернемся к различиям между японским и англосаксонским обществами. Какие поведенческие установки придают каждому из этих обществ характер интегрированной системы? Я выделяю три группы различий между такими установками.

1. Поведение англосаксонского типа направлено на то, чтобы сохранить свободу выбора на случай, если откроются новые более благоприятные перспективы. Это может касаться возможностей смены места работы, предмета лояльности или объекта для инвестиций. Японцы же намного более склонны ограничивать подобную свободу действий, связывая себя долгосрочными обязательствами, от которых, как они сами признают, впоследствии очень трудно избавиться.
2. В процессе совершения выбора англосаксы прежде всего руководствуются мотивами собственной текущей выгоды или же благополучия своей семьи и друзей. Японцы же, в силу долгосрочного характера своих трудовых отношений, имеют широкий спектр распределенных обязательств, связанных с улучшением благосостояния окружающих, – коллег по работе и деловых партнеров. Грубо говоря, речь идет о разных позициях на шкале «эгоизм – альтруизм».

3. В отличие от первых двух, третье различие в поведенческих установках лежит скорее в сфере культурных идеалов. Это разница в оценке и, следовательно, в готовности заниматься определенными видами хозяйственной деятельности. В Японии производство товаров и услуг, которые непосредственно улучшают жизнь людей, ценится высоко, а «прожигание жизни» в спекулятивных операциях и купле-продаже финансовых обязательств не вызывает особого почтения.

Эта «производственно-ориентированная этика» [productivist ethic], конечно, не исчезла и в англосаксонских странах, но по сравнению с Японией она значительно ослабла, как это показано М. Уинером в книге «Английская культура и упадок индустриального духа»<sup>9</sup>. В Англии этому способствовало превращение мелкопоместного дворянства в банкиров, чья профессия (в отличие от профессии обычного предпринимателя) воспринималась как подобающая истинному джентльмену. В США узаконенное следование религиозному запрету на работу в выходные и праздничные дни и основание благотворительных фондов сделали семейства Рокфеллеров и Морганов национальными героями. Все это позволило экономистам утверждать, что более эффективная форма альтруизма – делать как можно больше денег любыми способами, а затем жертвовать их другим (подобно Дж. Соросу), а не идти на сокращение прибыли, повинувшись сентиментальной жалости к неудачникам, будь то наемные работники или деловые партнеры [см. Becker 1980]. В англосаксонских странах обычно с понимающим видом кивают, когда экономисты начинают утверждать, что спекуляции на вторичных рынках – это и есть тот самый способ, с помощью которого «невидимая рука» устанавливает реальные цены, что это лучший из возможных сигналов, на основании которых производители товаров и услуг принимают свои хозяйственные решения. Существует вера в то, что мы нуждаемся в деривативах и общество оказывается в надежных руках, когда оно может подвигнуть значительное число самых светлых умов на занятие, которое выглядит как азартная игра и по сути является таковой, но также выступает важнейшим механизмом достижения равновесия на рынке.

В Японии также есть экономисты, придерживающиеся данной точки зрения, – главным образом из числа обучавшихся в США. В конце 1980-х гг. во время бума на рынке капиталов возникли слухи о фантастических зарплатах в финансовом секторе, когда ведущие журналисты, отражая доминирующую «производственную» мораль, с тревогой замечали, что некоторые физики, инженеры и математики из лучших университетов начали устраиваться на работу в инвестиционные компании и банки, а не на промышленные предприятия, т.е. становились на ту же стезю, которую, не раздумывая, выбирали уже на протяжении нескольких десятилетий их коллеги из Оксфорда и Кембриджа. Но в последнее время этому искушению поддаются немногие. Несмотря на утверждения экономистов и растущее число вернувшихся на родину из США обладателей диплома MBA в Японии (например, в Министерстве финансов) по-прежнему доминирует другая позиция, а именно:

- распространение вторичных рынков в англосаксонских хозяйствах выходит далеко за рамки того, что требуется для генерирования адекватных рыночных сигналов для производителей;
- даже если спекулятивные операции не лишены позитивных следствий, в итоге все равно с сожалением приходится констатировать, что для многих умных людей подобные азартные игры становятся далеко не случайной забавой, а делом всей жизни.

Возможно, было бы лучше пожертвовать некоторой долей эффективности в распределении ресурсов, достигаемой с помощью рыночного механизма, но поддержать производственную этику и направить потоки человеческих талантов в более приемлемое русло. Конечная

---

<sup>9</sup> См.: Wiener M. English Culture and the Decline of Industrial Spirit, 1850–1980. L.: Cambridge University Press, 1981. – Прим. ред.

выгода от этого лишь возрастет, поскольку частично принесенная в жертву рыночная эффективность будет более чем адекватно компенсирована усилением других видов эффективности, проистекающих от более защищенной и стабильной жизни людей, их возможности сотрудничать и верить друг другу. Оказывается, что, жертвуя частью рыночной эффективности, мы способны и выйти на более высокие темпы роста, и обеспечить более справедливое распределение доходов.

### **Важно ли понимать различия между системами?**

Имеет ли какое-то значение практическое доказательство того, что англосаксонский и японский капитализм являются отличными друг от друга системами, основанными на разных интегрирующих принципах?

Да, имеет, если мы пытаемся изменить сложившийся порядок вещей. Посмотрим на проблему с точки зрения институциональной взаимозависимости. Например, в Великобритании существует множество сторонников «управления человеческими ресурсами». Они убеждены в том, что, подобно японской практике, фирмы должны более походить на сообщества, а работники должны быть вовлечены в деятельность фирм и чувствовать к себе уважение, – словом, казалось бы, все как в Японии. Но если в английских компаниях сохранится доминирование акционеров и приоритет по-прежнему будет отдаваться именно их доходам, то гибкость в вопросах найма и увольнения работников, необходимая для максимизации этих доходов в условиях бизнес-циклов и технологических изменений, вряд ли позволит обеспечить действительную защищенность рабочих мест. А именно она и является одним из основных элементов системы вовлеченности работника в деятельность японских компаний.

Теперь рассмотрим ситуацию с точки зрения поведенческих установок. Люди в обществах англосаксонского типа в большинстве своем привыкли сохранять свободу выбора, чтобы в краткосрочном периоде с выгодой для себя воспользоваться предоставляющимися возможностями. В этом случае работодатель, который хочет добиться вовлеченности своих работников в деятельность фирмы, давая им гарантии занятости, скорее всего не получит обеспечиваемых японской моделью преимуществ от инвестиций в профессиональную подготовку и долгосрочного планирования в сфере управления человеческими ресурсами, поскольку работники в любой момент могут покинуть фирму, заняв более привлекательные с их точки зрения вакансии.

Впрочем, это совершенно не означает, что хозяйственные системы обществ настолько сильно интегрированы, что в них ничего нельзя изменить. Небольшие постепенные сдвиги все же происходят. Изменение в одной части институциональных практик может вызвать соответствующие изменения в другой. Даже убеждения относительно цели жизни человека, а также наиболее эффективных и морально обоснованных норм ее достижения, не остаются незыблемыми. Хозяйство Великобритании периода после М. Тэтчер во многих отношениях отличается от хозяйства времен батскеллизма<sup>10</sup>. А японский капитализм 1930-х гг. гораздо более чем сегодняшний напоминает современный англосаксонский капитализм. Взаимная защищенность и перекрестное владение акциями – достижение лишь последних тридцати лет. Три четверти века назад пожизненная занятость в Японии, также как и в Великобритании, была ограничена сферами государственной службы, управленческими позициями в банковском секторе и небольшим количеством крупных промышленных

---

<sup>10</sup> Батскеллизм [butskellism] – линия политического центризма или консенсуса между лейбористами и консерваторами (1950–1960-е годы); назван по именам британских политических деятелей: умеренного консерватора Р. А. Батлера и умеренного социалиста Х. Гейтскелла // Толковый англо-русский словарь «Экономика, социология, политология». Серия «Economicus». – *Прим. ред.*

предприятий. Во времена депрессии середины 1950-х гг. готовность крупных компаний сократить субподряды и выполнять работы самостоятельно клеймилась как «безжалостность лицемерной, следующей двойным стандартам капиталистической экономики» японского типа. Историки недавно проследили истоки этого перехода: он явно уходил корнями в управленческую политику крупных фирм 1920-х гг., но при ближайшем рассмотрении оказалось, что его существенно подтолкнули практики контроля, использовавшиеся в военное время, которые вызвали управленческую революцию и заставили «свергнуть» акционера с господствующих высот [см. Okazaki 1994]. Послевоенная «воинственность» работников и найденный в итоге компромисс (модель стабильных профсоюзов на предприятиях) закрепили изменения и впоследствии способствовали развитию системы перекрестного владения акциями (которое поощрялось уже вполне осознанно).

Сегодня все разговоры ведутся об изменениях в противоположном направлении, в журналах «Wall Street Journal» и «Economist» выходят многочисленные статьи под такими, например, заголовками, как «Глубокий кризис японской модели». Однако, несмотря на все трудности пятилетнего спада, столь значительные изменения в моделях занятости и акционерной собственности, о наступлении которых говорят многие гуру менеджмента, пока что можно распознать лишь с большим трудом, хотя в долгосрочной перспективе возвращение к англосаксонской модели вполне вероятно. Некоторые социальные институты требуют более строгих принудительных ограничений, чем другие, поскольку они уже включают привычку подавлять базовые потребности. В этом смысле японская система оказывается более сдерживающей и ограничивающей, чем англосаксонская. Например, бедность явилась одним из факторов, который заставил старшее поколение принять эти ограничения. Напротив, можно предположить, что высокий уровень благосостояния влечет за собой большую защищенность работников и повышает их склонность к риску, включая риск, касающийся нарушения общепринятых правил. Но когда количество этих нарушений растет как снежный ком, что вполне вероятно в случае поддержки, организованной (как выразился М. Альбер) «культурной мощью США», институты начинают меняться. Конечно, можно доказать и обратное (что мне ранее уже приходилось делать [Dore 1987]). Рост благосостояния помогает преодолеть безжалостную конкуренцию, люди могут позволить себе более внимательно относиться друг к другу. Они начинают ценить социальные преимущества хороших межличностных отношений, даже если это связано с потерей каких-то лишних доходов. И только со временем мы поймем, какое действие окажется сильнее.

### **Системы и идеологии**

Есть еще одна причина, по которой важно знать, являются ли рассматриваемые нами общества альтернативными системами. Реальное хозяйство США отражает систему ценностей, подразумеваемую в неоклассической экономической теории. Общая склонность сохранять свободу выбора – это как раз то, что обеспечивает максимальную мобильность ресурсов. В обществах, где люди постоянно поддерживают подобную свободу выбора (и где рынки мобильны, поскольку люди могут снова и снова менять свои решения о том, как проводить время и тратить деньги), трудовые ресурсы и капитал используются так, чтобы приносить максимальный доход, и, насколько это возможно, достигается точка равновесия с максимальной эффективностью. С этих позиций гибкость и быстрая реакция на рыночные сигналы – источник динамизма и роста, тогда как связывание ресурсов долгосрочными обязательствами – путь к стагнации.

Это было бы не столь важно, если бы неоклассическая экономическая теория представлялась как апология одного лишь американского образа жизни. Но она претендует на универсальную истину, способную дать рецепты для всех времен и народов. В то же время есть примеры (например, России и Китая, испытавших на себе рецепты чересчур самоуверенных экономистов из Всемирного банка и Международного валютного фонда),

которые демонстрируют, что могут быть альтернативные и при этом вполне успешные системы со своей собственной логикой.

## ЛИТЕРАТУРА

*Clark R.* The Japanese Company. New Haven: Yale University Press, 1978.

*Dore R.* Taking Japan Seriously: A Confucian Perspective on Leading Economic Issues. Stanford, Calif.: Stanford University Press, 1987.

*Hollingsworth J.R., Streeck W.* Countries and sectors. Concluding remarks on performance, convergence, and competitiveness // *Governing Capitalist Economies* / Ed. by J.R. Hollingsworth, P.C. Schmitter, W. Streeck. Oxford: Oxford University Press, 1994. P. 270–300.

*Okazaki T.* The Japanese Firm under the Wartime Planned Economy // *The Japanese Firm* / Ed. by M. Aoki, R. Dore. Oxford: Oxford University Press, 1994. P. 350–378.

*Polanyi K.* The Great Transformation. N.Y.: Rinehart, 1944; см. также: *Поланьи К.* Великая трансформация: политические и экономические истоки нашего времени / Пер. с англ. А.А. Васильева и др.; под общ. ред. С.Е. Федорова. СПб.: Алетейя, 2002.

## ВЗГЛЯД ИЗ РЕГИОНОВ

Е.Н. Фетисова

# ЖЕНСКАЯ ТРУДОВАЯ МИГРАЦИЯ КАК ФАКТОР СОЦИАЛЬНОГО ПРЕОБРАЗОВАНИЯ (опыт качественного исследования)



Фетисова Евгения Николаевна – к. филос. н., доцент кафедры философии и культурологии Тихоокеанского государственного университета, г. Хабаровск.

Email: [alice@mail.27.ru](mailto:alice@mail.27.ru)

*Работа российских женщин в ночных клубах Северо-Восточной Азии (hostess) – это легальный бизнес, порождающий нелегальную деятельность (sex-услуги), которую следует отнести уже к сфере теневой экономики. У девушек, реализовавших стратегию «hostess плюс проституция», происходит трансформация ценностной шкалы, они возвращаются в Россию с измененной психикой, уверенные, что при определенных обстоятельствах и условиях (ночные клубы Северо-Восточной Азии) проституция является такой же обычной работой, как продавец или бухгалтер. Подобный опыт трудовой миграции трансформирует мировоззрение женщин, изменяя их морально-этические, психологические установки, правила и нормы поведения, т.е. налицо институциональные изменения. В исследовании предпринята попытка проанализировать данный процесс. Также обращается внимание на положительные стороны работы hostess. Выступая носителями измененного социального сознания и, вместе с тем, успешной (достаточно часто) социально-экономической стратегии, женщины-мигранты трансформируют гендерные стереотипы, осложняя полоролевую структуру общества.*

На рубеже XX–XXI вв. трудовая миграция превратилась в неотъемлемую часть мировой экономики, оказав серьезное влияние на реструктуризацию рынков труда и формирование современных моделей занятости. Со стороны экономически развитых по сравнению с Россией стран существует постоянный спрос на неквалифицированный и низкооплачиваемый труд, который встраивается, как правило, в самые неформальные и теневые сектора экономики. Это часто выливается в нелегальные формы трудовой миграции, которые и являются объектом исследования ученых. Однако на Дальнем Востоке России женская трудовая миграция в основном имеет *легальный характер*. Это обусловлено несколькими причинами. Во-первых, в Дальневосточном регионе нет жестких миграционных барьеров, что обеспечивается большим

количеством фирм, имеющих лицензию на осуществление трудовой миграции в ночные клубы Северо-Восточной Азии (далее СВА). У девушек есть выбор, а требования к внешним данным или семейному статусу претенденток минимален. Заключение трудового контракта и выезд в желаемую страну не вызывает трудностей, поэтому связываться с теневыми криминальными структурами нет смысла. Во-вторых, в странах СВА очень развита сеть ночных клубов для мужчин, куда требуются молодые женщины (спрос превышает предложение). Ночные клубы являются неотъемлемой частью экономики данных стран и работают легально. Эти благоприятные условия не устраняют проблемы вывоза женщин в качестве sex-рабынь или нелегальной дешевой рабочей силы, но способствуют резкому снижению подобного риска.

Легальная трудовая миграция – популярный и растущий сегмент рынка труда. На Дальнем Востоке России за последние десять лет в ночных клубах СВА легально работало до 50 тыс. женщин от 18 до 38 лет (только в Хабаровске эта цифра достигает 20 тыс.)<sup>1</sup>. Если учесть, что все население Дальнего Востока примерно равно населению Москвы, то цифра получается внушительной. Трудовые мигрантки становятся особой прослойкой трудового населения Дальнего Востока, привнося изменения в экономическую и социальную сферы социума.

Актуальность темы исследования обусловлена также проводящейся в настоящее время политикой уменьшения риска последствий трудовой миграции. Ее главная цель – ликвидация нелегальной и обеспечение доступности легальной трудовой миграции, поэтому от глубины изученности проблемы напрямую зависит успех реформ. Чрезвычайная распространенность самих неформальных практик и теневых отношений, которые на этапе радикального реформирования общества по традиции начинают занимать ключевые позиции в сценариях поведения экономических агентов, диктует также необходимость изучать эти явления с позиций науки (на сегодняшний день о них больше пишут журналисты).

*Цель настоящего исследования* – проанализировать разрушение усвоенных норм и образцов поведения и одновременное производство норм эмерджентных в условиях новой социальной и этнокультурной среды, их влияние на социальные, экономические, гендерные установки трудовых мигранток. *Объект исследования* – трудовое миграционное сообщество (женщины) Дальневосточного региона. *Предмет исследования* – теневые экономические практики hostess. Конкретная задача в рамках проблемы, на решение которой направлено исследование, – рассмотреть новый институциональный порядок, складывающийся в сфере hostess под влиянием неформальных практик и представленный формирующимися теневыми институтами.

### **Предлагаемые методы и подходы**

Концептуальные основы исследования определяются институциональным подходом (Д. Норт), позволяющим описать институциональный характер социальной среды, в которой реализуют свои стратегии девушки-hostess.

*Методы* определяются поставленными задачами и, в зависимости от этапа работы, представлены двумя группами: методами сбора данных и методами их интерпретации и анализа. На стадии сбора недостающих данных<sup>2</sup> были проведены:

---

<sup>1</sup> Например, в Хабаровске регулярно дают рекламу 19 фирм, имеющих лицензию на осуществление трудовой миграции женщин в страны СВА (через одну только фирму «Сакура», которой почти 10 лет, ежегодно выезжает до 300 женщин).

<sup>2</sup> Настоящее исследование также использует готовую эмпирическую базу, собранную автором в ходе реализации проекта «Теневые экономические практики в сфере женской трудовой миграции: институциональная трансформация (на примере практики “hostess” в ночных клубах Северо-Восточной

1. Серии углубленных интервью с женщинами, работавшими в ночных клубах США. Отбор респондентов, в силу частичной закрытости информации и труднодоступности контактов, осуществлялся методом «снежного кома»<sup>3</sup>.
2. Серии проблемно-ориентированных интервью с трудовыми мигрантками, которые вышли замуж за японцев – бывших «гостей» ночных клубов.
3. Серии экспертных интервью с работниками фирм, непосредственно осуществляющих отправку девушек на работу в Японию, Южную Корею, Китай.

На стадии интерпретации и анализа полученных данных в качестве основной аналитической техники использовался *фрейм-анализ*. Поскольку формально контекст интервью был задан, различия, подбор слов, уход от определенных вопросов, синтаксические формы подачи клише, собственного мнения, тема-рематическое членение, маркеры раздела темы вопроса и дополнительной темы, появившейся по теме респондента, индикаторы иллюкативной силы высказывания – дают определенную социологическую информацию, служат индикаторами определенных стратегий.

Кроме того, осуществлялся *дифференциальный анализ текстов* интервью на предмет описания структуры фреймов, определяющих данный тип дискурса (в терминологии Т. Ван Дайка)<sup>4</sup>. Осуществлялась классификация всех индикаторов, и из них конструировались фреймовые «терминалы» нижних уровней. В качестве фреймов выделялись основные «проблемные комплексы» интервью, которым в структуре дискурса респонденты приписывали различные субфреймы (признаки, смыслы) и правила перехода от одного фрейма к другому.

Дальнейшая методика свелась к выделению и описанию «устойчивых смысловых комплексов» (суперфреймов, объединенных правилами перехода), вычленении типологии структурирования дискурса, стратегий «теневого поведения» в сфере миграционного бизнеса.

В качестве основного инструмента исследования используется неинституциональный подход<sup>5</sup>, который акцентирует внимание на том факте, что результат экономической деятельности субъекта будет зависеть от его модели поведения и условий, в которых эта модель реализуется (*institutions matter*).

### **Процесс социокультурной адаптации и институциональная трансформация**

В ходе исследования все виды трудовой деятельности женщин в ночных клубах США (танцы, обслуживание столиков и др.) определяются обобщающим понятием *hostess*.

Сфера *hostess* очень специфична. Во-первых, девушкам приходится работать вне России, в условиях другой культуры. Во-вторых, работа в ночных клубах ассоциируется с сексуальной и околосексуальной деятельностью, что подтверждается теньвыми экономическими практиками *hostess*. Это ведет к трансформации ценностной шкалы мигранток,

---

Азии)». Договор № 2005-069. Было собрано и обработано 57 углубленных интервью с женщинами – трудовыми мигрантками, 5 проблемно-ориентированных интервью с трудовыми мигрантками, которые вышли замуж за японцев – бывших «гостей» ночных клубов; 5 экспертных интервью с работниками фирм, непосредственно осуществляющих отправку девушек на работу в Японию, Южную Корею, Китай.

<sup>3</sup> См. об этом: [Ковалев, Штейнберг 1999].

<sup>4</sup> [Van Dijk 1991].

<sup>5</sup> О неинституциональной теории см.: [Eggertsson 1997; Kasper, Streit 1998; Furubotn, Richter 2005].

институциональным изменениям. В-третьих, возвращение на Родину сопровождается еще одним сильным стрессом.

Исследование выявило ряд проблем, прогнозируемых на теоретической стадии (перевес теневой стороны сферы *hostess* (sex-услуги), институциональная трансформация ценностной шкалы, длительные депрессии, ухудшение здоровья и др.). Неожиданностью стал факт, что все девушки негативно отзывались о России после пребывания в США. Свои чувства они описывали выражениями, которые можно объединить понятием «культурный шок». В исследовании под ним понимается реакция человека на другую культуру, сопровождаемая стрессом, трансформацией ценностной шкалы, приобретением новых навыков, моделей поведения.

Уникальность *hostess* в том, что мигрантки испытывают двойной культурный шок. Первый – в процессе адаптации в США, а второй – после приезда обратно в Россию. Они еще не стали своими в Японии, но уже не являются стопроцентными россиянками [Эмилия, 22 года]. Они как бы находятся на краю двух культур, но не принадлежат ни одной. Чем больше мигрантки привыкают к чужой культуре, тем больше отдаляются от своей. Балансирование на грани двух культур создает для женщин маргинальную среду, влияющую на них не самым благоприятным образом.

Выделяется несколько критических моментов в процессе социокультурной адаптации трудовых мигранток в США.

1. *Знакомство*. Первое знакомство с более стабильной страной вызывает у мигранток прилив положительных эмоций. На этой стадии наблюдается преувеличенно позитивное отношение к преимуществам богатой страны, ее индустриальному превосходству, высокому качеству жизни. Однако «чужая» институциональная система, которая существует зачастую по неформальным принципам (клубы *hostess*), меняет восприятие социальных институтов, привычных на родине. Трудовые мигранты попадают в мир жестких социальных регулятивов, побуждающих применять особые стратегии поведения, не приемлемые в прежней жизни. Это, в свою очередь, ведет к резкому изменению ценностной шкалы девушек *hostess*, затрагивающих представление об институциональном<sup>6</sup> нормировании общества в целом. Начало этого процесса характеризуется как «кризис».

2. *Кризис*. На второй стадии положительный эмоциональный настрой постепенно снижается вплоть до депрессивных состояний, неприязненного отношения к азиатам, желания вернуться в Россию. Девушки объясняли подобные депрессии тем, что Япония оказалась настолько «другой», что им приходилось «ломать» себя, менять привычки, способы и нормы поведения. Трудности перейти барьер зависят от индивидуальных особенностей личности и от мотивов и ожиданий, которые мигрантки ставили перед поездкой. Главными трудностями были языковой барьер, неприятие и непонимание норм поведения японцев и их обычаев. Специфика работы в ночных клубах усложняет кризисный период социокультурной адаптации. Такая работа проецирует Японию однобоко.

Атмосфера ночных клубов обнажает отрицательные стороны новой реальности. Идентификация правил, норм поведения, объяснение их изменения одновременно означает определение ситуации выбора и изменение ее характеристик. Поэтому институты (в рамках неинституционализма) можно определить как правила игры. Эти правила возможно изменять или обходить в зависимости от социальной среды, в которой они действуют. Сама деятельность *hostess* диктует изменение правил, которое проявляется через деформацию ценностной шкалы. Этот процесс мы анализируем с помощью фрейм-анализа.

<sup>6</sup> Под институтами в современной экономической теории понимаются правила игры в обществе или созданные человеком ограничительные рамки, которые организуют взаимоотношения между людьми, а также система мер, обеспечивающая их выполнение (enforcement) [Норт 1997: 17].

Ключевым фреймом исследования стал концепт «трансформация ценностной шкалы». В терминал, связанный с этим концептом, вошли фреймы: ценность, норма, работа, чужой, мораль, sex-услуги, доход, контроль, любовник, депрессия, чаевые, запрет, контракт, любовь, независимость, здоровье, спиртное, родина, кризис, добровольность. На основании контент-анализа была построена корреляционная матрица основных категорий (см. приложение 1). Выделяется связный кластер (положительная корреляция): чужой, работа, sex-услуги, доход, любовник, чаевые, контракт, независимость, добровольность, спиртное, кризис, депрессия, запрет. Данная связь показывает, что деформация ценностной шкалы происходит за счет сексуальной стороны работы в ночных клубах СВА. С фреймом «мораль» отрицательно коррелируют фреймы «норма», «работа», «чужой», «sex-услуги», «доход», «контроль», «любовник», «независимость», «спиртное», «добровольность», что также подтверждает рабочие гипотезы о том, что в сфере hostess sex-услуги не просто допустимы, а желательны, но они ведут к изменению социального сознания женщин-мигрантов. А на начальном этапе институциональной трансформации эти изменения создают ощущение кризиса.

3. *Процесс выздоровления.* Постепенно девушки адаптируются к новым условиям. Каждодневное общение с японцами позволяет совершенствовать языковые навыки, приспосабливаться «к их странностям», улучшает качество работы, увеличивает чаевые, бонусы, число гостей и любовников. Начинает оправдываться главное ожидание – «хорошо заработать». Процесс институциональной трансформации запущен, на этой стадии sex-услуги начинают восприниматься как «нормальный заработок» [Алена, 38 лет].

Все вышесказанное характеризует теневые экономические практики в сфере hostess как групповую социальную норму, подчинение ей выгодно. Попадая в другую социальную среду, где прежние социальные нормы не выгодны, женщины легко от них отрекаются и принимают новые, которые в данный момент приносят вознаграждение. Элементарное социальное поведение здесь возможно истолковывать с точки зрения вознаграждений и издержек. Чем чаще какое-либо действие человека приводит к получению вознаграждения, тем вероятнее, что человек вновь поступит так же [Homans 1974: 16]. Девочки-hostess всякий раз получали выгоду (подарки, доллары и др.) за sex-услуги. При этом их действия одобрялись: хозяином клуба (он получал дивиденды, поэтому закрывал глаза), клиентом (он может стать постоянным гостем, что выгодно и клубу, и девушке).

Sex-услуги для hostess становятся составляющей успеха. Респондентки признавались, что с каждой новой поездкой они привозили все больше денег, полученных сверх их основной зарплаты. Если чаевые отнести к легальному заработку, то сверхприбыль складывается за счет «мужских денег» [Эмилия, 22 года]. Заработать «достаточно» денег сверх основной зарплаты без sex-услуг невозможно. Постепенно легальный заработок (по контракту) становится второстепенным, а основным – sex-услуги (см. табл. 1).

Таблица 1. Оценка респондентами допустимости sex-услуг в сфере hostess.

| Насколько допустимы sex-услуги в сфере hostess?              | Распределение ответов, % |               |
|--------------------------------------------------------------|--------------------------|---------------|
|                                                              | до поездки               | после поездки |
| Sex-услуги не допустимы                                      | 53                       | 2             |
| Sex-услуги уместны, если клиент симпатичен как человек       | 13                       | 87            |
| Sex-услуги уместны в любом случае, если они приносят прибыль | 9                        | 11            |

*Почему девушки выбирали именно такой вид вознаграждения как наиболее ценный?* Выбирая между альтернативными действиями, человек отдаст предпочтение тому, что обеспечит наивысшее значение величины, получаемой при умножении ценности результата,

как она воспринимается им в настоящий момент, на вероятность его достижения. Эта вероятность выше в сфере секс-услуг. Если бы девушки не получали поощрения со стороны работодателей и клиентов, то они, возможно, в качестве наиболее достижимых рассматривали менее ценные вознаграждения [Fiske et al. 1991].

*Почему деформация ценностной шкалы произошла так быстро?* Некоторые социальные психологи придерживаются точки зрения, что изменение нашего социального поведения происходит не столько под влиянием объективных обстоятельств, сколько под влиянием нашего собственного отношения к ним [Marcus, Zajonc 1985]. Приступая к исполнению новой роли, девушки чувствовали себя не в своей тарелке. Каждая вторая в интервью признавалась, что поведение «закоренелых» hostess вначале шокировало. Постепенно девочки принимали правила игры и становились похожими на своих предшественниц. Этот процесс требует изменения некоторых представлений о себе как устоявшейся личности. Так, часть респондентов считают, что есть обстоятельства, которые можно назвать оправдательными причинами для совершения действий, ранее не приемлемых. Анализ интервью позволяет сделать вывод, что секс-услуги в сфере hostess приемлемы как временное отступление от правил, как часть успешной роли в нестандартных условиях. Однако согласно «Я-концепции» [Майерс 2005: 49–67], самовосприятие руководит нашими мыслями, чувствами и действиями, и если мы позволяем себе действия, ранее не допустимые, они влияют и на наше «Я» через деформацию ценностной шкалы. Продажа своего тела постепенно становится на несколько месяцев повседневным опытом, который не может не оказать влияния на личность женщины. Возвращаются в Россию уже несколько иные люди, их представление о себе впитало то, что вначале было лишь игрой, временной ролью. Возможно, это обстоятельство объясняет тот факт, что девушки высказываются в поддержку «теневого» стороны hostess (см. табл. 2).

Все это характеризуется как процесс выздоровления и постепенного принятия правил игры в условиях другой культуры.

Таблица 2. Ожидания респондентов от поездки в ночные клубы Северо-Восточной Азии.

| Ожидания респондентов от поездки | Распределение ответов, % |
|----------------------------------|--------------------------|
| Заработать деньги                | 100                      |
| Посмотреть богатую страну        | 85                       |
| Выучить язык                     | 47                       |
| Выйти замуж за иностранца        | 21                       |
| Поменять обстановку              | 13                       |
| Победить стеснительность         | 6                        |
| Сбежать от родителей             | 4                        |
| Научиться нравиться мужчинам     | 4                        |

4. *Полная культурная адаптация.* Мигранты никогда не становятся «своими» полностью, термин «полная культурная адаптация» весьма условен. На этой стадии девушки принимают Японию как не агрессивную среду и получают удовольствие от общения с ее жителями, от соприкосновения с ее обычаями, стилем жизни. Некоторые респонденты изучали особенности чайной церемонии, древние обычаи, мифологию, даже боевые искусства. Девочки говорили, что дома у них лежат альбомы по японской живописи и архитектуре. Любовь или симпатия к Японии «просыпалась» обязательно.

На этом этапе теневые экономические практики для мигранток становятся привычной работой, приносящей наибольшую выгоду. «Размах» реализуемых услуг определял настроение девушек, их дальнейшие жизненные стратегии. Чем больше поездок совершили женщины, тем более увереннее они говорили о будущем. Процесс институциональной трансформации на этом этапе замедляется. Девушки и на родине начинают реализовывать

новые стратегии поведения, привносить непривычные для России эмерджентные нормы, усвоенные в условиях чужой культуры.

5. *Новое восприятие России.* Возвращение на Родину для многих явилось еще большим стрессом, нежели адаптация в чужой среде. Одни говорили, что как только они сходили с трапа самолета, настроение падало, и через несколько дней они хотели вернуться в Японию. Другие жаловались на чувство неуверенности в будущем, которого в Японии не испытывали<sup>7</sup>. Девушки заметили, что в Японии быстро отвыкли от хамства. Большинство девушек, ранее имевших профессию в России, теряют квалификацию, им приходится заново учиться. Даже если они трудоустраиваются, перспектива получать «гроши» пугает, поэтому многие едут опять в США, все больше отдаляясь от российской реальности.

Следует отметить, что не все респондентки испытывали культурный шок как негативное явление, некоторые с удовольствием переживали новый опыт. Но результат культурного шока один – он способствует приобретению новых ценностей, установок и паттернов поведения. Женщины возвращаются в Россию с новым культурным багажом. Они выстраивают иное гендерное поведение (к примеру, предпочитают «спонсорский контракт» в отношениях с мужчинами), размывая и без того пошатнувшиеся гендерные стереотипы, что создает новые социальные проблемы. Все это делает их в некоторой степени маргиналами. Однако для большинства девушек балансирование на границе двух культур не является дискомфортным. Они строят некую новую субкультуру внутри родной, поддерживая связи в основном с такими же мигрантами и общаясь с бывшими японскими «гостями».

## Заключение

В чем же специфика экономической деятельности *hostess*? Прежде всего в ее теневом характере, использовании неформальных экономических практик и за счет этого – институциональных трансформаций. Естественно, что трудовые мигрантки как экономические субъекты нацелены на максимизацию дохода от реализации своих услуг. Работа в ночных клубах США подталкивает их к наиболее выгодной деятельности – торговле своим телом в обход формальных правил, оговариваемых в контракте, где есть пункт, запрещающий девушкам любой сексуальный контакт с клиентами клуба.

Сталкиваясь с другой реальностью, мигранты вынуждены трансформировать свои социальные практики для достижения сформированных прежде целей (заработать деньги, найти партнера или мужа). Но изменения в практиках постепенно ведут и к трансформации системы ценностей и социальных стратегий. Происходит ресоциализация мигрантов по отношению к российскому социуму. При возвращении возникает обратная проблема – девушки ощущают себя чужими, но «высокостатусными чужими» (доход, престиж страны-реципиента и т.д.). В результате в ряде случаев происходит не только приспособление бывших мигранток к нормам российского общества, но встречное движение. Нормы российского общества, особенно в формулировке идеалов женственности, специфически «женских» целей, испытывают сильнейшее воздействие со стороны бывших трудовых мигрантов. И общество должно быть к этому готово.

Несмотря на все трудности, женская трудовая миграция на Дальнем Востоке России популярна. Объясняется это и тем, что она позволяет реализовать сразу несколько ожиданий за короткий срок. Правда, расплачиваться за это приходится тем, что у девушек появляются отличные от российских привычки, нормы и правила поведения. Они привозят в Россию

---

<sup>7</sup> «Там я не думала о плохом, не боялась, что будет завтра» [Лариса, 33 года]; «В Токио я жила, а здесь выживаю...» [Маша, 30 лет].

другие «законы», которые стали результатом тесного соприкосновения с ночной жизнью в другой стране. Новые неформальные институты, реализуемые hostess уже в России, позволяют говорить о новой субкультуре, которая делает hostess маргиналами и в своей, и в чужой стране.

## ЛИТЕРАТУРА

- Ковалев Е., Штейнберг И.* Качественные методы в полевых социологических исследованиях. М., 1999.
- Майерс Д.* Социальная психология. СПб.: Питер, 2005.
- Норт Д.* Институты, институциональные изменения функционирования экономики. М.: Начала, 1997.
- Eggertsson T.* Economic Behavior and Institutions. Cambridge: Cambridge University Press, 1997.
- Fiske A.P. et al.* Social science research on trial: use of sex stereotyping research in *Price Waterhouse v. Hopkins* // *American Psychologist*. 1991. Vol. 49. P. 1040–1060.
- Furubotn E., Richter R.* Institutions and Economic Theory. The Contribution of the New Institutional Economics. 2<sup>nd</sup> ed. Ann Arbor: University of Michigan Press, 2005.
- Homans G.C.* Social behavior: its elementary forms. N.Y.: Harcourt, Brace, Jovanovich, 1974.
- Kasper W., Streit M.* Institutional Economics. Social Order and Public Policy. Cheltenham, UK; Northampton, MA, USA: Edward Elgar, 1998.
- Marcus H., Zajonc R.B.* The Cognitive Perspective in Social Psychology // *L/A*. 1985. Vol. 1. P. 137–230.
- Van Dijk T.* The Interdisciplinary Study of News as Discourse // *A Handbook of Qualitative Methodologies for Mass Communication Research* / Ed. by K.B. Jensen, N.W. Jankowski. N.Y., L.: Routledge, 1991.

Таблица III. Матрица корреляций

|                | ценность | норма | работа | чужой | мораль | Sex-услуги | доход | контроль | любовник | депрессия | чаевые | запрет | контракт | любовь | независимость | здоровье | спиртное | родина | кризис | добровольность |
|----------------|----------|-------|--------|-------|--------|------------|-------|----------|----------|-----------|--------|--------|----------|--------|---------------|----------|----------|--------|--------|----------------|
| ценность       |          | 0     | +      | +     | -      | +          | +     | -        | +        | 0         | +      | -      | +        | +      | +             | +        | -        | 0      | -      | +              |
| норма          | 0        |       | +      | +     | -      | +          | +     | 0        | +        | 0         | +      | -      | +        | -      | 0             | 0        | +        | +      | -      | +              |
| работа         | +        | +     |        | +     | -      | +          | +     | -        | +        | +         | +      | +      | +        | 0      | +             | -        | +        | -      | 0      | +              |
| чужой          | +        | +     | +      |       | -      | +          | +     | -        | +        | +         | +      | +      | +        | 0      | 0             | -        | +        | -      | 0      | +              |
| мораль         | -        | -     | -      | -     |        | -          | -     | -        | -        | +         | 0      | +      | +        | 0      | -             | +        | -        | 0      | +      | -              |
| Sex-услуги     | +        | +     | +      | +     | -      |            | +     | -        | +        | +         | +      | +      | -        | 0      | +             | -        | +        | -      | 0      | +              |
| доход          | +        | +     | +      | +     | -      | +          |       | -        | +        | -         | +      | -      | +        | 0      | +             | -        | +        | -      | -      | +              |
| контроль       | -        | 0     | -      | -     | -      | -          | -     |          | -        | +         | -      | +      | +        | -      | -             | +        | -        | 0      | 0      | -              |
| любовник       | +        | +     | +      | +     | -      | +          | +     | -        |          | +         | +      | +      | -        | 0      | +             | -        | +        | 0      | -      | +              |
| депрессия      | 0        | 0     | +      | +     | +      | +          | -     | +        | +        |           | -      | +      | 0        | -      | -             | -        | +        | +      | +      | 0              |
| чаевые         | +        | +     | +      | +     | 0      | +          | +     | -        | +        | -         |        | -      | 0        | +      | +             | +        | +        | -      | -      | +              |
| запрет         | -        | -     | +      | +     | +      | +          | -     | +        | +        | +         | -      |        | +        | -      | -             | +        | +        | -      | -      | -              |
| контракт       | +        | +     | +      | +     | +      | -          | +     | +        | -        | 0         | 0      | +      |          | 0      | +             | 0        | -        | +      | -      | +              |
| любовь         | +        | -     | 0      | 0     | 0      | 0          | 0     | -        | 0        | -         | +      | -      | 0        |        | 0             | +        | 0        | 0      | -      | +              |
| независимость  | +        | 0     | +      | 0     | -      | +          | +     | -        | +        | -         | +      | -      | +        | 0      |               | +        | 0        | -      | -      | 0              |
| здоровье       | +        | 0     | -      | -     | +      | -          | -     | +        | -        | -         | +      | +      | 0        | +      | +             |          | -        | 0      | -      | 0              |
| спиртное       | -        | +     | +      | +     | -      | +          | +     | -        | +        | +         | +      | +      | -        | 0      | 0             | -        |          | +      | +      | +              |
| родина         | 0        | +     | -      | -     | 0      | -          | -     | 0        | 0        | +         | -      | -      | +        | 0      | -             | 0        | +        |        | +      | +              |
| кризис         | -        | -     | 0      | 0     | +      | 0          | -     | 0        | -        | +         | -      | -      | -        | -      | -             | -        | +        | +      |        | -              |
| добровольность | +        | +     | +      | +     | -      | +          | +     | -        | +        | 0         | +      | -      | +        | +      | 0             | 0        | +        | +      | -      |                |

## ДЕБЮТНЫЕ РАБОТЫ

В.В. Вязникова

# ОСОБЕННОСТИ ТРУДОВЫХ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ МЕЖДУ РОССИЙСКИМИ ИТ-ФРИЛАНСЕРАМИ И ЗАКАЗЧИКАМИ ИХ УСЛУГ



**ВЯЗНИКОВА Валентина**  
Васильевна – студентка  
факультета социологии ГУ–ВШЭ.  
Email: [valentina86@mail.ru](mailto:valentina86@mail.ru)

*Исследование нацелено на анализ особенностей трудовых взаимоотношений между ИТ-фрилансерами и заказчиками их услуг, а также выявление основных проблем в ходе их сотрудничества. Рассматриваются отношения найма, характер условий труда и закреплённости трудовых отношений, трудовые конфликты в ходе выполнения работы или по ее итогам, развитие дальнейших трудовых отношений.*

### Введение

В современном мире все сложнее найти человека, который всю свою трудовую жизнь провел бы на одном предприятии, будучи полностью занятым. Однако еще в первой половине XX в., в эпоху индустриализма, доминировало промышленное производство, когда трудовая биография работника характеризовалась правилом трех единств: места работы, времени и действий.

Изменения, начавшиеся в 1970-х годах и затронувшие весь экономический уклад общества, в том числе и структуру занятости, привели к реформированию систем организации труда и трудовых отношений. На смену полной стандартизированной занятости пришли многочисленные гибкие формы труда. И хотя нестандартные формы занятости как противоположность занятости с фиксированными условиями труда существовали в США еще в XIX в., качественные изменения в характере трудовых отношений и условиях труда произошли именно в 1970-х, тогда же нетипичные формы трудовой деятельности стали восприниматься как неизбежность, а не отклонение [Kalleberg 2000: 341–342].

Стоит отметить, что возможность и необходимость гибкой организации труда осознали не только работники, стремившиеся к самостоятельности в трудовой деятельности, но и работодатели. Применение политики гибкой занятости работодателем, прежде всего, означает для него большую экономию на издержках. Нанимая работников на временной или гибкой основе, работодатель может реализовывать количественную или функциональную гибкость не только за счет сглаживания экономических и производственных

колебаний, но и за счет экономии на социальных выплатах работнику [Uzzi, Barsness 1998: 961].

Одной из наиболее интересных гибких форм занятости, набирающей обороты в настоящее время, является «фриланс». Эта форма трудовой активности предполагает систематическое осуществление трудовой деятельности в рамках определенной профессии и продажу своих профессиональных навыков и умений на рынке путем выполнения работы (заказа) на условиях временного найма вне штата формальной организации. Традиционно подобного рода деятельностью занимались люди творческих профессий: журналисты, писатели, художники и др. В настоящее время в связи с развитием и распространением информационных и коммуникационных технологий круг профессий, открывающих возможности свободной занятости, значительно расширился: это веб-дизайн, программирование, поддержка сайтов, создание флеш-мультфильмов, а также многое другое.

IT-фрилансинг представляет собой наиболее инновационную форму занятости, не существовавшую ранее. Как правило, фрилансер работает удаленно, а трудовые взаимоотношения между заказчиком и исполнителем услуг имеют максимально опосредованный характер. Зачастую фрилансер и заказчик никогда лично не встречаются, процесс получения и передачи заказа происходит посредством информационных и коммуникационных технологий.

Таким образом, между фрилансером и заказчиком его услуг не возникает трудовых взаимоотношений типа «работник – работодатель», характерных для традиционной стандартизированной занятости, и возникающие между ними проблемы – иного рода. Кроме того, несмотря на то что уже сегодня можно говорить о формировании достаточно обширного рынка фрилансинговых услуг, отсутствие установленных (институционализированных) правил и норм, которые регулировали бы трудовые отношения между фрилансерами и заказчиками, обуславливает существование значительных рисков, как со стороны исполнителей, так и со стороны заказчиков. Риски образуют основную проблему трудовых отношений между фрилансерами и работодателями.

Наше исследование нацелено на анализ особенностей трудовых взаимоотношений между так называемыми е-лансерами (электронными фрилансерами, осуществляющими свою трудовую деятельность удаленно с использованием информационных и коммуникационных технологий)<sup>1</sup> и заказчиками их услуг, а также выявление основных проблем в ходе их сотрудничества.

*Объектом* исследования стали, с одной стороны, российские IT-фрилансеры – высококвалифицированные поставщики услуг в сфере компьютерных технологий и веб-дизайна, осуществляющие свою профессиональную деятельность на условиях свободной занятости (вне штата формальных организаций) и считающие фриланс своей основной занятостью, а с другой стороны, – заказчики их услуг (организации и отдельные индивиды).

*Предметом* исследования выступают трудовые взаимоотношения IT-фрилансеров с заказчиками: отношения найма, характер условий труда и закреплённости трудовых отношений, трудовые конфликты в ходе выполнения работы или по ее итогам, развитие дальнейших трудовых отношений.

Поскольку фрилансеры являются еще мало изученной и слабо очерченной категорией (об этом говорит, например, тот факт, что в научных кругах до сих пор не сложилось единого определения работников, занимающихся подобной деятельностью), то, на наш взгляд, для

---

<sup>1</sup> Термин ввели американские исследователи Томас Малоун и Роб Лойбахер в 1998 г. по аналогии с неологизмами «e-mail» (электронная почта), «e-business» (электронный бизнес) [Malone, Laubacher 1998; Малоун 2006].

достижения цели нашего исследования прежде всего необходимо понять специфику фрилансеров как особой группы работников. Поэтому в ходе исследования предполагается сначала решить предварительную задачу, заключающуюся в описании категории фрилансеров, а затем – основные задачи, касающиеся непосредственно трудовых взаимоотношений фрилансеров и заказчиков их услуг. Основные задачи исследования можно представить в виде нескольких логических блоков в соответствии с этапами развития взаимоотношений «заказчик – исполнитель».

1. Как фрилансеры и заказчики находят друг друга:
  - сторона, выступающая инициатором поиска;
  - каналы поиска (неофициальные: родственники, друзья, знакомые и пр.; официальные: кадровые агентства, специализированные сайты в Интернет, объявления в СМИ и пр.);
  - факторы, влияющие на принятие решения об исполнении заказа фрилансером (сложность задания, продолжительность срока исполнения работы, размер оплаты, наличие других заказов, а также наличие положительных отзывов о заказчике, наличие предыдущего опыта, репутация заказчика и т.п.);
  - время, затрачиваемое на поиск работника заказчиком и на поиск работы фрилансерами.
2. Какова процедура согласования условий работы и достижения договоренности:
  - основные принципы согласования условий работы;
  - место и способ согласования условий (личная встреча, переписка посредством Интернет и т.п.);
  - параметры работы, подлежащие обсуждению и согласованию (содержание, сроки исполнение, стоимость заказа, характер оформления трудовых отношений и т.п.);
  - наличие торга;
  - сторона, оказывающаяся в выигрыше в результате торга.
3. Анализ условий найма IT-фрилансеров заказчиками:
  - характер оформления трудовых отношений (формальные и неформальные договоренности);
  - способы оплаты (наличный и безналичный расчет);
  - контроль над ходом выполнения работ со стороны заказчика;
  - наличие посредников между заказчиком и исполнителем;
  - процедура принятия и оценки качества выполненной работы.
4. Выявление типичных проблем между заказчиком и исполнителем в ходе выполнения работы и способов их решения (предоставление скидок и бонусов со стороны фрилансера; возможность применения штрафных санкций со стороны заказчика; способы «подстраховки» сторон).
5. Выявление случаев оппортунистического поведения по итогам работы со стороны заказчиков и исполнителей (полная или частичная неоплата заказа, некачественное выполнение работы, неисполнение заказа в оговоренные сроки и пр.).
6. Анализ развития дальнейших взаимоотношений между заказчиком и фрилансером:
  - факторы, определяющие удовлетворенность от сотрудничества друг с другом;
  - взаимные положительные или отрицательные рекомендации;
  - наличие и количество последующих заказов.

Исследование основано на глубинных интервью с фрилансерами, а также экспертных интервью с работодателями, т.е. с сотрудниками компаний, активно привлекающих фрилансеров.

## Глава 1. Фриланс как особая гибкая форма занятости

### Гибкие и нестандартные формы занятости

О фрилансе как особой категории работников заговорили не так давно – примерно двадцать лет назад (хотя в то время уже активно шла научная дискуссия о причинах появления гибких форм занятости, их преимуществах и недостатках). Значительное внимание этим вопросам уделяют такие авторы, как Ч. Хэнди [Handy 1984; Хэнди 2001a, 2001б], У. Бек [Бек 2000], М. Кастельс [Castells 1996, 2000; Кастельс 2000], Дж. Рифкин [Rifkin 1996], М. Бехтель [Бехтель 2000] и другие. Они анализируют их влияние новых форм занятости на стиль жизни человека, пытаются сформулировать рекомендации относительно индивидуальных стратегий действия на рынке труда, а также политики государства применительно к работникам с нестандартной занятостью.

Можно выделить два подхода к процессам дестандартизации занятости. Например, Чарльз Хэнди предлагает переосмыслить традиционные представления о занятости и карьере. Он делает акцент на тех возможностях, которые открываются перед человеком благодаря новым формам занятости: это свобода распоряжаться собственным временем, свобода планировать жизнь и трудовую деятельность, возможность самореализации в различных сферах и т.п. При этом он подчеркивает, что подобная гибкая занятость требует высокого уровня самоорганизации и самоменеджмента, призывая задуматься о целенаправленном управлении собственной жизнью [Handy 1984; Хэнди 2001a, 2001б]. Мануэль Кастельс назвал это «самопрограммируемым трудом» [self-programmable labor] [Castells 1996, 2000], включающим в себя необходимость самостоятельно планировать и выстраивать свое профессиональное и трудовое будущее.

Помимо высокого уровня «самоменеджмента» и самоорганизации, пожалуй, еще можно указать на склонность к риску или, по крайней мере, терпимость к нему, поскольку нестабильная, временная занятость неизбежно сопряжена с множеством рисков. Об этом не раз напоминал Ульрих Бек, подчеркивая, что риски одних оборачиваются доходами других. Гибкие и нестандартные формы занятости фактически перекалывают на плечи индивидов риски, которые раньше брали на себя фирмы и государство. Если понимать социальную защищенность как определенные гарантии условий занятости и дохода, то ее уровень для работников в целом снизился. И в этом отношении риск оказывает разрушительное воздействие на человеческую жизнь, нарушая устоявшийся ритм и финансовую стабильность [Бек 2000].

Изучение нестандартных форм занятости в России является одним из приоритетных направлений деятельности Центра трудовых исследований ГУ–ВШЭ. Эта тематика затрагивается в работах Р.И. Капелюшников [Капелюшников 2004], В.Е. Гимпельсона [Гимпельсон 2004], Т.С. Бандюковой [Бандюкова 2004] и др. Однако проводимый ими анализ основан на данных уже имеющихся неспециализированных исследований, посвященных широкому спектру социально-экономических вопросов, и поэтому оказывается ограничен несколькими переменными, в основном представляющими собой стандартные статистические показатели. Кроме того, довольно четко проступает экономический подход к проблеме, при котором из поля зрения выпадает целый ряд важных социальных аспектов. Например, остаются нераскрытыми вопросы социальной организации трудового процесса, вопросы добровольности или, наоборот, принудительности обращения к гибкой занятости, вопросы идентификации и социального признания, мотивации и т.п.

### Фриланс как гибкая форма занятости

Что же касается непосредственно фриланса как наиболее интересной для нас гибкой формы занятости, то здесь, бесспорно, нужно отметить работы Дэниэла Пинка [Пинк 2006] и Томаса Малоуна [Malone, Laubacher 1998; Малоун 2006], которые уделили немало внимания

изучению этой категории работников и выстраиванию прогнозов относительно их значения для экономики будущего.

Хотя Д. Пинк предпочитает использовать в своих работах введенное им понятие «*солист*» [soloist] для обозначения рассматриваемых им свободных агентов, он не избегает и терминов «фриланс» и «фрилансер». Фактически эти понятия – «фрилансер» и «солист» – совпадают, но есть одно существенное различие. Солисты, по мнению Пинка, – это «люди, работающие на себя, обычно в одиночку, переходящие от одного проекта к другому и продающие свои услуги» [Пинк 2006: 67]. Фрилансеры, хотя и работают преимущественно самостоятельно, все же могут объединяться во временные коллективы, образуя проектные группы [project networks] на время выполнения одного или нескольких проектов [Gill 2002]. Такие временные группы фрилансеров, как правило, организуются под конкретный проект, а после окончания работы над ним распадаются. Однако иногда фрилансеры могут организовываться в достаточно стабильные коллективы или образовывать собственное агентство [Considine 2006]. Впрочем, такой вид организации работы вряд ли можно назвать собственно фрилансом.

Д. Пинк также приводит и другие термины, которые обычно используются для обозначения группы людей с подобной занятостью. Например, если в разговорном языке укоренилось слово «фрилансер», то в XX в. в США появился юридический термин «*независимый контрактор*» [independent contractor], который используется в настоящее время во всех правовых документах. Он раскрывает понятие «фрилансера» через отрицание. Независимый контрактор есть *не* наемный работник, который *не* состоит в длительных или постоянных отношениях с одним работодателем. С юридической точки зрения эти особенности имеют огромное значение, поскольку большинство наемных работников, как крупной корпорации, так и небольшой частной компании, попадают под действие трудового законодательства. Последнее не только обеспечивает работникам своевременную оплату труда, но и дает им различные социальные гарантии, право объединяться в профсоюзы, требовать дополнительной оплаты за сверхурочную работу, защищает от расовой и половой дискриминации, определяет минимальный уровень безопасности труда. Независимые работники, наоборот, почти не охвачены действием этих законов.

Существует и еще ряд понятий, которые удобно использовать если не при сборе статического материала, то при описании работы фрилансеров. В англоязычной литературе их часто называют *консультантами* [consultants] (ранее это слово служило для обозначения безработного служащего) или *пермалансерами* [permalancer] (этот термин используется для обозначения тех, кто начинает работать по контракту и решает сохранить этот статус, даже если ему предлагают постоянную работу). В российской литературе, а также на российских Интернет-сайтах, посвященных фрилансу, наряду с терминами «фриланс» и «фрилансер», обычно фигурируют «*свободный художник*», «*телеработник*» или «*самозанятый*». Но, на наш взгляд, термин «самозанятый», хотя и учитывает гибкий характер фриланса, является более широким понятием и не отражает специфики такой занятости [Пинк 2006: 167].

Еще один термин, который часто употребляется исследователями, – «*портфельный работник*» [portfolio worker], был предложен британским теоретиком Чарльзом Хэнди. По его мнению, портфельный работник, как и фрилансер, не привязан к одному конкретному работодателю, а формирует портфель работ на основе множественной занятости за счет наличия нескольких клиентов, задач и ролей [Хэнди 2001а: 196–207].

Таким образом, в литературе используется достаточно много различных терминов для определения категории занятых, которых мы будем называть фрилансерами. Но они настолько разнородны, что проследить взаимосвязь между ними, выстроить систему понятий не представляется возможным. Кроме того, поскольку единого устоявшегося определения фриланса до сих пор нет, зачастую возникает терминологическая путаница, происходит смещение и подмена понятий. Поэтому прежде всего мы должны определить, что мы

понимаем под «фрилансом» и «фрилансерами», а для этого – выделить существенные особенности данной группы работников.

### **Фрилансеры: определение и характерные особенности**

Согласно определению британских авторов, фрилансеры – это самозанятые работники, которые оказывают услуги одновременно нескольким работодателям на временной или гибкой основе [Heery, Conley et al. 2004]. Хотя фрилансеры, как и самозанятые, не принадлежат какой-либо конкретной организации [Gill 2002], эта категория работников уже категории самозанятых. Чем же фрилансер выделяется среди других самозанятых? Можно выделить следующие характерные особенности.

- Фрилансер систематически осуществляет свою деятельность в рамках определенной профессии, продавая на рынке свои профессиональные навыки и умения. Это не любая, относительно случайная, деятельность, которая может быть оплачена на рынке.
- Фрилансер занят не физическим, а умственным трудом.
- Труд фрилансера – высококвалифицированный, требующий значительного «человеческого капитала».
- Фрилансер предоставляет услуги, а не производит товары.
- Фрилансер осуществляет услуги только «под заказ», а не сначала производит, а потом продает.
- Как правило, занятость фрилансеров связана с работой «на дому».

Однако помимо того, что фрилансеры и самозанятые осуществляют свою трудовую деятельность в режиме свободной занятости, для обеих категорий эта деятельность является основным источником дохода. Итак, сформулируем определение фрилансеров, которое мы будем использовать в данной работе. *Фрилансеры – это высококвалифицированные поставщики услуг* (в сфере компьютерных технологий, веб-дизайна, переводческих услуг и т.п.), *осуществляющие свою профессиональную деятельность на условиях свободной занятости* (вне штата формальной организации) *и считающие фриланс своей основной занятостью*. В таком случае фриланс – это профессиональная деятельность, которую осуществляют фрилансеры.

### **Электронные фрилансеры и их особенности**

В нашей работе нас интересует не столько категория фрилансеров в целом, сколько их подкатегория – «e-лансеры» [e-lancers]. E-лансеры, или электронные фрилансеры, как их еще можно назвать, осуществляют свою трудовую деятельность удаленно посредством использования информационных и коммуникационных технологий [Malone, Laubacher 1998; Малоун 2006]. Другими словами, это фрилансеры, которые работают преимущественно с помощью компьютера, Интернета и телефона. Типичными e-лансерами являются программисты, веб-программисты, администраторы сайтов, создатели флеш-мультфильмов, веб-дизайнеры и прочие.

Очевидно, что подобная занятость стала возможной за счет стремительного развития коммуникационных технологий. Благодаря этим изменениям у работодателей исчезла необходимость размещать всех работников в одном месте [Бек 2000: 210–212, 22] (хотя идея привлечения специалистов со стороны для выполнения определенных заданий не была чем-то новым в бизнесе).

По мнению Т. Малоуна, именно e-лансеры являются базовой единицей электронной дистанционной экономики, именно ей – а не корпорации – автор пророчит будущее.

Объединяясь в гибкие временные сети для выполнения конкретных проектов, дистанционные «свободные художники» могут независимо друг от друга реализовывать достаточно сложные задачи, которые раньше было возможно решить лишь целому штату постоянных работников. Когда работа над проектом закончена (спустя день, месяц или год), такая сеть распадается, а ее члены вновь становятся независимыми работниками, циркулирующими на отраслевом рынке в поисках новых проектов [Malone, Laubacher 1998; Малоун 2006].

Как считает Малоун, тенденция перехода к описываемой им дистанционной экономике с привлечением труда фрилансеров подтверждается данными статистики занятости в США. По самым скромным оценкам, свыше четверти рабочей силы США в 2003 г. составляли свободные внештатные исполнители (фрилансеры) того или иного типа. Причем, сюда не включены люди, привлекаемые консалтинговыми компаниями и другими организациями во временные коллективы, создаваемые под конкретный проект [Малоун 2006].

В то же время Малоун признает, что фриланс подходит не для каждого бизнеса. «Некоторые компании сохраняют свои творческие коллективы в течение долгого времени в силу специфики их деятельности (решение трудных проблем или осуществление сложных проектов...)» [Малоун 2006]. Но, несмотря на это, его прогнозы относительно будущего фриланса как основной единицы дистанционной экономики являются лишь своеобразным образцом экспериментальной футурологии. На наш взгляд, фриланс вряд ли когда-нибудь займет главенствующее место в экономике, но, несомненно, обширный рынок фрилансинговых услуг уже прошел несколько стадий формирования и будет развиваться далее.

Что же касается России, то здесь говорить о наличии подобного рынка можно лишь на основании косвенных источников, поскольку в официальных статистических данных внештатные работники как категория занятых отсутствуют. Но если в любой поисковой системе набрать «фриланс» или «фрилансер», мы сразу получим массу сайтов по этой тематике: Яндекс находит 2407 сайтов, содержащих слово «фриланс», а Рамблер – 15 418. Даже если принять во внимание, что некоторые из найденных сайтов – лишь «Интернет-мусор», эти цифры определенно говорят о появлении и становлении рынка фриланса.

Есть и несколько специализированных сайтов для фрилансеров (например, <http://www.free-lance.ru>; <http://freelance.ru>; <http://freelancejob.ru>; <http://www.kadrof.ru>), посвященных поиску работы. Все они устроены по принципу Интернет-аукционов по продаже широкого спектра фрилансинговых услуг: разработка программного обеспечения, дизайн, проведение исследований рынка, переводы и т.д. Сначала заказчик отправляет электронное сообщение с описанием проекта и получает предложения о выполнении заказа от разных исполнителей. Основываясь на этих предложениях, online-портфолио, а также рейтинге претендентов, полученному от предыдущих клиентов, работодатель нанимает фрилансера. По окончании проекта заказчик и исполнитель оценивают друг друга, и их интерактивные баллы корректируются соответствующим образом [Harvey 2001]. На одном из таких сайтов (<http://www.free-lance.ru>) уже зарегистрировано 12 336 фрилансеров, а за час было размещено 11 предложений о работе.

В Интернете уже образовались сообщества фрилансеров<sup>2</sup>, организованы форумы, т.е. площадки для общения фрилансеров и обсуждения любых проблем, связанных с их деятельностью. Число зарегистрированных на всех этих сайтах фрилансеров превышает несколько десятков тысяч, и это говорит о том, что в России, как и на Западе, рынок фрилансинговых услуг активно развивается.

И все же степень его развития и, прежде всего, институционализации еще крайне недостаточна. Остаются нерешенными многие вопросы, касающиеся регулирования трудовых

---

<sup>2</sup> Например, [http://www.community.livejournal.com/ydalen\\_ru](http://www.community.livejournal.com/ydalen_ru) или [http://www.community.livejournal.com/ru\\_free\\_lance](http://www.community.livejournal.com/ru_free_lance).

отношений между фрилансерами и заказчиками их услуг, а также социального обеспечения фрилансеров как особой категории работников. А удовлетворение таких важнейших для человека потребностей, как финансовая обеспеченность, здравоохранение, общение с коллегами, признание заслуг, обучение и др., зависит исключительно от самого работника. Поскольку наметилась тенденция роста рынка фрилансинговых услуг, а эти вопросы остаются нерешенными, необходимо найти способы предоставления тех гарантий и льгот, которые содержит трудовое законодательство относительно стандартизированной занятости (конечно, с учетом особенностей фрилансеров как группы). Именно тогда, когда будет создана и юридически закреплена система социальных гарантий, и завершится институциональная «нормализация» фриланса как нестандартной формы занятости [Бек 2000: 208].

## Глава 2. Эмпирические исследования фриланса и фрилансеров

Среди исследований, посвященных фрилансерам, бесспорно, преобладают работы зарубежных авторов. Среди них можно выделить исследователей, интересующихся фрилансерами, занятыми в медиа-сфере [Dex et al. 2000], в области PR и маркетинга [Tench, Fawkes, Palihawadana 2002], в сфере компьютерных технологий [Goodwin 2006; Gill 2002], а также фрилансерами-переводчиками и писателями [McKay]. Нам в большей степени будут интересовать те исследования, в которых анализируются либо фрилансеры в целом как категория работников, либо электронные фрилансеры, чья работа связана с современными компьютерными технологиями.

Можно говорить о четырех основных темах, в большей или меньшей степени затрагиваемых во всех этих исследованиях:

- образ жизни фрилансеров, их трудовые и жизненные стратегии;
- Гендерное неравенство и фриланс;
- физиологическое и психологическое состояния здоровья фрилансеров;
- признание фрилансеров особой категорией работников (статус, социальное обеспечение, профсоюзная деятельность).

### Путь к фрилансу: первичная мотивация

По данным исследования компании Giant Group, проведенного в 2006 г. в Великобритании<sup>3</sup>, самым крупным заказчиком ИТ-фрилансеров в этой стране в настоящее время являются государственные структуры. Доля электронных фрилансеров, время от времени получающих заказы от различных государственных органов, возросла вдвое (до 27%) с 2004 по 2006 г. По мнению аналитика этого исследования Б. Гудвина, увеличивающийся спрос на независимых работников в государственном секторе совпал с предпринимаемыми мерами по улучшению условий и гарантий таким работникам, что, в свою очередь, создает условия для возникновения профессиональной конкуренции. На втором месте по частоте обращений к труду фрилансеров находится финансовый сектор: около 24% электронных фрилансеров по сравнению с 19% в 2003 г. [Goodwin 2006].

Что касается причин, по которым люди становятся фрилансерами, то здесь можно выделить два исследования, которые тем или иным образом затрагивают этот вопрос [Fielden, Tench, Fawkes 2003; Stuart 2006]. Причем оба исследования в большей степени посвящены изучению гендерных аспектов фриланса как формы занятости, нежели выявлению

---

<sup>3</sup> В выборку вошли 2500 фрилансеров, работающих в сфере компьютерных технологий.

мотивирующих к фрилансу факторов. Но все же их результаты представляют для нас большую ценность.

Итак, по итогам одного из исследований было выделено пять наиболее часто упоминаемых причин, по которым люди шли во фриланс. Большинство респондентов отметили<sup>4</sup>, что фриланс для них – это, прежде всего, большая *свобода* (83,3%) и *гибкость* (74,1%). Многие сделали выбор в пользу фриланса, поскольку такая форма занятости позволяет работнику осуществлять *самостоятельный контроль над собственной работой* (58,7%). Привлекательность фриланса, по мнению респондентов, заключается также в *разнообразии проектов* (58,2%), которые поступают от заказчиков, и в *отсутствии необходимости подчиняться политике какой-либо конкретной компании* (54,4%) [Fielden, Tench, Fawkes 2003].

Десять самых распространенных причин перехода к фрилансу, выделенных агентством C&IT в 2006 г.<sup>5</sup>, во многом пересекаются с теми причинами, которые упоминались в предыдущем исследовании, это: *большая гибкость; разнообразие проектов; недовольство прошлой работой; отсутствие карьерных перспектив на предыдущем месте работы; возможность большего заработка; сокращение штата (увольнение); желание войти в другую сферу (индустрию); продолжительный рабочий день при полном графике работы; переезд компании в другое место* [Stuart 2006]. Оказывается, что далеко не всегда фриланс – *добровольный выбор* человека, иногда он *вынужденно* приходит к такому типу занятости. В этом случае его основными мотивами являются получение хотя бы какой-то заработной платы, обеспечение источника выживания, невозможность найти работу стандартной формы и т.д. [Мезенцева].

Тем не менее, согласно результатам одного американского исследования (2006 г.), посвященного образу жизни фрилансеров, «более 80% независимых контракторов ...предпочитают свой статус работе на работодателя» [Пинк 2006: 233–236]. При этом 66% тех, кто перешел во фриланс не по собственному желанию, а вынужденно, указали, что по прошествии определенного времени они предпочитают остаться фрилансерами и не хотят вновь становиться наемными работниками [Там же: 242].

### Организация трудового процесса

Английской исследовательницей Р. Джилл [Gill 2002] было проведено более детальное исследование, касающееся образа жизни фрилансеров. По ее словам, в обществе укоренилось достаточно много мифов о работе фрилансеров в сфере информационных и коммуникационных технологий. Например, считается, что это спокойная творческая работа, где нет места дискриминации и прочим притеснениям. Автор поставила перед собой цель выяснить, соответствуют ли эти представления реальности, пытаясь понять, каким образом IT-фрилансеры строят свою карьеру, организуют рабочее время и стараются избегать рисков. Исследователя также интересует уровень и качество образования фрилансеров в сфере IT-технологий, способы поиска работы, временная и пространственная организация труда, работают ли они в одиночку или объединяются с кем-то, и т.д. [Там же].

Для решения поставленных задач в 2002 г. было реализовано специальное эмпирическое исследование IT-фрилансеров в шести европейских странах (Австрия, Финляндия, Ирландия, Нидерланды, Испания и Великобритания). Согласно его результатам, *уровень образования фрилансеров, работающих в сфере компьютерных технологий, достаточно высок. 93% респондентов имеют хорошее университетское образование, почти половина из них*

<sup>4</sup> Респонденты могли выбирать несколько вариантов ответа.

<sup>5</sup> Исследование проведено агентством C&IT совместно с ESP Recruitment and Vivid Research, в выборку вошли 33 компании, привлекающие фрилансеров.

получили второе образование или ученую степень. Что касается *места работы*, то дома фрилансеры работают примерно одну треть времени. Чаще всего местом работы служат специально арендуемые помещения («мастерские»). Иногда рабочее место работы предоставляет работодатель. (Но такая ситуация скорее характерна для европейских стран, и вряд ли эти результаты можно распространить на российскую действительность.) Традиционные *способы поиска работы* для таких высоко квалифицированных специалистов, как IT-фрилансеры, оказываются не действенными; вместо биржи труда или объявлений в СМИ основным каналом информации о работе являются неформальные сети (подтверждается феномен «силы слабых связей»). К тому же и *отбор работников заказчиками* чаще осуществляется на основе неформальных взаимосвязей и личных рекомендаций, нежели по итогам открытого конкурса.

Практически никто из фрилансеров не работает только над одним проектом, большинство совмещает *работу по нескольким заказам* одновременно. В среднем за два года один фрилансер реализует восемь независимых проектов. Иногда, по словам респондентов, они объединяются с несколькими другими фрилансерами для выполнения определенных проектов, образуя *проектные группы* [Jones 1996]. Для таких временных коллективов характерна командная работа без организационной иерархии, что позволяет фрилансерам удовлетворить свою потребность в общении. А по мнению Энди Пратта [Pratt 2000], *поддержание социального контакта* с другими IT-фрилансерами имеет особую важность для работника, поскольку не только позволяет избегать чувства одиночества и изолированности, но и обмениваться информацией об изменениях и новинках в области современных технологий.

И в заключение исследователь напоминает о том, что фрилансерам свойственна *индивидуализация рисков*. Во-первых, они должны самостоятельно планировать свою трудовую деятельность, нести издержки по обучению, развитию профессиональных навыков, а также страхованию, социальному и материальному обеспечению. Во-вторых, им приходится постоянно искать новые заказы и заполнять «дыры», образующиеся в рабочем графике.

На основании всего вышеизложенного Р. Джилл делает вывод о том, что существующие в обществе представления о работе IT-фрилансеров имеют мало общего с действительностью.

<...>

### **Проблема определения статуса фрилансеров**

Одной из наиболее сложных и в то же время интересных для нас тем, затрагиваемых в различных исследованиях, является *проблема определения статуса фрилансеров* как независимых работников и обеспечения им социальных гарантий [Jenero, Menzel 1997].

Как показывает опыт компании Microsoft, неопределенность в отношении статуса фрилансеров может привести к возникновению множества конфликтных ситуаций между работниками и работодателями по поводу возможности участия в разделе прибыли компании, получения дополнительных скидок или бонусов, предоставляемых корпорацией. Так, например, в окружные суды США было передано около четырехсот исков от фрилансеров, которые утверждали, что поскольку они исполняли те же обязанности, что и постоянные рабочие, то они заслуживают таких же льгот и привилегий – в особенности скидок на приобретение акций корпорации и пенсионного обеспечения. Подобные прецеденты привели к тому, что в настоящее время многие компании, включая Microsoft, пользуются услугами кадровых агентств, избегая прямых отношений с фрилансерами. А корпорация Microsoft полностью перестроила схему взаимоотношений с фрилансерами еще в 1990 г. [Ouellette 1998].

Этот пример побудил двух американских исследователей-правоведов выделить ряд критериев, позволяющих определить статус работника и характер его трудовых взаимоотношений с работодателем. Анализируя судебные решения, выдвинутые по поводу трудовых разбирательств корпорации Microsoft, а также основываясь на критериях, обычно используемых Национальной налоговой службой США, авторы выдвигают двадцать собственных признаков, служащих для определения статуса работников. Среди них: *самостоятельность исполнения работы, включенность в работу компании, продолжительность трудовых отношений, рабочий график, порядок отчетности о проделанной работе* и т.п. [Jenero, Mennel 1997]. Но, на наш взгляд, одного лишь выделения критериев для облегчения хода судебных разбирательств недостаточно, необходима разработка специального законопроекта, регулирующего подобные вопросы.

Впрочем, некоторые компании и без такого законопроекта стараются обеспечить равные социальные гарантии как фрилансерам, так и своим наемным работникам. Например, компания Gedas, являющаяся частью холдинга Volkswagen, с июня 2005 г. ввела гибкую систему льгот для сотрудничающих с ней IT-фрилансеров [Flex... 2005]. Но подобный пример является скорее исключением. В действительности же фрилансерам приходится либо смириться с тем, что они являются социально незащищенными работниками, либо самостоятельно отстаивать свои права. <...>

Итак, основные мотивы, приводящие людей во фриланс – это желание большей свободы и гибкости, но не всегда фриланс является добровольным выбором работника. Распространенные представления о труде фрилансеров как о свободной творческой работе не всегда подтверждается фактами. В частности, проблемы определения статуса фрилансеров и их социального обеспечения стоят достаточно остро. И несмотря на то, что в исследовательской среде существует определенный интерес к изучению фриланса и фрилансеров как особой категории работников, работы, посвященные вопросу их взаимоотношений с заказчиками, попросту отсутствуют.

### Глава 3. Методология исследования

#### Основные понятия исследования

*Стандартизированной (полной) занятостью* мы будем называть осуществление трудовой деятельности в рамках единственной профессии, являющейся источником доходов, самоидентификации и предполагающей [Попов 2003: 117]:

- наличие единственного (на данный момент) места работы;
- полное рабочее время (рабочий день, рабочая неделя);
- рабочее место, предоставляемое фирмой-работодателем;
- наличие типового трудового договора, закрепляющего стандартизированные условия занятости для целых отраслей и профессий;
- стандартизированную, непрерывную, поступательную, восходящую, конечную трудовую биографию (карьеру), представляющую собой последовательную смену мест работы и должностей вплоть до выхода на пенсию;
- заработную плату, обеспечивающую жизнь работника и его семьи;
- полный «социальный пакет» и пенсионное обеспечение.

*Нестандартизированная (неполная) занятость* характеризуется [Там же]:

- наличием нескольких мест работы, организованных в «портфель работ»;

- частой сменой рода деятельности, отсутствием единственной профессии;
- неполным рабочим временем (рабочий день, неделя);
- рабочим местом, совмещенным с домом;
- нестандартизацией трудового договора, наймом без юридического оформления, самозанятостью;
- индивидуализированной, дискретной (прерывистой), ненаправленной, без четких границ окончания, карьерой;
- неспособностью каждого отдельного места работы обеспечить жизнь работника, необходимость в множественных источниках заработка;
- слабой социальной защищенностью, небольшим пенсионным обеспечением.

Согласно Трудовому кодексу Российской Федерации, действующему с 1 февраля 2002 г., *трудовые отношения* – это «отношения, основанные на соглашении между работником и работодателем о личном выполнении работником за плату трудовой функции (работы по определенной специальности, квалификации или должности), подчинении работника правилам внутреннего трудового распорядка при обеспечении работодателем условий труда, предусмотренных трудовым законодательством, коллективным договором, соглашениями, трудовым договором» [Трудовой кодекс. Статья 15].

С социологической точки зрения *трудовыми отношениями* можно назвать совокупность отношений, возникающих между работником и работодателем в процессе их взаимодействия и затрагивающих вопросы найма, увольнения, материального и социального обеспечения, разрешения трудовых конфликтов, возможности участия в профсоюзной деятельности и т.п.

## Основные гипотезы исследования

**Г1.** *Трудовые взаимоотношения, возникающие между IT-фрилансерами и заказчиками их услуг, отличаются от стандартных трудовых отношений типа «работник – работодатель», закрепленных Трудовым кодексом РФ, по нескольким параметрам (табл. 1).*

Таблица 1. Взаимоотношения между IT-фрилансерами и заказчиками и их услуг и стандартные трудовые отношения типа «работник-работодатель»: сравнительная таблица<sup>6</sup>

| Критерии сравнения                  | Стандартизированная занятость          | Фриланс                                                             |
|-------------------------------------|----------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|
| Рабочее время                       | Полный, 8-часовой рабочий день         | Гибкий, ненормированный график                                      |
| Место работы                        | Офис                                   | Дом                                                                 |
| Оплата труда                        | Ежемесячная почасовая заработная плата | Сдельная оплата труда (за конкретный проект)                        |
| Форма оплаты                        | Наличный расчет                        | Безналичный расчет посредством электронных и банковских систем      |
| Условия труда и оплаты              | Диктует работодатель                   | Обговариваются исполнителем и работодателем в процессе согласования |
| Обеспечение материалами и ресурсами | Осуществляет работодатель              | Осуществляет сам исполнитель                                        |

<sup>6</sup> Описанные в таблице трудовые отношения между работником и работодателем представляют собой идеальные типы в веберовском смысле.

| Критерии сравнения                                              | Стандартизированная занятость                              | Фриланс                                                      |
|-----------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------|
| Характер оформления трудовых отношений                          | Юридическое оформление (трудовой договор)                  | Неформальная договоренность (устное соглашение)              |
| Контакт в процессе работы                                       | Непосредственный (лицом-к-лицу)                            | Опосредованный (Интернет и телефон)                          |
| Длительность и направленность трудовых отношений                | Долгосрочная                                               | Краткосрочная                                                |
| Обеспечение социальными гарантиями                              | Присутствует                                               | Отсутствует                                                  |
| Решение проблем и конфликтов, возникающих в ходе сотрудничества | В судебных инстанциях на основе трудового законодательства | Путем личных переговоров и привлечения способов подстраховки |

**Г2.** *Трудовые взаимоотношения между фрилансером и работодателем обычно проходят несколько этапов (табл. 2).*

Таблица 2. Этапы развития трудовых взаимоотношений между фрилансером и заказчиком его услуг

| Этапы                                                                     | Действия заказчика                                                                                         | Действия исполнителя                                                                 |
|---------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
| <i>Предварительный этап</i>                                               | Поиск исполнителя заказа (отбор претендентов на основе online-портфолио и рейтинга или по рекомендации)    | Поиск заказов, проверка репутации заказчика                                          |
| <i>Первый этап (согласование условий =&gt; достижение договоренности)</i> | Описание требований, предъявляемых к проекту, предложение условий работы (цена, срок, форма оплаты и т.п.) | Рассмотрение предложения, корректировка условий в зависимости от сложности проекта   |
| <i>Второй (основной) этап (работа над проектом)</i>                       | Контроль над ходом реализации проекта                                                                      | Исполнение проекта, предоставление промежуточных результатов по требованию заказчика |
| <i>Третий этап (сдача и принятие проекта)</i>                             | Принятие и оценка качества выполненной работы, оплата заказа                                               | Сдача проекта, доработка возможных недочетов                                         |
| <i>Заключительный этап</i>                                                | Предоставление отзывов и рекомендаций исполнителю                                                          | Предоставление отзывов и рекомендаций заказчику                                      |

**Г3.** *подавляющее большинство проектов и предложений поступает к фрилансерам через социальные сети, в том числе через Интернет-знакомых и виртуальные профессиональные сообщества. Эти сети также играют важную роль и непосредственно при выполнении работ.* Таким образом, подтверждается феномен «силы слабых связей», описанный М. Грановеттером [Granovetter 1973].

Как мы уже отмечали выше, основным каналом информации о работе являются неформальные сети. Заказчики также предпочитают использовать свои связи и знакомства для поиска фрилансеров, отбирая претендентов на основе личных рекомендаций [Gill 2002]. К тому же во время выполнения заказов фрилансеры нередко обмениваются информацией о новинках в области компьютерных технологий и профессионального общения [Pratt 2000].

**Г4.** *Трудовые взаимоотношения между фрилансером и заказчиком его услуг имеют неформальный характер. Трудовой договор, как правило, не заключается. Основным механизмом поддержания подобного рода отношений является взаимное доверие сторон, поддержание репутации (goodwill).*

Временные отношения, возникающие между фрилансером и заказчиком работы, обычно не закрепляются трудовым договором – обычно они краткосрочны (выполнение заказа может занять всего несколько часов) и осуществляются посредством Интернета и телефона. В таком случае затраты времени на заключение трудового договора как для работодателя,

так и для исполнителя оказываются слишком велики, стороны ограничиваются устной договоренностью. Отношения подобного рода основываются на взаимном доверии (особенно если заказчик «вышел» на фрилансера с помощью социальных сетей) и подкрепляются стремлением к сохранению имеющейся у них репутации в среде фрилансеров и заказчиков.

**Г5.** *При взаимном удовлетворении результатами трудовое взаимодействие нередко имеет продолжение в дальнейшем. Заказчик обращается к фрилансеру повторно, возникают длительные отношения делового сотрудничества.*

Если заказчик по завершении проекта остался доволен не только результатами работы, но и сотрудничеством с конкретным фрилансером в целом, то при возникновении нового проекта он обращается именно к этому фрилансеру. Таким образом заказчик стремится сократить временные издержки на поиск подходящего кандидата, равно как и возможные риски. К тому же увеличивается уровень доверия между заказчиком и исполнителем, повышается степень их лояльности друг к другу [Вязникова, Гареева, Солдатов 2007], что способствует дальнейшему продолжению трудовых отношений.

### **Методы сбора и анализа данных**

В ходе полевого исследования (апрель – май 2007 г.) нами было проведено 8 глубинных интервью с IT-фрилансерами<sup>7</sup>, выход на которых осуществлялся с помощью специализированного сайта <http://www.free-lance.ru><sup>8</sup> (6 опрошенных) или через знакомых (2 человека). Все респонденты проживают в Москве или в ближайшем Подмосковье, что было обусловлено необходимостью личной встречи; возраст от 20 до 32 лет. Общая информация о фрилансерах, принявших участие в нашем исследовании, представлена в табл. 1 в Приложении.

Далее нами было проведено 4 экспертных интервью с заказчиками фриланс-услуг. Выход на них осуществлялся посредством того же специализированного сайта. Три респондента – наемные работники, один – начинающий предприниматель.

## **Глава 4. Особенности трудовых отношений фрилансеров и заказчиков их услуг**

В данной главе представлены результаты нашего эмпирического исследования. Каждый подраздел соответствует одному из этапов развития трудовых отношений между фрилансером и заказчиком (согласно гипотезе 2).

### **Процесс взаимного поиска**

Процессы поиска заказчиками подходящего исполнителя проекта и поиска заказов со стороны фрилансера являются неотъемлемой частью функционирования рынка фриланс-услуг. Как на любом другом рынке, здесь есть свой спрос и предложение. Иначе говоря, обе стороны заинтересованы в сотрудничестве, обе находятся в процессе взаимного поиска. Но в

---

<sup>7</sup> Полевой этап исследования был проведен в рамках гранта по конкурсу «Учитель – ученики» (2006–2007) Научного фонда ГУ–ВШЭ.

<sup>8</sup> На сайте зарегистрировано чуть более 12 тыс. фрилансеров (разработчиков сайтов, дизайнеров, переводчиков и т.п.). Все фрилансеры разбиты на специализации, что позволяет легко перейти к нужной нам категории IT-фрилансеров.

отличие от рынка наемного труда, фрилансер ищет не конкретную должность или компанию, а определенные задачи, которые он умеет выполнять.

Поиск работы фрилансерами может принимать две формы: *активную*, когда сами работники ищут заказы, и *пассивную*, когда они ждут, что заказчики сами обратятся с предложением о работе.

Двое наших респондентов обычно придерживаются последней стратегии. Они, как правило, размещают свое портфолио с описанием предыдущих проектов на специализированных сайтах и собственных Интернет-страницах, куда может зайти потенциальный заказчик. Заказы также могут поступать от друзей и знакомых. Остальные шесть респондентов предпочитают следовать *смешанной стратегии*, т.е. не только пассивно ждут заказов, но и параллельно сами занимаются их поиском – преимущественно через специализированные сайты<sup>9</sup>.

Таким образом, есть *два основных канала поиска проектов*: специализированные сайты и социальные сети. Причем, семеро из восьми респондентов утверждают, что основная часть заказов поступает «от знакомых знакомых». Отношение же к Интернету как средству поиска заказчиков сложилось двойственное. Одни полагают, что в настоящее время это достаточно эффективный способ отслеживания предложений о работе; другие, напротив, считают его мало эффективным<sup>10</sup>.

Заказчики тоже предпочитают задействовать свои личные знакомства для поиска фрилансеров, поскольку, с одной стороны, так они могут получить больше первичной информации о потенциальных исполнителях заказа, а с другой, – посредник выступает гарантом того, что работа будет выполнена качественно и в срок<sup>11</sup>. В таком случае посредник является гарантом доверия и для работодателя, и для фрилансера<sup>12</sup>. Это показывает феномен «силы слабых связей» в действии и подтверждает нашу гипотезу 3.

Если же поиск исполнителя осуществляется работодателем через специализированные сайты, то отбор основан на открытом конкурсе.

«Когда ты размещаешь свое предложение на сайте..., на твое сообщение с описанием проекта практически мгновенно отвечает несколько фрилансеров, причем они сами начинают активно торговаться и таким образом могут сбить цену баков на 200 в зависимости от того, что за проект. Так что тебе потом остается только выбрать кого-нибудь в серединке, чтобы было оптимально и по цене, и по качеству» [заказчик 2].

Если же подобного торга между фрилансерами не возникает, то заказчик может провести конкурсный отбор на основании размещенных на сайте портфолио. По словам заказчиков, при просмотре информации о потенциальных исполнителях и их портфолио они прежде всего обращают внимание на следующие параметры: *сложность и качество предыдущих проектов, продолжительность «стажа» во фрилансе и наличие у фрилансера свободного*

<sup>9</sup> «Существуют порталы тематические. Вот free-lance.ru – очень молодой, ему около года. Раньше в большинстве случаев находилось где-нибудь на обычных порталах с работой. Просто смотришь объявления со свободным графиком, есть конторы, которые ищут программистов» [Александр, 25 лет].

<sup>10</sup> «В большинстве случаев заказчики ищут фрилансеров в Интернете ради “просто узнать”. Узнать цену, узнать, что и как. Иногда пытаются понять, чего они хотят. Иногда пытаются понять, как это все устроено. Я считаю, что это неэффективный способ для получения нормальных заказов» [Михаил, 20 лет].

<sup>11</sup> «Если у меня возникает потребность во фрилансе, т.е. если мне, например, нужен через неделю готовый макет сайта, то я сначала спрашиваю всех своих знакомых, нет ли у них знакомого человека, который может это сделать. А если уж ничего не нахожу, могу и залезть на какой-нибудь сайт, где много фрилансеров. Просто через знакомых надежнее как-то» [заказчик 2].

<sup>12</sup> «Это какой-то гарант доверия – это третье лицо. Если что, он знает этого, этого и этого» [Александр, 25 лет].

*времени*<sup>13</sup>. Заказчики также могут обращать внимание на фотографии и картинки, которые фрилансеры используют в качестве репрезентации себя. Отсутствие изображения на персональной странице оказывается негативным фактором: по мнению работодателей, это говорит о «несерьезности человека и о том, что он не настроен на продолжительную работу, если ему даже свое фото лень выложить» [заказчик 4].

Фрилансеры, в свою очередь, также производят отбор, причем двоякого рода. Они не только отбирают проекты, которые хотели бы выполнить, но и производят отбор заказчиков. При выборе проекта они в первую очередь ориентируются на *интересность* (или новизну) заказа, *сложность* его выполнения, *сумму*, которая предлагается заказчиком, и предполагаемые *сроки*. Но приоритеты, которые для себя расставляет фрилансер, могут различаться в зависимости от стажа фрилансера. «Новички» стараются принимать все поступающие предложения, поскольку на начальных этапах их приходит не так много, а опыта им нужно набираться уже сейчас. «Старички» более тщательно и ответственно относятся к отбору, но у них значительно шире выбор за счет наличия старых клиентов.

Если предложение или ряд предложений оказываются для фрилансера интересными и выгодными, то он старается оценить «*надежность*» заказчика, используя для этого огромное пространство Интернета. Если заказчик когда-либо проявил себя с нехорошей стороны, то зачастую информацию об инциденте можно найти на форумах<sup>14</sup>. Таким образом фрилансеры оценивают, оплатит ли работу этот конкретный заказчик, какова вероятность возникновения проблем при взаимодействии с заказчиком.

Иногда, по словам фрилансеров, приходится отказываться от предложений о работе, даже если заказчик обратился через социальные сети. Это происходит в тех случаях, когда заказчик не может сформулировать свои требования относительно проекта, когда он сам не понимает, что хочет получить «на выходе». Во избежание проблемных ситуаций в таких случаях фрилансеры предпочитают отвергнуть предложение<sup>15</sup>.

По словам работодателей, в среднем на *поиск исполнителя* уходит около трех дней, если задействуются только социальные сети, и 2-3 часа, если инструментом поиска выступают специализированные сайты. Что касается *времени*, затрачиваемого на *поиск заказов фрилансерами*, то здесь вряд ли можно дать ответ в числовом выражении, поскольку частично работа фрилансеров как раз в том и заключается, чтобы найти заказчика и выполнить проект. И, как правило, эти процессы протекают одновременно<sup>16</sup>.

Как и на любом другом рынке, фрилансерам иногда приходится сталкиваться с *посредниками*, которыми обычно являются такие же фрилансеры, передающие заказ дальше по цепочке, если они сами не имеют возможности или времени его выполнить. Посредники, как правило, удерживают некую часть оплаты по проекту за свои услуги. Естественно,

---

<sup>13</sup> На сайте <http://www.free-lance.ru> фрилансер имеет возможность выбирать свой статус (например, «свободен» или «занят») в зависимости от загруженности работой в данный период времени.

<sup>14</sup> «Тебе с какого-то e-мейла прислали техзадание – ты пробиваешь, что это за e-мейл, смотришь, на каком-нибудь форуме фрилансеры обсуждают: “Вот, мне прислали задание, я для них все сделал, а они мне не заплатили. E-мейл у них такой-то, телефон такой-то, общался в тем-то”. Смотришь, ага, все понятно. Значит, с этим я работать не буду. Или по телефону человек позвонил – потом точно так же в Интернете ищешь телефон, что за компания, насколько большая, давно ли на рынке. Пытаешься оценить заказчика, заплатит он тебе или нет, и насколько много проблем будет» [Александр, 25 лет].

<sup>15</sup> «...для дизайнеров очень важный параметр – это насколько сложен заказчик...» [Александр, 25 лет].

<sup>16</sup> «Вся работа в этом и состоит – найти заказчика и выполнить работу. Пока ты выполняешь одну работу, параллельно ищешь каких-то других заказчиков. ...Просто каждый день просматриваешь, и все» [Александр, 25 лет].

фрилансеры предпочитают работать с конечными заказчиками, избегая посредников<sup>17</sup>. И, по словам одного из респондентов, можно без особого труда определить, является ли человек конечным заказчиком или посредником. Это становится ясно в процессе общения, когда на достаточно простой вопрос, например, о предпочтительной цветовой гамме сайта, ответ приходит лишь спустя день или два.

Бывают случаи, когда в роли посредника выступает профессиональная веб-студия, время от времени обращаясь к труду фрилансеров. Но в этом случае организация фактически является работодателем, поскольку ее сотрудники, курирующие выполнение проекта, изначально владеют всей достаточной информацией, понимают потребности конечного заказчика и самостоятельно определяют все необходимые элементы, которые должны присутствовать в работе<sup>18</sup>.

Конечными заказчиками обычно являются сотрудники небольших компаний, в штате которых нет специалистов, способных выполнить возникшую в ходе работы задачу, или отдельные индивиды, которым нужно реализовать единичный проект. Сотрудниками компаний, обращающихся к фрилансу, являются менеджеры или начальники отделов, перед которыми стоят конкретные задачи по выполнению проектов. Это редко бывают начальники отдела кадров или HR-менеджеры, как их сейчас принято называть.

### **Этап согласования условий работы и достижения договоренности**

По завершении предварительного этапа начинается этап согласования условий работы. По словам всех респондентов (как фрилансеров, так и работодателей), этот этап обязателен, поскольку первоначально заказчик, как правило, излагает лишь суть проекта, не вдаваясь в подробности.

Процесс согласования условий работы в подавляющем большинстве случаев осуществляется посредством переписки через Интернет, даже если заказчик вышел на фрилансера через знакомых. Для этого используются как почтовые, так и другие программы, позволяющие обмениваться быстрыми сообщениями. Личных встреч практически не происходит, поскольку это требует значительных затрат времени (особенно в Москве), но «не приносит дополнительных ощутимых результатов по сравнению с перепиской по Интернету, тем более если проект типичный и в нем нет ничего особенно выдающегося» [заказчик 3].

Если заказчик хорошо представляет себе то, что он хочет получить в конечном счете от исполнителя, и может сформулировать свои пожелания в техническом задании, то, по словам фрилансеров, это значительно облегчает процесс согласования и достижения договоренности. В таких случаях этот этап сводится к тому, что фрилансер просматривает техническое задание, в котором содержатся все требования, предъявляемые к проекту (сложность работы, сроки ее исполнения и оплата по предъявлению результатов), обсуждает с заказчиком неясные или спорные моменты, выставляет свою стоимость, пересмотренную с учетом техзадания, и определяет сроки<sup>19</sup>. Если эта цена и сроки устраивают клиента, т.е.

---

<sup>17</sup> «...посредники... – тот же фрилансер, у которого времени нет, он перекинул. Мало того, что он своими заказами загружен, так у него еще и канал связи с заказчиком нестабильный, он не может ему просто позвонить и спросить. С таким просто не очень удобно работать. Да и заказчику не очень удобно работать с посредниками. Хотя, он может точно так же не знать об этом» [Андрей, 29 лет].

<sup>18</sup> «Я крайне редко сталкивалась с конечным заказчиком, в основном приходится работать в несколькими веб-студиями, которые иногда подкидывают работу» [Татьяна, 32 года].

<sup>19</sup> «Я узнаю, что нужно сделать, конкретно. Я беру все задачи, которые он хочет для этого сайта, потом пересматриваю стоимость. Так происходит согласование. Он тоже говорит, устраивает это его или нет» [Андрей, 29 лет].

договоренность достигнута, то эта стадия считается завершённой. Начинается основной этап – непосредственная работа по реализации проекта.

Но, как показывает опыт опрошенных нами фрилансеров, поскольку заказчики обычно не являются специалистами в области компьютерных технологий, им достаточно сложно сформулировать все требования к заказу. В таких случаях исполнитель сначала пытается определить потребности клиента, а потом изложить их на бумаге в виде технического задания, которое является их общим документом<sup>20</sup>. За выполнение этой работы фрилансер также получает некую оговоренную сумму денег<sup>21</sup>.

Что касается *стоимости* и *сроков* выполнения проекта, то в тех случаях, когда заказчик затрудняется оценить сложность работы во временном и денежном выражении, то исполнитель сам определяет условия, на которых он готов работать, исходя из стандартных рыночных цен. При этом фрилансеры стараются не называть сумму первыми, потому что несведущий заказчик может предложить больше денег за проект<sup>22</sup>. Согласование сроков в большинстве случаев вызывает меньше сложностей: заказчик либо готов ждать столько, сколько потребуется фрилансеру для выполнения заказа (обычно сроки тоже стандартны), либо заплатить дополнительную сумму «за срочность».

Иными словами, на этапе согласования условий работы *фрилансер* всегда оказывается в *выигрышном положении* в отношении цены и сроков исполнения работы. Заказчик просто не может снизить стоимость работ, поскольку она складывается из нескольких параметров, связанных со сложностью проекта и ценами, установившимися на рынке фриланс-услуг<sup>23</sup>.

На этом же этапе обсуждаются и другие условия найма: *характер оформления трудовых отношений, способ и срок оплаты заказа по его завершении, а также необходимость предоставления промежуточных результатов работы*.

Если заказчик сотрудничает с *фрилансером, который самостоятельно выполняет проект*, то, как правило, они ограничиваются устной договоренностью. В этом случае основным механизмом поддержания их трудовых отношений является взаимное доверие. Однако нельзя сказать, что уровень этого персонализированного доверия очень высок, поскольку обе стороны прибегают к определенным профессиональным хитростям, позволяющим снизить риски. Например, фрилансеры, занимающиеся разработкой сайтов (веб-программированием), никогда не предоставляют исходный код, который позволяет модифицировать сайт, до оплаты работы заказчиком. Иначе говоря, действуют по принципу «утром деньги, вечером – стулья». Заказчики, в свою очередь, предпочитают производить оплату только после того, как получают окончательный вариант работы, и соглашаются на авансовый платеж, только если ранее уже сотрудничали с исполнителем.

---

<sup>20</sup> «Техническое задание – это документ, на основе которого ты можешь говорить: “Вот это я сделал, а о том, чего тут нет, вы меня не просили. И сейчас вы не имеете права этого требовать» [Михаил, 20 лет].

<sup>21</sup> «Если они еще ничего не написали, тогда я сам берусь за это за определенные деньги» [Роман, 24 года].

<sup>22</sup> «Иногда сумму называют они... Вообще тот, кто первый называет сумму, как бы сам виноват. Я стараюсь как можно дольше протянуть этот момент по названию суммы, потому что могут дать больше денег. Можно прицениться, сколько заказчик может заплатить. И потом, сумма у меня все равно составляется из ряда факторов. Это не какая-то абстрактная сумма. Есть некая себестоимость» [Роман, 24 года].

<sup>23</sup> «Даже если я хочу, чтобы мне сделали сайт, допустим, за 400 долларов, а фрилансера эта сумма не устраивает, он хочет больше, то все равно получается, как он сказал. ...Он говорит, сколько стоит конкретно каждый пункт того, что я хочу, и мне приходится соглашаться, потому что такие вот цены сейчас, с этим ничего не поделаешь, тем более, что заказывать в студии выйдет еще дороже» [заказчик 3].

Если же *фрилансеры* работают в коллективе, то они могут действовать от имени юридического лица. Естественно, такие отношения между заказчиком и исполнителем закрепляются стандартным юридическим договором об оказании услуг, а по окончании работы подписывается акт сдачи-приемки.

По словам одного фрилансера, исполнители практически никогда не отказываются формально закрепить свои трудовые отношения с работодателем, особенно если речь идет о сравнительно длительных проектах и больших суммах денег<sup>24</sup>. К тому же самим заказчикам иногда бывает выгодно формально устроить фрилансера на работу – например, если в роли заказчика выступает государственное учреждение. Но, как и в остальных случаях, фрилансер остается фрилансером, он так же не подчиняется какому-либо руководителю и работает не в офисе, а дома<sup>25</sup>.

Иначе говоря, далеко не всегда трудовые отношения между фрилансером и заказчиком имеют неформальный характер и подкрепляются лишь взаимным доверием сторон. Таким образом, наша гипотеза 4 частично подтверждается. Она оказывается верной, когда исполнитель работает самостоятельно, а не в коллективе, но в некоторых случаях подтверждается и в отношении коллектива фрилансеров.

*Форма оплаты* работы преимущественно зависит от характера оформления трудовых отношений заказчика и исполнителя. Если они закрепляются юридически, то оплата производится наличными через бухгалтерию (договор с физическим лицом) или по безналичному расчету (договор с юридическим лицом). Если же заказчик и исполнитель ограничиваются устной договоренностью, то оплата работы осуществляется любым удобным для них способом: наличными при личной встрече или с помощью курьера, электронными деньгами посредством специальных систем («Яндекс-деньги», «web money» и т.п.) или банковским переводом. Но как способ оплаты, так и ее сроки оговариваются заказчиком и фрилансером заранее, до начала основного этапа реализации проекта. Таким образом, можно проследить определенную взаимосвязь между характером оформления трудовых отношений, формой оплаты работы и тем, кто ее выполнял (рис. 1).

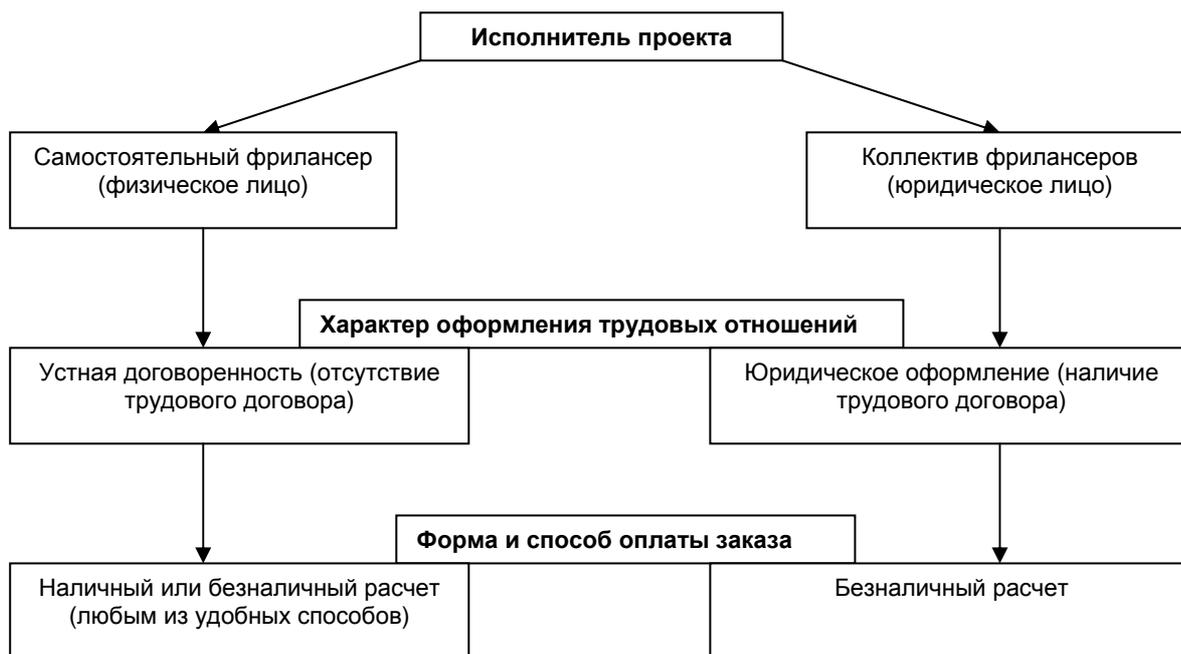
Итак, в отличие от традиционного устройства на работу, когда работодатель формулирует все требования к кандидату на предлагаемую должность и оговаривает условия найма (график работы, обязанности, заработная плата), а работник либо принимает их, либо продолжает искать другие варианты, наем фрилансера для выполнения конкретного проекта имеет принципиально иной характер. Заказчик, как правило, формулирует лишь суть проекта, который необходимо выполнить, заявляет примерный бюджет и сроки на его выполнение. А уже потом пытается выяснить у фрилансера, сколько может стоить работа подобной сложности. Процесс согласования охватывает различные стороны трудовых взаимоотношений: содержание работы, сроки, размер оплаты. Стороны имеют возможность торговаться друг с другом и нередко пользуются этой возможностью, но, как правило, в выигрыше оказывается фрилансер. Можно сказать, что фрилансер и заказчик его услуг в большей степени являются партнерами, чем работодатель и наемный работник.

---

<sup>24</sup> «Естественно, за 400 долларов или за 10 тысяч можно так договориться. Можно даже за 20 так договориться. Но если, допустим, я только своими финансами рискую, это одно. Даже если сумма идет порядка 10 тысяч долларов... Я, наверное, не буду вести не закрепленные подписями отношения с человеком, которого не знаю или которого порекомендовали через третьего-четвертого-пятого, если речь более чем о 40 тысячах» [Роман, 24 года].

<sup>25</sup> «...если это госучреждение, им иногда бывает выгодно нанять на работу. Т.е. у них есть какой-то бюджет, они нанимают человека, он физически там вообще ни разу не появляется или появляется только деньги забирать из бухгалтерии» [Алексей, 22 года]; «Бывает удобнее провести деньги безналичным расчетом, тогда мы все подписываем...» [заказчик 3].

Рисунок 1. Взаимосвязь между типом исполнителя работы, характером оформления его трудовых отношений с заказчиком и формой оплаты заказа



### Основной этап работы над проектом

На этапе непосредственной работы задача исполнителя сводится к тому, чтобы эффективно организовать рабочий процесс и удачно завершить работу в срок, а работодатель осуществляет контролирующую функцию.

Из интервью с респондентами выяснилось, что предпочтения фрилансеров относительно организации работы и трудового дня значительно разнятся по следующим параметрам: количество проектов, которые одновременно ведет фрилансер, постепенность/авральность выполнения работы, рабочее место и время суток, выделяемое для работы. В зависимости от того, предпочитает ли работник одновременно выполнять несколько проектов или только один, исполнять работу постепенно или в последний момент, работать дома или в каком-то другом месте, ночью или в течение дня, можно выделить 16 различных категорий фрилансеров по типу организации их трудовой деятельности (табл. 3). К сожалению, на основании качественных данных невозможно сказать, какие типы являются более распространенными.

Таблица 3. Категории фрилансеров в зависимости от особенностей организации их трудовой деятельности

| Категория | Количество проектов | Постепенность исполнения работы | Рабочее место | Время работы |
|-----------|---------------------|---------------------------------|---------------|--------------|
| 1.        | один                | постепенно                      | дома          | утро, день   |
| 2.        | один                | постепенно                      | дома          | ночь         |
| 3.        | один                | постепенно                      | вне дома      | утро, день   |
| 4.        | один                | постепенно                      | вне дома      | ночь         |
| ...       | ...                 | ...                             | ...           | ...          |
| 15.       | несколько           | в последний момент              | вне дома      | утро, день   |
| 16.       | несколько           | в последний момент              | вне дома      | ночь         |

Когда исполнитель работает над несколькими проектами одновременно (по словам респондентов, обычно они ведут параллельно 3-4 проекта) и понимает, что не успеваает все

завершить к назначенному сроку, ему приходится расставлять приоритеты между заказами. И хотя такие ситуации у наших респондентов случаются крайне редко, у них сложились определенные предпочтения. Первое, на что обращает внимание исполнитель при возникновении подобных ситуаций, – это *перспективность заказчика*<sup>26</sup>. Чуть реже фрилансер руководствуется *«принципом первого»*, т.е. в первую очередь выполняет тот заказ, который поступил раньше других. И реже всего, по результатам нашего исследования, приоритетность в очередности выполнения проектов зависит от *суммы денег*, полагающейся за работу<sup>27</sup>.

Но, несмотря на то, как, когда и где работает фрилансер, в процессе работы над проектом всегда возникает необходимость в *согласовании с заказчиком промежуточных вариантов*<sup>28</sup>. Причем не только заказчик желает увидеть наброски работы<sup>29</sup>, но и исполнитель старается предоставлять предварительные варианты, чтобы избежать возможных недоразумений по окончании работы<sup>30</sup>.

IT-фрилансеры, занимающиеся веб-программированием, обычно создают лишь один вариант проекта, куда вносят коррективы в зависимости от пожеланий заказчика. Дизайнеры же в силу специфики своей деятельности, как правило, рисуют последовательно два концептуально различных варианта макета, но не более. Затем заказчик выбирает тот дизайн, который понравился ему больше, дает свои замечания, и дальнейшая работа дизайнера продолжается только по одному из вариантов. Если вкусы и взгляды клиента и дизайнера принципиально расходятся, то либо работа над проектом оканчивается ничем, либо исполнитель рисует то, что *«скажет [заказчик], вплоть до “красного на зеленом” и “вот здесь вот два сердечка”»* [Татьяна, 32 года], и больше никогда с ним не сотрудничает.

Количество промежуточных согласований варьируется в зависимости от сложности проекта, сроков его выполнения и пожеланий работодателя, и может быть закреплено в техническом задании, которое составляется на этапе согласования условий работы. По словам одного из фрилансеров, на завершающей стадии работы над проектом обсуждение деталей заказа может идти каждый день. Как показало исследование, непреодолимо сложных проблем между заказчиком и исполнителем работы на этом этапе не возникает: обе стороны заинтересованы в плодотворном сотрудничестве и стараются разрешать все возникающие вопросы.

---

<sup>26</sup> «Если мне нужен этот заказчик... Например, за простой проект он платит хорошие деньги, и если завтра у него появится проект выше уровнем, деньги могут быть еще больше, и мне этот заказчик интересен, мне лучше ему сделать» [Александр, 24 года].

<sup>27</sup> «Мне, например, сейчас нужны деньги. Ну, кончились деньги, а есть-то надо что-нибудь, – нужно поскорей закончить, чтобы получить деньги, пойти в магазин, еды купить» [Петр, 22 года].

<sup>28</sup> «Сначала первое что-то прикидывается, примерное. Заказчик посмотрел: “Да, да, да. Что-то почти так. Давай посмотрим дальше”, – дальше работаешь или тут же какие-то вещи корректируем, и так далее. А потом уже получается какой-то конечный результат» [Александр, 25 лет].

<sup>29</sup> «Естественно, я обычно прошу показать мне, что получилось в процессе работы, когда она еще не закончена, иначе он может наделать такого, что я потом проблем не оберусь» [заказчик 1].

<sup>30</sup> «Промежуточные варианты все равно должны быть, а иначе ты рискуешь сделать вообще не то, и это выльется в то, что ты будешь потом переделывать» [Александр, 25 лет]; «Если мне что-то становится непонятно, то я обычно уточняю. Причем желательно это делать сразу, потому что сумма уже потом не оговаривается. Если ты дал согласие, значит ты уже все оценил, ты все знаешь – ты уже согласился, ничего не поделаешь» [Петр, 22 года].

### Этап сдачи и принятия проекта

Несмотря на то, что в процессе работы над проектом исполнитель несколько раз предоставляет заказчику промежуточные варианты и вносит коррективы в зависимости от пожеланий клиента, при сдаче проекта все равно возникает необходимость в его доработке. По словам одного из фрилансеров, «с первого раза практически никогда ничто не сдается, потому что исполнитель и заказчик видят по-разному все. ...Заказчик никогда не знает, чего он хочет. Он это понимает в самый последний момент, когда он уже увидел результат, и он понимает, что что-то не так, но при этом он все равно не понимает, что не так...».

В то же время таких ситуаций, когда заказчик полностью недоволен результатом работы, ни у одного из опрошенных нами фрилансеров не было. Им всегда удавалось решить спорные вопросы, касающиеся определенных деталей проекта, и завершить его успешно. В итоге спора выигрывает либо заказчик, если фрилансер по результатам работы предоставляет скидку или бонус в качестве бесплатной услуги, либо исполнитель, когда стоимость заказа увеличивается пропорционально возросшим желаниям клиента<sup>31</sup>.

Однажды наш фрилансер столкнулся с ситуацией, когда работодатель, чей заказ был практически завершен, не смог заплатить необходимую сумму. Как оказалось, и из такого положения фрилансеры находят выход достаточно легко, продавая свою несколько видоизмененную работу за полную стоимость другому клиенту. Аналогичным образом поступил и другой фрилансер, когда заказчика проекта уволили, а сотрудник, занявший его должность, отказался от фриланс-услуг. Иногда заказчики умышленно отказываются платить деньги после получения готового заказа и исчезают в Интернет-пространстве. Однако, по утверждениям фрилансеров, с такой проблемой в основном сталкиваются начинающие работники, которые еще не выработали стратегии защиты от ненадежных заказчиков. Иначе говоря, несмотря на определенный риск не получить оплату за выполненный проект, фрилансерам «со стажем» удается найти эффективное решение подобных проблем.

Что касается *сроков*, отведенных на выполнение работы, то они соблюдаются в большинстве случаев, но не всегда. Причем задержка может быть вызвана нерасторопностью как исполнителя, так и заказчика, который, к примеру, задержал комментарии к промежуточному варианту работы. Даже если в промедлении по срокам виноват исполнитель, заказчики не применяют штрафных санкций, поскольку, во-первых, они, как правило, закладывают на этот случай несколько дней, а во-вторых, опасаются проявления оппортунизма со стороны исполнителей.

После того, как работа над проектом окончена и принята заказчиком в соответствии со всеми пунктами технического задания, в среднем в течение недели производится оплата заказа (впрочем, иногда эта процедура может занять несколько месяцев<sup>32</sup>).

### Заключительный этап сотрудничества

Согласно нашей гипотезе 2, на заключительном этапе сотрудничества фрилансера и заказчика, когда работа над проектом уже завершена и оплачена, происходит обязательное

---

<sup>31</sup> «Если заказчик очень часто меняет свою точку зрения, стоимость работы в конечном счете может подняться. То есть готов был заплатить 300 долларов, цена может подняться до 500 долларов только потому, что он постоянно какие-то изменения вносит, – “давай вот здесь вот это добавим, вот здесь вот это добавим, а здесь вот полностью переделаем, потому что я передумал”. Тогда ты говоришь: “Слушай, мужик, мы можем это сделать, но это плюс 50 баксов”» [Александр, 24 года].

<sup>32</sup> «Чаще всего достаточно быстро платили, т.е. от нескольких дней до недели. Но бывает такое, что бухгалтерия денег должна выделить, директор должен бумажки подписать, и начинается канитель. Тебя-то это должно не очень волновать, но ты от этого страдаешь» [Андрей, 29 лет].

*взаимное предоставление отзывов по итогам совместной работы.* Это предположение было выдвинуто на основе анализа принципов функционирования специализированного сайта для поиска работы <http://www.free-lance.ru>, где есть раздел для отзывов фрилансеров о заказчиках и отзывов заказчиков об исполнителях их проектов. По результатам этих взаимных характеристик складывается подсчитываемый по особой методике рейтинг фрилансеров и заказчиков.

Но на практике оказалось, что как фрилансеры, так и работодатели далеко не всегда оставляют свои отзывы на подобных сайтах. Если они и оставляют свои комментарии с впечатлениями от сотрудничества, то они носят преимущественно негативный характер. Это объясняется несколькими причинами. Фрилансер старается избегать позитивных оценок клиента, поскольку иначе рискует потерять своего «хорошего» перспективного заказчика – он может уйти к другим, более дешевым исполнителям. Заказчик же просто не желает тратить свое время на написание отзывов, да и самих исполнителей нет острой необходимости в подобных отзывах<sup>33</sup>. Однако негативные отзывы на сайтах о работе, на форумах, посвященных общению фрилансеров, или других Интернет-ресурсах, очень важны для заказчика и фрилансера на этапе взаимного поиска и отбора.

Если же заказчик остался доволен результатами проделанной работы и сотрудничеством с конкретным исполнителем, то при возникновении новой задачи, он большинстве случаев обращается к этому же фрилансеру. Во-первых, таким образом он сокращает временные издержки на поиск подходящего исполнителя проекта, а во-вторых – снижает возможные риски, поскольку определенный уровень доверия между заказчиком и исполнителем уже сформировался<sup>34</sup>. Кроме того, одной из причин повторного обращения может стать лояльность (приверженность), возникающая в процессе взаимодействия сторон.

Иначе говоря, при взаимном удовлетворении результатами, трудовое взаимодействие нередко имеет продолжение, возникают длительные отношения делового сотрудничества – и наша гипотеза 5 полностью подтверждается. Причем, как утверждают фрилансеры, только при наличии определенного круга постоянных клиентов работник может рассчитывать на более или менее стабильный и высокий заработок, поэтому они так стремятся завязывать долгосрочные отношения с клиентами.

По мнению фрилансеров, заказчиков можно условно разделить на четыре типа:

1. *Идеальный заказчик* – это такой, который изначально знает, что он хочет увидеть в итоге работы, присылает конкретное, полностью детализированное техническое задание со всеми своими требованиями к проекту, быстро принимает и оплачивает работу, а через некоторое время обращается с новой, подобной задачей. Но такого рода работодателей, по словам фрилансеров, удастся найти крайне редко.
2. *Типичный заказчик* обращается к фрилансерам, еще не имея точного представления о том, что он хочет получить в итоге, но в процессе обсуждения деталей заказа легко соглашаются с мнением исполнителя. После получения готового проекта, они в среднем в течение недели производят оплату работы и обращаются с повторным предложением, если возникает такая необходимость.
3. *Проблемный заказчик* сам не знает, что он хочет видеть в готовом проекте, но и не собирается прислушиваться к мнению исполнителя. В процессе работы он часто меняет

---

<sup>33</sup> «Мало кто это проверяет. Мне достаточно разместить на сайте информацию о том, что я выполнял эту работу, добавить это в портфолио» [Алексей, 22 года].

<sup>34</sup> «Да, есть два человека, к которым я обращаюсь, когда мне что-то надо. Если они могут выполнить задание, я всегда обращаюсь к одному или другому. Зачем мне еще кого-то искать, проблем набираться? Здесь я знаю, что все будет нормально, пока никаких сложностей не было» [заказчик 4].

свою точку зрения, а по окончании проекта все время недоволен мелкими деталями, за счет чего пытается снизить стоимость работ.

4. *Ненадежный заказчик* после получения готового проекта оплачивает либо только некоторую часть от оговоренной ранее суммы, либо не платит вовсе и разрывает связь с исполнителем заказа, т.е. исчезает, не заплатив.

Итак, на завершающей стадии работы над проектом не происходит взаимного предоставления отзывов и рекомендаций, как мы предполагали. Но при взаимном удовлетворении совместной работой между фрилансером и заказчиком возникают более доверительные отношения, способствующие развитию дальнейшего делового сотрудничества.

## Заключение

Наше исследование показало, что трудовые взаимоотношения между IT-фрилансерами и заказчиками их услуг развиваются в соответствии с несколькими обязательными этапами. По окончании работы над заказом трудовые отношения либо прекращаются, если заказчик и фрилансер остаются неудовлетворенными совместной работой, либо имеют продолжение при появлении у заказчика новых задач. Отношения между конкретной парой фрилансер – работодатель могут быть краткосрочными и не выходить за рамки одного проекта или длительными, продолжаясь нескольких месяцев или лет.

Принципиальные отличия трудовых взаимоотношений между IT-фрилансерами и заказчиками их услуг от традиционных отношений работника и работодателя состоят в том, что сотрудничество, как правило, не закрепляется юридически и ограничивается устной договоренностью, базирующейся на взаимном доверии сторон. Уровень доверия зависит от наличия общих знакомых, а также предыдущего опыта работы с конкретным фрилансером и заказчиком.

В отличие от стандартизированной занятости, когда работодатель обеспечивает работника всеми условиями, материалами и техническими средствами, необходимыми для работы (рабочее место, компьютер, телефон и т.п.), при фрилансе работник самостоятельно оборудует свое рабочее место, и в этом отношении абсолютно независим от заказчика.

Весь процесс работы над проектом протекает опосредованно, с использованием коммуникационных технологий. Личные встречи между исполнителем работы и заказчиком его услуг – это исключение из существующего правила.

В силу специфики отношений и отсутствия институционализированных правил и норм обе стороны несут существенные риски. Начинающие фрилансеры нередко сталкиваются с проблемой полной или частичной неоплаты заказа. А заказчики, в свою очередь, рискуют не получить заказанный у фрилансера проект в оговоренные сроки либо получить некачественно выполненную работу. Однако как у фрилансеров, так у заказчиков сформировались механизмы защиты от подобных оппортунистических проявлений. Чем больше «стаж» фрилансера, тем меньше он сталкивается с проблемными ситуациями.

## ЛИТЕРАТУРА

- Бандюкова Т.С. Случайная занятость в России: численность, состав, мобильность. Препринт WP3/2004/05. М.: ГУ–ВШЭ, 2004.
- Бек У. Общество риска. На пути к другому модерну. М.: Прогресс-Традиция, 2000. Гл. VI. С. 202–230.
- Бехтель М. Будущее труда. Размышления, взгляды, перспективы. 2000. <http://embassy.debis.ru/ru/library/internationalones/arbeitszukunft>
- Вязникова В.В., Гареева И.М., Солдатов М.В. Разработка методики оценки лояльности потребителей // Отчет по практикуму. Кафедра экономической социологии ГУ–ВШЭ, 2007.

- Гимпельсон В.Е.* Временная или непостоянная занятость в России: данные, уровень, динамика, распространенность. Препринт WP3/2004/02 М.: ГУ–ВШЭ, 2004.
- Капелюшников Р.И.* Нестандартные формы занятости и безработицы в России. Препринт WP3/2004/06. М.: ГУ–ВШЭ, 2004.
- Кастельс М.* Информационная эпоха: экономика, общество и культура / Пер. под науч. ред. О.И. Шкаратана. М.: ГУ–ВШЭ, 2000.
- Малоун Т.У.* Труд в новом столетии. Как новые формы бизнеса влияют на организации, стиль управления и вашу жизнь. М.: Олимп-Бизнес, 2006.
- Мезенцева Е.Б.* Лекции по курсу «Социология труда и занятости». Факультет социологии ГУ–ВШЭ.
- Пинк Д.* Нация свободных агентов: как новые независимые работники меняют жизнь Америки. М.: Издательский дом «Секрет фирмы», 2006.
- Попов Ю.Н., Шевчук А.В.* Современная экономика и социология труда: Учеб. пособие. М.: Экон-Информ, 2003.
- Трудовой кодекс Российской Федерации. М.: Издательско-консультационная компания «Статус-Кво 97», 2002.
- Хэнди Ч.* Время безрассудства. Искусство управления в организации будущего. СПб.: Питер, 2001а.
- Хэнди Ч.* По ту сторону уверенности. О новом мире внутри и вокруг организаций. СПб.: Питер, 2001б.
- Castells M.* The Rise of the Network Society. L.: Blackwell Publishers, 1996.
- Castells M.* The Institutions of the New Economy // Keynote Address to the Virtual Society Conference. London, 2000. June 19.
- Considine P.* The Revenge of the Freelancer // Campaign. 2006. Oct 13. P. 24.
- Dex S., Willis J., Paterson R., Sheppard E.* Freelance Workers and Contract Uncertainty: the Effect of Contractual Changes in the Television Industry // Work Employment Society. 2000. Vol. 14. P. 283-296.
- Ertel M., Pech E., Ullsperger P., Knesebeck O., Siegrist J.* Adverse Psychosocial Working Conditions and Subjective Health in Freelance Media Workers // Work & Stress. 2005. Vol. 19. No. 3. P. 293-299.
- Fielden S.L., Tench R., Fawkes J.* Freelance Communications Workers in the UK: the Impact of Gender on Well-being // Corporate Communications: An International Journal. 2003. Vol. 8. No. 3. P.187-196.
- Flex Helps Freelance IT workers Go Full-time // Employee Benefits. L., 2005. Aug 3. P. 7.
- Gill R.* Cool, Creative and Egalitarian? Exploring Gender in Project-Based New Media Work in Europe // Information, Communication & Society. 2002. Vol. 5. No. 1. P. 70-89.
- Goodwin B.* Employment Government becomes UK's largest employer of freelance IT workers // Computer Weekly. 2006. Jan 17. P. 26.
- Granovetter M.* The Strength of Weak Ties // American Journal of Sociology. 1973. Vol. 78. P. 1360-1380.
- Handy C.* The Future of Work. A Guide to a Changing Society. Oxford: Basil Blackwell, 1984.
- Harvey F.* Electronic freelancing provides net gains: in an Increasingly service economy, the Internet facilitates international freelancing, at least for some industrial categories // Financial Times. 2001. March 7. P. 7.
- Heery E., Conley H., Delbridge R., Stewart P.* Beyond the Enterprise: Trade Union Representation of Freelances in the UK // Human Resource Management Journal. 2004. Vol.14. No. 2. P. 20-36.
- Jenero K.A., Menzel E.E.* New risks for employers: misclassified "Independent Contractors" may be entitled to costly employee benefits // Employee Relations Law Journal. 1997. Vol. 22. No. 4. P. 5-25.
- Jones C.* Careers in Project Networks: the Case of the Film Industry. Oxford: Oxford University Press, 1996.
- Kalleberg A.L.* Non Standard Employment Relations: Part-Time, Temporary and Contract Work // Annual Review of Sociology. 2000. № 26. P. 341-365.
- Malone T.W., Laubacher J.* The Dawn of the E-lance Economy // Harvard Business Review. 1998. Vol. 76. No. 5. P.144-153.
- McKay C.* Getting Started as a Freelance Translator.  
[http://www.project4hire.com/articles/getting\\_started\\_freelance\\_translator.html](http://www.project4hire.com/articles/getting_started_freelance_translator.html)
- Ouellette T.* FAQs: Freelance workers // Computerworld. 1998. Vol. 32. No. 5. Feb 2. P. 3.
- Pratt A.* New media, the new economy and new spaces // Geoforum. 2000. No. 31. P. 425-436.
- Rifkin J.* The End of Work. The Decline of the Global Labor Force and the Dawn of the Post-Market Era. N.Y.: G. P. Putnam's Sons, 1996.

- Simms M., Heery E., Farias C.* Contingent work in the public sector: a survey of fixed-term contract workers // Management Research News. 2001. No. 24.
- Stuart D.* Analysis: In balance – the freelance lifestyle // Conference & Incentive Travel. 2006. Oct 26. P. 19.
- Tench R., Fawkes J., Palihawadana D.* Freelancing: issues and trends for public relations practice // Journal of Communication Management. 2002. Vol. 6. No. 4. P. 145–154.
- Uzzi B., Barsness Z.I.* Contingent Employment in British Establishments: Organizational Determinants of the Use of Fix-Term Hires and Part-Time Workers // Social Forces. 1998. Vol. 76. No. 3. P. 967–1005.

Приложение 1

**Общая информация о фрилансерах, участвовавших в исследовании**

| <b>№</b> | <b>Имя</b> | <b>Возраст</b> | <b>Город</b> | <b>Способ выхода на фрилансера</b> | <b>Дополнительный статус</b>                     |
|----------|------------|----------------|--------------|------------------------------------|--------------------------------------------------|
| 1.       | Александр  | 25 лет         | Москва       | Сайт                               | Владелец бизнес-сайта                            |
| 2.       | Михаил     | 20 лет         | Зеленоград   | Социальная сеть                    | Студент                                          |
| 3.       | Роман      | 24 года        | Долгопрудный | Социальная сеть                    | Военнослужащий и управляющий группой фрилансеров |
| 4.       | Алексей    | 22 года        | Москва       | Сайт                               | Студент, сотрудник рекламного агентства          |
| 5.       | Татьяна    | 32 года        | Москва       | Сайт                               | Мать                                             |
| 6.       | Андрей     | 29 лет         | Москва       | Сайт                               | Руководитель Интернет-компании                   |
| 7.       | Владислав  | 23 года        | Москва       | Сайт                               | Сотрудник Интернет-компании                      |
| 8.       | Петр       | 22 года        | Москва       | Сайт                               | Студент                                          |

## ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ОБЗОРЫ

Е.А. Аникаева

# ОСНОВНЫЕ ПОДХОДЫ К ИССЛЕДОВАНИЮ ДЕНЕГ В СОЦИОЛОГИИ



**АНИКАЕВА**

Елена Алексеевна – аспирантка кафедры экономической социологии ГУ– ВШЭ.

Email: [Anikaeva.EA@vtb24.ru](mailto:Anikaeva.EA@vtb24.ru)

С развитием денежной цивилизации деньги стали неотъемлемым элементом жизни человека. И хотя они считаются центральным элементом современного общества, они по-прежнему остаются неисследованной социологической категорией. Р. Коллинз предположил, что деньгам не уделяется должного внимания, «как если бы они были не достаточно социологичны» [Collins 1979: 190]. Ежедневно мы используем их в качестве средства оплаты товаров или услуг, обмена, однако редко задумываемся о том, что же такое деньги. Задавая этот вопрос, не находим их четкого определения. На то, что деньги остаются наименее изученным предметом экономической социологии, указывали многие современные исследователи [Силласте 2005: 225]. Осознавая это, современная социологическая наука приходит к положению, что понимание общества, основанного на монетарной экономике, невозможно без анализа денег, укорененных в социальных системах. Это вызвало, с одной стороны, всплеск интереса к классикам экономической социологии, а с другой, – появление эмпирических социологических и социально-психологических исследований различных явлений, процессов, ценностей, так или иначе связанных с деньгами.

Пытаясь сформулировать характеристику денег, представители разных общественных дисциплин используют различные подходы не только к их определению, но и к вопросам социальной и эмоциональной ценности денег. В современной социологии можно отметить и тех, кто придерживается представления о деньгах как об абсолютно заменяемом средстве рыночного обмена<sup>1</sup>, а также тех, кто пытается раскрыть их множественность<sup>2</sup>. В данной статье я попытаюсь систематизировать основные подходы классиков и

---

<sup>1</sup> Например, Дж. Коулман в работе «Основы социальной теории», анализируя социальный обмен, рассматривает деньги как безличный общий знаменатель. То же прослеживается и в работах Э. Гидденса «Последствия современности» и Ю. Хабермаса «Теория коммуникативного действия». Если говорить об экономических теориях, то они в основном исходят из «безличности», «одинаковости» денег. Далтон указывал на унифицированность и обезличенность современных денег: «деньги, состоят главным образом из текущих счетов, являются безличными или анонимными» [Dalton 1967: 255–262].

<sup>2</sup> Фундаментальным трудом, характеризующим особенности аспекта множественности денег, можно считать работу В. Зелизер [Зелизер 2004]. Подобный подход встречается в работах западных социологов и социальных психологов, которые пытаются выявить типы социальных установок к деньгам.

современных исследователей к исследованию денег, сгруппировав точки зрения по направлениям анализа.

На наш взгляд, все подходы к исследованию денег можно условно разделить на два подхода. В рамках первого деньги рассматриваются как составной элемент системы товарно-денежных отношений. Акцент делается на функциональном характере денег, их однородности и унифицированности. Анализируя подобный взгляд на деньги, Н. Додд отмечал, что «идея о том, что современные деньги всеобщие и выполняют все возможные денежные функции, попросту неправильна. Не существует такой формы денег, которая выполняет все эти функции одновременно» [Dodd 1994: xvii-xviii]. Соответственно, второй подход объединяет работы исследователей, рассматривающих деньги как социальные отношения, вводя понятие «множественность денег». Рассмотрим указанные два направления более подробно.

### **Деньги как составной элемент системы товарно-денежных отношений**

Формирование понятия и объяснения природы денег в рамках данного подхода происходило еще в контексте классической политической экономики XIX в. В первую очередь, речь шла о функциональном характере денег, когда они определялись через выполняемые ими функции: меры стоимости; средства обмена; накопления стоимости. Деньги оценивались как расчетный эталон, действующий в качестве идеальной меры стоимости, к которой приравнивается стоимость обмениваемых товаров, позволяющая осуществлять товарообмен. Как отмечал Д. Рикардо «Продукты всегда покупаются за продукты или услуги; деньги служат только мерилем, при помощи которого совершается обмен» [Рикардо 1955: 240]. Благодаря ликвидности, правда, ограниченной<sup>3</sup>, они позволяют сохранять и преумножать накопленную стоимость.

Деньги в данном случае оцениваются как товар, выполняющий роль всеобщего эквивалента, форма, в которой выражают свою стоимость другие товары. Подобные исследования денег как составного элемента системы товарно-денежных отношений по мере ее исторического развития привели К. Маркса<sup>4</sup> к анализу выполняемых ими общественных функций, в которых деньги получили свое выражение. К перечисленным трем ранее функциям он добавил еще две – средство платежа и мировых денег, которые можно считать производными от упомянутых трех, и определив деньги как «всеобщую, установившуюся как нечто самостоятельное, стоимость всех вещей. Они поэтому лишили весь мир – как человеческий мир, так и природу – их собственной стоимости»<sup>5</sup>. Именно в деньги как в наиболее абстрактную форму, отчуждаются труд, вещи и люди, деньги становятся выражением потребности и самоцелью для людей – «деньги – всеобщий эквивалент товаров» [Маркс 1988: 100]. Выходя за рамки экономических отношений и представления о деньгах только как всеобщем эквиваленте товаров, он анализировал и социальные функции денег, денежные отношения как социальные явления. По отношению к социальному целому деньги выступают как особые общественные отношения, принимающие форму отчуждения<sup>6</sup>. Денежный фетишизм – наиболее ярко выраженная форма товарного фетишизма,

---

<sup>3</sup> В.В. Радаев отмечает, что «действие денег всегда ограничено – определенной территорией и кругом приобретаемых товаров, выполняемыми функциями и степенью ликвидности» [Радаев 2005: 375].

<sup>4</sup> «Форма денег есть лишь застывший на одном товаре отблеск отношений к нему всех остальных товаров» [Маркс 2001: 90].

<sup>5</sup> Маркс, Энгельс. Т. 1. С.410.

<sup>6</sup> Среди современных исследователей, рассматривающих вопрос денег и отчуждения можно отметить Н. Зарубину [Зарубина 2005].

посредством которой социальные отношения между людьми преобразуются в материальные отношения между вещами<sup>7</sup>.

Действительно, с позиции Маркса все может быть выражено в денежном выражении, однако важно обратить внимание и на то, как формируется ценность самих денег. Согласно подходу Маркса, их ценность детерминирована количеством социально необходимого рабочего времени, воплощенного в продукте, т.е. ценность денег измеряется стоимостью товаров производства. Аналогичную позицию можно встретить и в подходе Рикардо, утверждавшего, что ценность денег детерминирована рабочим временем, необходимым для производства<sup>8</sup>. Современный британский исследователь Дж. Ингэм критикует марксистскую теорию денег за установление связи между деньгами с предметами потребления через трудовую теорию ценности и игнорирование при этом понятия кредитных денег: ведь деньги составлены в соответствии с социальной характеристикой отношений кредита, а именно – «обещания оплаты» [подробнее см.: Ingham 1996, 1999, 2004a, 2006b].

Совершенно иначе, но так же через их функции, деньги рассматриваются в работе немецкого экономиста С. Гезелла «Теория свободной экономики», не оставляющего без внимания и социальные аспекты [Gesell 1929; Blanc 1988]. Он указывает на самодостаточность функций денег как средства обмена, говоря, что деньги не могут быть одновременно средством обмена и сбережения – стимулятором и тормозом товарообмена. Несколько позже подобную точку зрения предложил и Э. Ригель в своей денежной теории, указав на исторически сложившуюся цепочку: деньги выполняют функцию расширения обмена, являясь нейтральным агентом, чья единственная функция – облегчение обмена [Riegel 1936, 1941].

В отличие от К. Маркса, Г. Зиммель анализировал то, как деньги – квинтэссенция всего экономического – становятся универсальным посредником в мире современной культуры, особой формой культуры. Деньги – формальный, т.е. предельно общий, посредник любых ценностных отношений в обществе, средство измерения значимых ценностей – «целевое значение [такого явления как деньги] заключено не в нем самом, но в его переводе в другие ценности» [Зиммель 1999: 311–312]. Деньги, оставаясь чистой формой экономических отношений, являются и социальной ценностью. Функциональный анализ Зиммелем сущности денег – одна из центральных тем его работы. Как отметил Н. Додд: «“Философия денег” Зиммеля – действительно, не о деньгах, а скорее о том, как деньги выражают сущность современной жизни» [Dodd 1994: 175]. Современная денежная культура все меньше значения придает вещам и людям, все больше – деньгам; вещи начинают цениться в зависимости не от их собственных свойств, а от их денежной стоимости, а люди – по величине их богатства.

Подобной точки зрения (деньги рассматриваются как элемент, отражающий сущность любого элемента жизни общества, сведенного к денежному выражению) придерживался и Ю. Хабермас, изучая превращение социальных отношений в инструментальную рациональность<sup>9</sup>. Ф. Хайек также акцентировал внимание на том, что деньги – самый абстрактный из всех экономических институтов, через который опосредуются самые общие, косвенные, отдаленные и чувственно не воспринимаемые последствия индивидуальных

---

<sup>7</sup> Маркс описывал деньги как уравниватель, вторгающийся во все области социальной жизни, который сводит все качественные различия к абстрактному количеству: «Как наивысший объективатор – “бог среди товаров” – деньги не только стирают всякие субъективные связи между предметами и индивидами, но и сводят личные взаимоотношения к “денежным отношениям”» [Маркс, Энгельс. Соч. Т. 46. С. 166].

<sup>8</sup> Подробнее о подходе Маркса, сторонниках и противниках его теории в части анализа денег см.: [Somerville 1933].

<sup>9</sup> «Деньги – это средство, при помощи которого экономическая система “колонирует” мир монотонной социальной жизни, систематически и необузданно подрывая “область действия, зависящую от социальной интеграции”» [Habermas 1989: 327].

действий. С их помощью осуществляется замещение конкретно и чувственно воспринимаемого абстрактными понятиями, в которых сформулированы правила, направляющие экономическую деятельность. Деньги приводят к общему знаменателю, соизмеряют в процессе социально-экономического обмена множество шкал индивидуальных ценностей отдельных людей и делают возможным их взаимодействие, связанное, прежде всего, с переводом ценностей, «ранжированных по индивидуальным шкалам», в универсальные и всем понятные ценовые масштабы, выраженные в деньгах. Об универсальности денег, изучении их как платежного средства говорил и Дж. Хикс [Хикс 1993]. Отмечая окончание их зародышевой стадии как потребительского блага длительного пользования, он утверждал, что они превратились в истинные деньги, которые являются ничем иным, как самым совершенным видом ценных бумаг.

По словам Зиммеля, деньги как прообраз инструментального, калькулятивного подхода, воплощают средства как таковые. Они также символизируют собой то, что Зиммель считал главной тенденцией современной жизни – сведение качества к количеству, которое достигает своей наивысшей и абсолютно идеальной репрезентации в деньгах. Деньги представляют собой абсолютно бескачественную вещь, качество денег – в их количестве. Деньги заменяют любую ценность и являются конкретным образом всех вещей; можно сказать, что деньги воплощают в себе ту сторону вещей, которая делает их экономическими объектами. Только деньги, утверждал Зиммель, «свободны от каких бы то ни было качеств, и определяются исключительно количеством» [Simmel 1990: 279]. Они позволяют все без исключения качественные различия между товарами конвертировать в арифметически просчитываемую систему. Данный подход к определению денег позволил ему рассматривать деньги как совершенное средство современного хозяйственного обмена. Свободные от субъективных ограничений, безразличные к определенным интересам, причинам или отношениям, ликвидность и делимость денег бесконечны. Сама сущность денег, заявлял Зиммель, заключалась в их равнозначности, внутренней однородности, которая позволяет обменивать одну единицу на другую. Деньги, таким образом, служили подходящим нейтральным посредником рационального безличного рынка, «выражающим хозяйственные отношения между объектами ... в абстрактных количественных величинах, не вступая в сами эти отношения» [Там же: 125]. В отличие от Маркса, для Зиммеля деньги являются не только обезличивающей силой, но и освобождающей, предоставляющей индивидам свободу выбора условий и партнеров хозяйственного обмена. Деньги – не только чистые формы ценностного обмена, но и чистые формы социальности, появление которых возможно только при условии значительной функциональной и структурной дифференцированности общества. Характер денежной системы указывает на степень автономности отдельных социальных и культурных институтов, их функциональной специализации и взаимосвязи, а соответственно, является косвенным признанием свободы индивида, его независимости от каждого из них – церкви, общины, государства и т.п. Помимо этого, деньги освобождают индивида от членства в ограниченной общности. Разорвав свойственные традиционным укладам личные связи, деньги предоставили каждому индивиду свободу выбора условий хозяйственного обмена. Посредством денег человек освобождается «от зависимости от вещей – он может все купить или продать; от зависимости от личностей – он может менять поставщиков; от зависимости от собственности – обладание деньгами никак не связывает его бытие. Деньги выступают величайшим средством не только свободы, но и равенства – все равны в использовании денег, любой человек может обладать ими и распоряжаться по своему усмотрению. Но, получая эти преимущества, денежный мир постепенно захватывает в оборот и личные ценности человека, он сам становится объектом купли-продажи, опускаясь до уровня простого посредника денег» [цит. по: Веселов 1995: 71].

Аналогичные суждения относительно вопроса денег и свободы встречаются и в работах Т. Парсонса. Он описывает четыре степени свободы, которые дают деньги тем, кто ими владеет: свобода в выборе того, что планируется приобрести; свобода в выборе продавца;

свобода в выборе времени покупки; свобода в том, чтобы принять или отказаться от условий, связанных с покупкой.

Если следовать предложенному разделению на два подхода к определению денег, то позиция М. Вебера оказывается неоднозначной. С одной стороны, его рассуждения о монетаризации – увеличения доли товаров и услуг, покупаемых и продаваемых за деньги, экспансии рынка, проникавшего во все социальные пространства посредством денег, – дополнялись определением денег как наиболее абстрактного и безличного элемента человеческой жизни [Вебер 1994: 14]. Основная функция денег в данном случае – служить установленным платежным средством и всеобщим средством обмена<sup>10</sup>. В первую очередь речь идет о том, чтобы «осуществлять возможность расчета, устанавливать общий знаменатель, к которому могут быть отнесены все блага... Только этим была дана первая предпосылка для рационального расчета в хозяйственной деятельности, стал мыслим торговый расчет». С другой стороны, Вебер полагал, что деньги играют не только формальную роль, следовательно, их необходимо рассматривать не только в качестве предмета экономической теории. Поэтому, говоря о денежной экономике, он анализировал в том числе и ситуации, когда деньги используются не только как средство обмена, но и в целях социального престижа. Деньги, по его словам, – «это такое средство уплаты, которое вместе с тем является и средством обмена в определенном кругу людей» [Вебер 2001: 11]. Кроме того, Вебер попытался показать, как религия оказала решающее воздействие, независимое от экономических интересов, на рационализацию хозяйственной и социальной жизни. Вебер идет путем, противоположным Зиммелю: первый полагает, что ценности общества полностью определяют отношение к деньгам, а второй считает современную культуру, в том числе и сложившуюся систему ценностей, следствием господства денег.

Т. Парсонс, хотя и называет деньги обобщенным символическим посредником социального взаимодействия (наряду с политической властью, влиянием и ценностными обязательствами), ограничивает их символизм экономической сферой. С его точки зрения, деньги – это обобщенный механизм, управляющий размещением ресурсов, это одновременно и мера стоимости, и средство обмена<sup>11</sup>. Деньгам свойственно обретать ценность в обмене, а не в прямом их материальном использовании. Анализируя подход Парсонса, Х. Гансманн замечает: «Деньги символизируют ценность, не имея ценности» [Ganßmann 1988: 292]. Аналогично, Н. Луман и Ю. Хабермас также полагали, что деньги не имеют ценности, это не предмет потребления, товар или фактор производства, они символизируют ценность количества, но как средство они не обладают внутренней ценностью.

Деньги представляют собой институционализированную совокупность форм и правил, посредством которых выражаются намерения, а также создаются и принимаются обязательства. В социальной системе они выполняют интегрирующие функции: денежные

---

<sup>10</sup> «С исторической точки зрения, первая функция предоставленного властью платежного средства является более древней. В этой стадии деньги не являются орудием обмена; такое свойство возможно потому, что и система хозяйства без обмена знает отношения или услуги между отдельными хозяйствами, не основывающиеся на обмене, но все же требующие наличия платежных средств: таковы дани, подарки вождю, выкуп за жену, приданое, вира, пени, штрафы, т.е. взносы, производимые установленными платежными средствами» [Вебер 2001: 223].

<sup>11</sup> «В качестве меры стоимости... они являются общим экономическим знаменателем множества товаров и услуг, рассматриваемых и как продукты, и как факторы производства: они, таким образом, используются далее в качестве стандарта для экономически рационального размещения ресурсов. ...В качестве опосредующего звена обмена деньги могут функционировать одним из двух основных способов – как средство или как вознаграждение. Как средство они являются обобщенной способностью распоряжаться более конкретными средствами; в качестве вознаграждения они представляют собой обобщенную меру ценности исполнения или множества исполнений, также средство передачи некоей ценности [Парсонс 2002: 639–640].

стандарты (т.е. значения денежной единицы) дают возможность сравнивать различные товары, способствуя тем самым их более или менее рациональному распределению между разными претендентами. Сущность денег как социального феномена заключается в осуществлении ими функций механизма коммуникации, подобно прочим формам коммуникации. Кроме того, они могут способствовать повышению творческого уровня и расширению диапазона деятельности, совершающейся в социальных системах<sup>12</sup>.

Завершая анализ первого подхода к исследованию денег, выделим основные тенденции. Во-первых, деньги становятся все более однородными. Происходит унификация их предметных форм. Число денежных единиц имеет тенденцию к сокращению. Это касается и сокращения зон действия денежных суррогатов, и слияния разных национальных валют. Деньги становятся все более универсальными и взаимозаменяемыми, свободно конвертируясь друг в друга. Кроме того, деньги демонстрируют все возрастающую нейтральность к социальным различиям и все менее обременяются функциями ритуального и социального контроля.

Во-вторых, деньги делают все более однородным окружающий мир. Они превратились во внекачественную субстанцию и всеобщего уравнивателя<sup>13</sup>, побуждающих людей вести себя предсказуемым образом, универсального посредника и чистую символизацию обмена, воплощение абстрактной покупательной способности и абсолютно деперсонифицированную силу, которая способствует превращению социальных отношений в просчитываемые инструментальные связи, а всего мира, словами Зиммеля, – в «арифметическую задачу»<sup>14</sup>. Наряду с законом и интеллектом деньги становятся мощным средством рационализации не только хозяйственной, но и всей социальной жизни. Они устанавливают огромную власть внешних фетишизированных форм над вещным и духовным миром, превращая его в царство калькуляции.

Как следствие подобного подхода к деньгам, сложившегося под влиянием классической политической экономии и неоклассической экономической теории, современные деньги как социальное отношение долго находились вне сферы серьезного социологического анализа. И хотя в настоящее время все большую распространенность получает второй выделенный нами подход (деньги как социальное отношение), и в современной экономической социологии сохранились отголоски первого подхода. Например, Р. Рэй критикует позицию Ингэма, утверждая, что «современные деньги – исключительно государственные деньги, и долги государственных центральных банков приобретают статус денежной валюты или денежной основы из-за принудительной власти государства и в особенности его способности наложить налоги на население в собственной валюте» [Wray 1998]. Несколько иначе обосновывал свою позицию Дж. Коулман: даже выстроив чрезвычайно сложную теорию социального обмена, он все же продолжает трактовать деньги как наиболее безличный общий знаменатель [Coleman 1990: 119–131].

---

<sup>12</sup> «Через процесс кредитования и инвестирования деньги могут быть одним из первостепенных инструментов повышения уровня производства, равно как и совершенствования обмена в системе разделения труда. ...фундаментальное свойство денег, т.е. их способность через механизм кредита повышать производительность экономики» [Парсонс 1998: 45].

<sup>13</sup> «Подобно тому, как в деньгах стираются все качественные различия товаров, они, в свою очередь, как радикальный уравниватель, стирают всяческие различия» [Маркс 2001: 126].

<sup>14</sup> Зиммель пишет о том, что деньги представляют собой «чистое взаимодействие в его наичистейшей форме». Они обращают мир в «огромную арифметическую проблему», а качественные различия вещей – в «систему цифр»: «Денежное хозяйство вызывает необходимость постоянных математических операций в нашей повседневной жизни. Жизнь множества людей оказывается поглощена практиками оценивания, взвешивания, расчета и сведения качественных ценностей к количественным» [Simmel 1990: 441–443].

## Деньги как социальные отношения. Понятие множественности денег

Признавая наличие указанных тенденций к унификации и универсализации денег, можно отметить и противоположные – возникновение новых денежных единиц, пронизанных культурными, социальными и властными отношениями<sup>15</sup>. Данный подход строится на социологической модели множественности денег. Речь идет об альтернативе подходам, которые рассматривают современные деньги как единое рационализирующее средство.

Первые попытки выйти взглянуть на деньги подобным образом, т.е. показать не только их функциональную значимость в обществе как средства обмена, платежа, накопления сбережений и т.п., были сделаны Й. Шумпетером. По его мнению, в условиях капитализма деньги превращаются в «инструмент рациональной калькуляции прибыли и издержек», в средство расчета, применение которого вышло за рамки хозяйственной сферы: «эта логика, метод или установка начинает распространяться дальше, подчиняя себе или рационализируя орудия труда человека и его представления, приемы врачевания, картину мироздания, взгляды на жизнь – рационализируя все, включая его идеалы красоты, справедливости и духовные запросы». Предполагая тем самым, что капитализм привел не только к «утилитаризму и массовому разрушению высоких смыслов», но и породил сферу, отличную от рациональной сферы экономического поведения, где деньги в культурном плане вовсе не лишены содержания [Шумпетер 1995: 173–174].

Предпосылкой подобной позиции могут служить подходы к деньгам в традиционных обществах, когда различным типам денег зачастую приписывалось особые качества и особая ценность, не зависящая от их количества. Так, например, на одни деньги можно было купить еду, на другие – жену, третьи можно было подарить на свадьбу, четвертыми – откупиться за нанесенное оскорбление. К. Поланьи называл это «целевыми деньгами» [Поланьи 2004: 101], М. Дуглас – «первобытной купонной системой» [Douglas 1967: 119–145], а Вебер указывал на существование денег, которые могли использоваться только женщинами или только мужчинами, а также являлись исключительным правом определенного сословия<sup>16</sup>. Изучая историю денег в докапиталистическую эпоху, Вебер<sup>17</sup> отмечал существование множественности денег в зависимости от целей их использования, – позднее эту мысль разовьет В. Зелизер.

---

<sup>15</sup> «Деньги – это не просто нейтральный и чистый посредник в обмене продуктов и услуг, как это представляется классикам и неоклассикам экономической теории. Они обладают культурными и символическими связями, порожденными их использованием в качестве формы богатства и их бытием в качестве основы власти, их концептуализацией в отношении к проблемам свободы, счастья и добродетели, сохранением ими позиций как основы доверия и, наконец, их существованием как таковым» [Dodd 1994: 13].

<sup>16</sup> Деньги являются «постоянным имуществом с сословным характером. ...Этот сословный или групповой характер денег находит выражение в следующих фактах: на первобытных ступенях развития деньги дифференцированы, смотря по полу обладателя, так женщина не может владеть тем же денежным благом, как мужчина; так например, владение определенными арагонитными камнями предоставлено мужчинам, между тем как жемчужные раковины являются исключительно деньгами женщин и даются им в приданое. Далее встречается сословное разделение денежного имущества на деньги, употребляемые вождем, с одной стороны, и обыкновенными членами племени, с другой. Только племенной вождь имеет право приобретать раковины определенной величины, владеть ими и расходовать их в случае войны и в виде подарка [Вебер 2001: 224].

<sup>17</sup> «На этой ступени развития нечего искать денег единого образца в нынешнем смысле; в каждой отдельной области хозяйства различным видам услуг соответствуют определенные виды предметов или благ, которым присваиваются платежные функции; вследствие этого, специфические, но разнородные деньги самостоятельно существуют друг возле друга. Например, нигде и никогда нельзя было купить жену в обмен на раковины, но всегда только в обмен на скот, между тем как при мелких оборотах брались и раковины...» [Вебер 2001: 223].

В. Зелизер предлагает особый взгляд на множественность денег и проблемы их целевого использования, радикально противостоящий сложившимся экономическим и социологическим взглядам на природу современных денег: «деньги, используемые для рациональных инструментальных актов обмена, не свободны от социальных ограничений. ...это лишь особый тип социально формируемых денег, который подвергается воздействию соответствующих сетей социальных отношений и своего собственного набора ценностей и норм» [Зелизер 2004: 416–417]. Таким образом, функционирование денег не сводится к совокупности обменных операций. Оно предполагает установление устойчивого взаимодействия между людьми, наличие социальных сетей, отношений. Данный подход основывается на том, что деньги не только отражают стоимость товаров, но и выражают социальные отношения (Дж. Ингхэм<sup>18</sup>; К. Харт<sup>19</sup>; Н. Додд<sup>20</sup>; Дж. Смифин; А. Лишон, Н. Трифт; Дж. Андэрсон<sup>21</sup>). Это предполагает наличие экономических и властных структур, а также отношений обмена и социальных сетей. Социальные сети при этом служат каналами распространения информации, накопления взаимных обязательств и социального капитала, формирования социальных установок к деньгам. А внешние социальные условия определяют внутренние, сущностные черты денег как социального отношения. Важно отметить, что деньги не просто воплощают в себе социальные отношения, они сформированы ими<sup>22</sup> и в то же время дифференцируют и сами социальные отношения<sup>23</sup>.

По мнению Дж. Смифина, изучение денег как социального отношения предполагает анализ трех их взаимосвязанных значений. Во-первых, деньги являются социальным институтом, произведенным нерыночными действиями, который не подчиняется экономическим законам производства, обмена и потребления. Во-вторых, денежный обмен включает социальные отношения и качественно отличается от чистого обмена или бартера, рассматриваемых в экономической теории. Идея о том, что деньги включают требования и обязательства, подводит к тому факту, что они созданы социальными отношениями и вне них не могут быть полностью осознаны. По мнению ряда авторов, деньги в данном случае следует рассматривать как кредит, являющийся социальным отношением<sup>24</sup>. Бартерный обмен предметами потребления, сколь бы комплексным он ни был, по существу является двусторонним, а денежные отношения – трехсторонними. Транзакции агентов сами по себе не могут производить универсально приемлемые / допустимые деньги. Денежно-кредитный

---

<sup>18</sup> «Деньги – социальны... они имеют социальную и культурную значимость. Деньги сами по себе являются самостоятельными социальными отношениями; то есть деньги – «требование» или «кредит», которые составлены социальными отношениями и которые существуют независимо от процесса производства и обмена предметами потребления». Таким образом, Дж. Ингхэм определяет деньги как социальные отношения кредита, социально укорененные долговые отношения [Ingham 1996: 507–529].

<sup>19</sup> [Hart 1986: 637–652].

<sup>20</sup> По мнению Н. Додда, существование социальных сетей является значимым признаком денежного обращения. Чтобы понять специфику денег, нужно обратиться к анализу обмениваемых предметов или отношений обмена как таковых: «Деньги служат мостом между транзакциями, осуществляемыми на различных территориях, в различные временные рамки, дистанции, которые связаны монетарными социальными сетями, развивающимися и по настоящий день» [Dodd 1994: x].

<sup>21</sup> [Smithin 1999: 21–33; Leyshon, Thrift 1997; Anderson 1934: 269–270].

<sup>22</sup> «Деньги – социально сконструированная категория, созданная социальными отношениями между денежными и другими экономическими агентствами в обществе. ...деньги – это социальные отношения» [Ingham 1999: 1]. Аналогично высказывался и Дж. Смифин: «деньги созданы социальными отношениями» [Smithin 1999: 33].

<sup>23</sup> «Мы используем различные формы оплаты, чтобы дифференцировать различные социальные отношения. ... Вы не даете чаевые вашей жене; вы не даете в подарок денег полицейскому, потому что это можно было бы назвать взяткой» [Money's worth 1998].

<sup>24</sup> [Schumpeter 1994: 320–321]; Хикс, чей подход освещается в работе [Smithin 1999: 25].

обмен, в отличие от обмена, в основном вовлекает третью часть – администрацию / власть, которая может законно производить деньги. Фундаментальная ошибка ортодоксальной экономики – относить денежный обмен к общей категории чистого двухэлементного обмена. В-третьих, в современном капитализме деньги не подразумевают ничего большего, чем символ и значимое государственное или банковское обещание оплаты.

Карл Полаanyi и его последователи рассматривают современные деньги как универсальные, уделяя некоторое внимание особенностям обращения товарного эквивалента в примитивных обществах, а также функциям денег – меры стоимости, средства платежа и средства обмена. В то же время они указывают на существовавшую дифференциацию примитивных денег по их целевому предназначению. Такие целевые деньги, с его точки зрения, представляют собой деньги, предназначенные для специальных обменных операций. Современные же деньги, в отличие от примитивных, образуют систему символов наподобие языка и письма. Х. Кодере, анализирувавшая взгляды Полаanyi на деньги как на символ, подчеркивала: «Мы забываем, что это количество денег является абстрактным количеством их символической сущности» [Codere 1968: 559; о деньгах как символической ценности см. также: Lea, Webley 1981]. С ее точки зрения, весь денежно наполненный мир имеет физическую форму (слитки золота, монеты и т.п.); но независимо от нее это символ, обладающий множественной сущностью. Аналогия между языком (когда слово рассматривается как лингвистический символ) и деньгами (символически генерализованное средство обмена) интересовала и других классиков: Ю. Хабермаса и Н. Лумана [подробнее см. Ganßmann 1988: 285–316].

Данный подход, в отличие от первого, характеризуется дистанцированностью от конвенционального представления о деньгах как о чем-то однородном и универсальном; предлагается концепция множественности денег, которая, по мнению В.В. Радаева, «включает как множественность самих денежных единиц, так и множественность способов их использования» [Радаев 2005: 385]. При этом множественность денежных единиц, согласно В. Зелизер, включает три процесса: выпуск различных денежных единиц<sup>25</sup>; использование денежных суррогатов денег и целевое распределение денег. Однако понятие множественности не должно ограничиваться только этими процессами, в анализ следует включать и многообразие социальных установок к деньгам. В определенном смысле «многомерность денег» [Moroney 1972: 335] и физическая множественность форм денежных единиц – бумажные купюры, монеты, облигации, акции, векселя и т.п., являются причиной формирования разнообразных социальных установок к деньгам, обуславливают различия в стратегиях финансового поведения. Это связано не только с тем, что люди производят разные денежные средства для разных типов социального взаимодействия, что было отмечено многими авторами<sup>26</sup>, но и с существованием множественности социальных установок к деньгам, которые взаимосвязаны с финансовым поведением.

\* \* \*

В заключение отметим, что оба представленных подхода справедливы. С одной стороны, деньги можно рассматривать как унифицированный, однородный и безличный элемент экономического обмена. В этом случае они нейтральны к социальным различиям и

---

<sup>25</sup> На то, что деньги по природе своей имеют множественное значение, указывали многие авторы [см., например: Sing 1998: 298; Wernimont, Fitzpatrick 1972: 218–226; Wiseman 1974: 35].

<sup>26</sup> Например, «на “кровавые” деньги (деньги, полученные за убийство) не покупают те же вещи, что и на деньги, полученные в качестве приданого» [Wiseman 1974: 5–12]. А, по наблюдениям У. Томаса и Ф. Знанецкого, для польского крестьянина сумма, полученная от продажи коровы является качественно иной, нежели сумма, полученная в качестве приданого, и обе отличаются от сумм, заработанных на стороне. Эти деньги крестьяне хранили порознь и использовали по-разному [Thomas, Znaniecki 1927: 164–169].

деперсонализируются. А с другой стороны, их можно анализировать как многогранный элемент, изучать множественность форм их проявления и способов использования. При этом первый подход может служить лишь неким вектором анализа, поскольку абсолютной деперсонализации отношений, утери социальной значимости денег быть не может. Деньги нельзя вырвать из социальной жизни, они укоренены в социальных отношениях, согласно второму подходу они суть социальное явление. Выбор подхода к анализу денег зависит от задач исследования. Например, если говорить об эмпирическом исследовании финансового поведения, то второй подход окажется более плодотворным, поскольку в противном случае – следуя первому подходу и рассматривая деньги как универсальный механизм – мы, скорее всего, придем к одинаковому пониманию их функций, а это не так. Избрав второй подход, мы сможем проанализировать различные формы отношения к деньгам, социальные установки в отношении денег. Интересно будет в дальнейшем проследить наличие связи между ними и стратегиями финансового поведения.

## ЛИТЕРАТУРА

- Вебер М. Избранное. Образ общества. М.: Юрист, 1994.
- Вебер М. История хозяйства. Город / Пер. с нем.; Под ред. И. Гревса; Коммент. Н. Саркитова, Г. Кучкова. М.: КАНОН-ПРЕСС-Ц, Кучково поле, 2001.
- Вебер М. История хозяйства. Город / Пер. с нем.; Под ред. И. Гревса; Коммент. Н. Саркитова, Г. Кучкова. М.: КАНОН-ПРЕСС-Ц, Кучково поле, 2001.
- Веселов Ю.В. Экономическая социология: История идей. СПб.: Изд-во СПб ун-та, 1995.
- Зарубина Н.Н. Деньги как социокультурный феномен: пределы функциональности // Социологические исследования. 2005. №7. С.13–21. <http://ecsocman.edu.ru/socis>
- Зелизер В. Социальное значение денег: деньги на булавки, чеки, пособия по бедности и другие денежные единицы / Пер. с англ. А.В. Смирнова, М.С. Добряковой под науч. ред. В.В. Радаева. М.: Дом интеллектуальной книги; Издательский дом ГУ–ВШЭ, 2004.
- Зиммель Г. Философия денег // Теория общества. Сборник / Пер. с нем., англ. под ред. А.Ф. Филиппова. М.: КАНОН-ПРЕСС-Ц, Кучково поле, 1999.
- Маркс К. Капитал. Т. 1. М.: Центр социальной экспертизы, 2001.
- Маркс К. Капитал. Критика политической экономии. Т. I. Кн. I. Процесс производства капитала. М.: Политиздат, 1988.
- Маркс К., Энгельс Ф. Соч. 2-е изд. Т. 1.
- Маркс К., Энгельс Ф. Соч. Т. 46.
- Парсонс Т. О социальных системах / Под ред. В.Ф. Чесноковой, С.А. Белановского. М.: Академический проект, 2002.
- Парсонс Т. Система современных обществ / Пер. с англ. Л.А. Седова, А.Д. Ковалева. М.: Аспект Пресс, 1998.
- Поланьи К. Экономика как институционально оформленный процесс // Западная экономическая социология: Хрестоматия современной классики / Сост. и науч. ред. В.В. Радаев; пер. М.С. Добряковой и др. М.: РОССПЭН, 2004.
- Радаев В.В. Экономическая социология: учеб. пособие для вузов. М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2005.
- Рикардо Д. Соч. Т. 1. Начала политической экономии и налогового обложения. М., 1955.
- Силласте Г.Г. Экономическая социология: Учебное пособие. М.: Гардарики, 2005.
- Хикс Дж. Стоимость и капитал. М.: Прогресс; Универс, 1993.
- Шумпетер Й.А. Капитализм, социализм и демократия. М.: Экономика, 1995.
- Anderson J. Review of the «Parents, Children, and Money: Learning to Spend, Save and Earn» // American Journal of Sociology. 1934. Vol. 40. No. 2. P. 269–270.
- Blanc J. Free money for social progress: theory and practice of Gesell's accelerated money // American Journal of Economics and Sociology. 1998. Vol. 15. No. 4. P. 469–483.
- Codere H. Money-exchange systems and a theory of money // Man. 1968. Vol.3. No. 4. P. 557–577.
- Coleman J. Foundations of Social Theory. Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 1990.

- Collins R.* Review of the *Bankers*, by Martin Mayer // *American Journal of Sociology*. 1979. Vol. 85. No. 1. P.190–194.
- Dalton G.* *Tribal and Peasant Economies: readings in economic anthropology*. N.Y.: Garden City, 1967.
- Dodd N.* *The Sociology of Money: Economics, Reason and Contemporary Society*. Cambridge: Polity Press, 1994.
- Douglas M.* *Primitive Rationing // Themes in Economic Anthropology / Ed. by R. Firth*. L.: Tavistock, 1967. P.119–145.
- Ganßmann H.* Money – a symbolically generalized medium of communication? On the concept of money in recent sociology // *Economy and Society*. 1988. Vol. 17. No. 3. P.285–315.
- Gesell S.* *The Natural Economic Order*. San Antonio, Texas: Free-Economic Publishing Co., 1929.
- Habermas J.* *The Theory of Communicative Action*. Boston: Beacon Press, 1989.
- Hart K.* Heads or tails: two sides of the coin // *Man*. 1986. Vol. 21. P. 637–652.
- Ingham G.* Money is a social relation // *Review of Social Economy*. 1996. Vol. 64. No. 4. P. 507–529.
- Ingham G.* *Capitalism, money and Banking: a critique of recent historical sociology // British Journal of Sociology*. 1999. Vol. 50. No. 1. P. 76–96.
- Ingham G.* *The Nature of Money*. Cambridge: Polity Press, 2004a.
- Ingham G.* The nature of money // *Economic Sociology – European Electronic Newsletter*. 2004b. Vol. 5. No. 2. <http://econsoc.mpifg.de>
- Lea S.E.G, Webley P.* *Theorie psychologique de la monnaie // Paper of Economic Psychology Conference, Paris*. 1981.
- Leyshon A., Thrift N.* *Money / Space*. L.: Routledge, 1997.
- Money's Worth – Interview with Viviana A. Zelizer // Interviewed by Radio Australia. June 1998. <http://www.abc.net.au/money/vault/extras/extra1.htm>
- Moroney J.R.* The current state of money and production theory // *American Economic Review*. 1972. Vol. 62. No. 1/2.
- Riegel E.C.* *The Meaning of Money*. N.Y., 1936.
- Riegel E.C.* *Dollar Doomsday*. N.Y.: Inflation Counselors, 1941.
- Schumpeter J.* *A History of Economic Analysis*. L.: Routledge, 1994.
- Simmel G.* *The Philosophy of Money*. L.: Routledge & Kegan Paul, 1990.
- Sing L.* Money: what it means to children and adults // *Social Behavior and Personality*. 1998. Vol. 26. No. 3.
- Smithin J.* *What Is Money?* L.: Routledge, 1999.
- Somerville H.* Marx's Theory of Money // *The Economic Journal*. 1933. Vol. 43. No. 170. P. 334–337.
- Thomas W., Znaniecki F.* *The Polish Peasant in Europe and America*. N.Y.: Alfred A. Knopf, 1927.
- Wernimont P., Fitzpatrick S.* The meaning of money // *Journal of Applied Psychology*. 1972. No. 56.
- Wiseman T.* *The Money Motive*. L.: Hodder & Stoughton, 1974.
- Wray L.R.* *Understanding Modern Money: The Key to Full Employment and Price Stability*. Cheltenham: Edward Elgar, 1998.

## НОВЫЕ КНИГИ

С.Ю. Барсукова

### РАЗГОВОР ПРО «ТЕНЬ», НЕ НАВОДЯ ТЕНЬ НА ПЛЕТЕНЬ...

Рецензия на книгу: *Латов Ю.В., Ковалев С.Н. Теневая экономика: Учебное пособие для вузов. М.: Норма, 2006.*



**БАРСУКОВА**

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

Email: [svbars@mail.ru](mailto:svbars@mail.ru)

Книга Ю. Латова и С. Ковалева не подлежит критике. Не только потому, что мне ее подарил один из авторов, с которым меня связывают рабочие контакты и на работах которого я постигала «азы» этой темы. Хотя и это, согласитесь, не мало. Но есть и более веские основания. *Эта книга – образец реферативной добросовестности.* Говорю это со знанием дела – большую часть работ, упомянутых авторами, я читала. Правда, от чтения в голове осталась взвесь восторгов и разочарований, ощущение бесконечных повторов и глухое раздражение по поводу терминологической неупорядоченности. И ни одного конспекта. Тем радостнее было встретить книгу, искупающую мою неорганизованность. Фактически – это сборник конспектов. В хорошем смысле слова. То есть конспекты упорядочены, композиционно и хронологически выстроены, разбиты по темам и снабжены смысловыми переходами. Сделано это ювелирно. Вряд ли от чтения первоисточников студент вынесет больше, чем от пересказа Ю. Латова. Он мастер: берет глыбу и отсекает лишнее. От всех этих де Сото, Портесов, Беккеров только щепки летят: на пару страниц умещаются, и ведь без потери содержания. Правда, студент рискует не узнать, что Э. де Сото публицистически ярк, А. Портес академически сдержан, а Г. Беккер эпатажно логичен. Но конспект на то и конспект, чтобы приводить всех к одной температуре. Нормальной, комнатной.

Революционных идей авторы не добавляют, что в данном жанре скорее достоинство, чем недостаток. Это литературный путеводитель, качественная систематизация отечественных и зарубежных работ, статистики, эмпирических фактов. Одним словом, книга из тех, что обязательно иметь под рукой. Как УК. По мере надобности туда заглядывают. Но вот чтобы вечером, с желанием получить удовольствие... И чтобы бегом к ноутбуку, потому что снизошло озарение (понятно, что утром поймешь – очередной бред)... И чтобы менялась картина мира, или хотя бы один пазл в ней... Тут извините...

Но в какой-то момент УК важнее Библии. Так и книга Ю. Латова и С. Ковалева. Многие их благодарят, с чистым сердцем и полным основанием. Это действительно хороший продукт. Качественный. Без скоропортящихся наворотов в виде «оригинальных идей», когда вся оригинальность – от никакой образованности и нелюбви к чтению текстов, написанных другими. Зайдите в книжный – оригиналов много, почитать нечего.

Это я все к чему: судить книгу можно по той заявке, которую сами авторы делают. В данном случае перед нами учебное пособие с отчетливым реферативным уклоном. По нему и скатимся.

\* \* \*

Начинается книга с обложки. На ней люди в маскировочных масках проводят задержание преступников. Буквальное фото. Причем преступников не простых, а экономических, о чем можно догадаться по надписи на заборе – торгово-продовольственная компания. Обложка выполняет свою функцию блестяще: ясно, что разговор будет конкретный, и ясно о чем.

Первая же глава дает предельно лаконичное (3 стр.) представление о структуре теневой экономики. Читаешь и завидуешь. Помню, как сама пыталась систематизировать структурные представления разных авторов. Хотя лучше забыть. Так они мне и не покорились. Перечисление авторских позиций – прием, которым я расписалась в бессилии свести эти позиции в стройную систему. Ю. Латов и С. Ковалев, похоже, столкнулись с той же проблемой. Но решили ее иначе. Изменив своей реферативной добросовестности, они дают свою типологию, сводящую теневую экономику к трем сферам – криминальный бизнес, нерегистрируемый (но разрешенный) бизнес и скрываемая экономическая деятельность легальных работников. В авторской версии это выглядит соответственно как «черная», «серая» (неформальная) и «вторая» (беловоротничковая) теневая экономика. Это существенный момент, потому что как корабль назовешь, так он и потонет. Авторы, пользуясь своим правом, определили границы анализа. Никто это право не оспаривает. Но ведь учебник же, ему дети верить будут. Это, простите за пафос, ответственность налагает.

Все-таки для порядка надо бы дать понять, что авторская типология – мягко говоря, не единственная. И что есть устойчивая традиция широкого толкования неформальной экономики, объединяющей все виды экономической активности, регулируемой неформальными институтами. И в этой традиции неформальная экономика не ограничивается теневой и криминальной деятельностью, включая также домашнюю экономику и реципрокные обмены (т.н. социальную экономику). Не самые последние ученые придерживаются этой традиции. Апеллирование к авторитетам – не довод, поэтому фамилии опустим. Заметим лишь, что сам К. Харт, автор концепции неформальной экономики, изначально действительно охватывающей лишь нерегулируемую самозанятость («неформальный сектор»), впоследствии признал эволюцию этого понятия: «Неформальная экономика ныне рассматривается как универсальное свойство индустриальных стран и включает от домашнего самообеспечения до криминализации экономики»<sup>1</sup>. Глупо требовать от авторов книги внимания ко всем неформальным сферам. Они вправе прочертить границы своих научных изысканий вдали от кухонной утвари и родственно-дружеских обменных сетей. К тому же титульная принадлежность учебника Московскому университету МВД России многое объясняет. Стало быть, есть еще зоны хозяйствования, не причисляемые к «внутренним делам» страны. Можно только порадоваться этому факту. Но хотелось бы

---

<sup>1</sup> Hart K. Bureaucratic form and the informal economy // Linking the formal and informal economy: concepts and policies / Ed. by B. Guha-Khasnobis, R. Kanbur, E. Ostrom. Oxford: Oxford University Press, 2006. P. 27.

радоваться вместе с авторами, осознающими и обозначающими специфику своей позиции. И не в глубине души.

Вообще я читатель в данном случае специфический. Даже слишком. Собственные работы и многолетнее преподавание курса, посвященного неформальной экономике, привели к профессиональной деформации личности. Не могу читать эту книгу с «белого листа». По тому же минному полю идут товарищи, любопытно сравнить потери. Другой бы прочитал обзор методов измерения теневой экономики и порадовался красоте графической типологии. Есть что-то завораживающее в квадратиках, соединенных стрелками. А я вопию, что еще парочку забыли (надо же чем-то компенсировать то, что о многих методах я не слышала). И примеряю текст на студента, выбирая того, кто разумным кажется, пока молчит и слушает. Помогут ли ему квадратики? Надо признать, что помогут. Нанесет он их как временное тату на мозги и экзамен сдаст. Зря я, наверное, заморачивалась: достоинства и ограничения каждого метода вытаскивала, зону охвата, непроговариваемые предпосылки... Опыт показал, что дальше первого ряда аудитории этот подход не работает. Да и то, если повезет.

Лозунг «Больше студентов, хороших и разных» с годами приобрел законченную форму, избавившись от лишних слов. Словом, если «больше», то «разных». Поэтому и книги нужны разные. Одни бьют как снайперы по первым рядам, другие глушат как гаубицы по бескрайним просторам российского студенчества. К слову, моя книжка вышла тиражом 1000 экземпляров, а рецензируемый труд только дополнительный тираж имеет 2000. Про основной и подумать завидно.

Надо признаться, что зависть в процессе чтения меня посещала не единожды. Вот пишут же люди про «повсеместную коррупцию» (с. 39) в развивающихся странах и нормально. Диагноз по самую шляпку забивается. На количественные данные опять же опереться можно, на международные рейтинги. А тут мучаешься от всяких социологических и антропологических заумей: коррупция ли то? можно ли западные оценочные лекала на иной мир накладывать? и кто коррумпирует этот мир, если в этих странах при дефиците национального капитала действуют преимущественно транснациональные корпорации? Сплошные вопросы. А читателю оно надо? Особенно студенту? Ему однозначность нужна. А первый ряд перетерпит...

Кстати, про однозначность. Я искренне считаю, что в качестве учебного пособия на начальном этапе пригодны именно такие учебники. Авторы понятным языком довольно кратко излагают правильные мысли, не наводя тень на плетень. Они задают базовую схему. Потом желающие пойдут дальше. И по мере продвижения, возможно, они сильно доработают эту схему. Может быть, до неузнаваемости. Но чтобы шагнуть вперед, надо оттолкнуться от твердой почвы. Стоя на киселе из противоречивости, недосказанности и гениальной неоднозначности, у студента одна мысль – удержаться на ногах, устоять.

У книги есть и другое достоинство. Хотя не исключая, что за него авторам достанется. Я про переменную верность экономическому подходу. Стараются авторы быть правоверными экономистами, но материал книги в эту методологическую рамку явно не помещается. Исторические экскурсы, социологические и культурологические интерпретации, морализаторство вторгаются довольно активно. Кто-то сочтет это слабым местом книги. Мне лично глубоко симпатично, что авторы не готовы ради методологического очищения сузить свои представления о предмете. Скучны те, кто на старте прикидывают, по какому ведомству им награды вручать будут. Ю. Латов и С. Ковалев не из их числа. Они гибко и оправдано меняют поля: статистические хроники сменяются институциональным анализом, а историографические сюжеты соседствуют с данными социологических опросов. Недоброжелатели назовут это эклектикой, а я вспоминаю одного искусствоведа, который однажды просветил меня, что раньше эклектикой считалось смешение стилей, а теперь эклектика стала самостоятельным стилевым направлением. Похоже, не только в искусстве.

Заявленная структура теневой экономики определяет структуру книги. «Беловоротничковая» теневая экономика (экономические преступления легальных работников) рассматривается на примере коррупции и ухода от налогов (часть 2). Нерегистрируемая экономическая деятельность, как и положено учебнику, обсуждается под знаком «неформального сектора» К. Харта и «невидимой революции» Э. де Сото (часть 3). А запрещенная законом «черная» (преступная) экономика рассматривается через призму теории рационального выбора и экономической теории организованной преступности (часть 4).

Бросается в глаза некоторое несоответствие: обсуждение «беловоротничковой» теневой экономики идет вокруг России, а разговор про неформальный сектор нашу страну минует напрочь. Это тем более несправедливо, что Росстат не первый год фиксирует число занятых в российском неформальном секторе со всеми возможными разбивками. Между прочим, порядка 7 миллионов наших сограждан получается, если только основную или единственную работу учитывать. А с дополнительной занятостью за 9 миллионов легко переваливаем.

Впрочем, подозреваю, что «забыли» Россию не случайно. Критерии отнесения к неформальному сектору в России категорически не хартовские<sup>2</sup>. Все ПБОЮЛ (предприниматели без образования юр.лица) туда попали, все фермеры, все самозанятые. И регистрация, уплата налогов ничего не меняют: самозанятый, фермер – представитель российского неформального сектора по определению. Хоть обвешайся лицензиями и грамотами за превышение задания по налогам. И какая в нашем неформальном секторе доля действительно «неформалов» в хартовском смысле – никто не знает<sup>3</sup>. Но очевидно, что между занятостью в неформальном секторе и неформальной занятостью – большая разница. И смысловая, и статистическая. Поскольку внутри формального и неформального секторов экономики есть разделение рабочих позиций на формальную и неформальную занятость. Скажем, официально неоформленный рабочий крупного завода – неформально занятый, но в неформальный сектор он не попадает. А вот самозанятый безоговорочно относится к неформальному сектору, и только при условии отсутствия патента или лицензии – к неформальной занятости. В России эти категории считаются сугубо отдельно, поскольку в основе неформальной занятости лежит характер деятельности, т.е. индивидуальная характеристика рабочего места, а принадлежность к неформальному сектору определяется статусом экономической единицы<sup>4</sup>.

И это не прихоть российских статистиков. Резолюция 15 международной конференции статистиков труда (1993 г.) закрепила операционализацию неформального сектора на основе *характеристики предприятий, а не отдельных рабочих мест*. В 2001 г. Госкомстат России утвердил положение по измерению занятости в неформальном секторе, согласно которому критерием отнесения к этому сектору является *отсутствие государственной регистрации в качестве юридического лица*. (А в ряде стран – по размеру предприятий.) То есть подсчет ведется на уровне целых предприятий, тогда как внутри предприятий неформального сектора могут быть как формально, так и неформально нанятые работники. Впрочем, как и внутри предприятий формального сектора. В результате занятость в неформальном секторе лишь частично пересекается с понятием неформальной занятости. Это студентам авторы не

---

<sup>2</sup> Барсукова С.Ю. Неформальный сектор: понятие, традиции изучения // Вопросы статистики. 2006. № 1.

<sup>3</sup> Сравните отношение нашей статистики с позицией К. Харта: «Когда бюрократия пытается помочь неформальному сектору – предоставляя кредиты, помещения, технологии и пр. – это убивает неформальность и более того, ведет к налогообложению» [Linking the formal and informal economy: concepts and policies / Ed. by V. Guha-Khasnobis, R. Kanbur, E. Ostrom. P. 26].

<sup>4</sup> Расчеты занятости в неформальном секторе России см.: Гимпельсон В.Е. Занятость в неформальном секторе в России: угроза или благо? // Препринт WP4/2002/03. М.: ГУ-ВШЭ, 2002. Неформальная занятость количественно определена в работе: Синявская О.В. Неформальная занятость в России: измерение, масштабы, динамика // Экономическая социология. 2005. Т. 6. № 2. С. 12–28.

говорят. Жалеют, видно. Да и сами, похоже, такими мелочами готовы поступиться, легко превращая в синонимы неформальный сектор и неформальную экономику, неформальную занятость и занятость в неформальном секторе. По мне так и упрощение должно знать меру.

Так же привлекательно просто выглядят сравнительные таблицы масштабов теневой экономики в развитых странах (с. 105–106). Беспристрастные цифры свидетельствуют о том, что не все европейские национальные экономики одинаково «чисты». Предвижу кипы студенческих эссе с использованием этих данных. Нет, не кипы. Курганы. Потому что ничто не возбуждает студентов так, как однозначность, облеченная в цифры. Тут и первые ряды не устоят. Чем меньше знаешь, тем более информативными кажутся такие таблицы.

Но какие могут быть претензии к авторам? Все цифры снабжены соответствующими сносками. Издание, год, страница. Однако рискну предположить, что читатель даже примерно не представляет себе, какая составная часть теневой экономики улавливается методом В. Танзи, а какая – нет. По крайней мере, тот обзор методов, который чуть раньше предложили сами авторы, такими познаниями явно не нагружает. Мне лично эти таблицы кажутся сплошным ребусом. Сказано, например, что оценка для ФРГ получена «по К. Кирхгасснеру». Замечательно. Но простите за необразованность, – это авторский метод? в чем его суть? или так звали господина, который посчитал по чьей-то методике показатель для ФРГ? тогда какой метод он использовал? Дальше больше: насколько соизмерим этот показатель с оценкой для Норвегии, которая приводится «по И. Лундагеру и Ф. Шнайдеру»? они какой метод использовали? Я окончательно рискую прослыть занудой, но уверяю, что разные методы дают слабо сравнимые результаты. Чуть раньше сами авторы без особых пояснений информировали, что в США в конце 1970-х оценка теневой экономики варьировала от 33 до 4% ВВП (с. –103). Первая оценка – продукт Э. Фейджа, вторая – В. Танзи. Заметим, оба – уважаемые люди. Кстати, считают они в том числе теневую деятельность легальных фирм. Потому что неформальная экономика и нерегистрируемый бизнес тождественны лишь в рамках дискурса о развивающихся странах.

Видимо, авторы, сами страдают от разнобоя цифр. Скажем, теневая экономика Дании оценивается («по Ф. Шнайдеру») в 1980 г. как 7–10% к ВВП, а в 1994 г. – уже 18%. То есть произошло удвоение «тени»? Похожая картина по Норвегии, Швеции. Очень трудно поверить в такую теневую динамику. Авторам тоже. Поэтому они данные за 1980 г. обозначают как масштабы «теневой экономики» (табл. 8–5, с. 105), а данные за 1994 г. относят на счет «подпольной экономики» (табл. 8–6, с. 106). Остроумно. Тем более что страницей ранее говорят, что это одно и то же.

Можно, конечно, сослаться на то, что это страны с социально ориентированным рынком, которые в этот период переживали кризис, что и проявилось в буме теневой экономики. Но, во-первых, в книге про это ни слова, во-вторых, это всего лишь догадка, не более. Да и нужны ли такие объяснения? Легко подобрать среди опубликованных и признанных работ еще более впечатляющие расхождения цифр. Потому что корень – в проблеме измерения «неизмеримой экономики». *Вооруженный цифрами студент становится опасен в своем невежестве.* Я бы на месте авторов не манипулировала названиями таблиц, маскируя разноречивой цифр, а, наоборот, использовала бы эту статистику, чтобы лишний раз показать, – разные схемы подсчета приводят к разным результатам. Отсюда один шаг к выводу о бесконечном потенциале идеологической услужливости внешне непристрастных любителей математики.

Ожидания, сформированные обложкой, полностью оправдываются в следующих главах. Читать про криминальный бизнес одно удовольствие (часть 4). И от стиля (кратко, емко), и от духоподъемных сведений (например, что доходы у рядовых мафиози так себе, на уровне средних). Кругозор трещит от новых вливаний. Мне запомнилось, что один латиноамериканский наркобарон предлагал погасить внешний долг страны в обмен на

амнистию сына. Про налогообложение японских мафий (якудза) тоже впервые прочитала. Словом, когда сама мало знаешь, расслабляешься и получаешь удовольствие.

Главное достоинство этого обзора в хорошей теоретической нагруженности текста. Внятно изложена традиция изучения преступления как индивидуального рационального выбора (Г. Беккер), показана ограниченность такой исследовательской перспективы. Рассказ про мафию погружен в контекст теории организации (тип внутренних связей, способы утверждения авторитета и пр.) и макроэкономического анализа.

Тут бы и остановиться, но авторы вторгаются в область, где, по их собственным признаниям, общепризнанных научных работ нет вообще. Речь идет о глобализации криминальной экономики (часть 5). Умение авторов систематизировать исследовательские подходы оказывается невостребованным. Собственные попытки вписать хронику наркоторговли («опиумный вызов» Запада и «героиновый ответ» Востока) и терроризма в мир-системный анализ И. Валлерстайна трудно признать солидными. Привязка к теории выглядит довольно поверхностной. Валлерстайн, как ни ужимай, на полстраницы не помещается. Хотя, возможно, у авторов был свой расчет: с помощью этой главы выгодно подчеркнуть достоинства предыдущих глав. Им это удалось.

Борьба с теневой экономикой (именно борьба, а не легализация, так как речь идет преимущественно о криминале) рождает тихую зависть социолога к экономистам (часть 6). Наверное, приятно ужать мысль до графика или формулы. Вопрос смертной казни, тяжести наказаний, легализации наркотиков сводится к минимизации ущерба в сравнении с затратами. Лучшего реферирования работ по экономике преступлений и наказаний я не встречала. Когда мне понадобится показать студентам, что специфика экономики как науки состоит не в том, *что* изучают, а *как* изучают, я обращаюсь к этим главам.

Видимо, для большего контраста, подчеркивающего красоту рафинированных экономических моделей, авторы напоследок обращаются к социологическим размышлениям о теневизации экономики в советской и постсоветской России (часть 7). Советский период представлен работами Л. Тимофеева и С. Кордонского. Приятно, когда награда находит героев. Ныне их идеи известны настолько, что кажутся очевидными. Между тем они были новаторскими для своего времени, и только аутсайдерское место России в мировом обществоведении не позволило им получить заслуженную известность.

Постсоветский период сосредоточен в основном на проблеме «антикапиталистической ментальности» россиян и эволюции «крышестроительства». По поводу ментальности спорить не хочу, зная, как убедительно это делают другие. Понимаю авторов, желающих внести собственный вклад, но у учебного пособия особая ответственность. Не стоило дискуссионным вопросам присваивать статус очевидности.

В целом, получилась хорошая книга с явным реферативным уклоном. Можно, конечно, возразить по поводу включения криминальной экономики в теневую. Все-таки первую пытаются уничтожить, а вторую легализовать. Да и с точки зрения сложившейся в мировой науке терминологии странно получается. Но спорить не хочется. Авторы изначально заявили о своей терминологической свободе. А посягать на свободу не имею ни сил, ни желания.

Можно также поворчать на то, что авторы явно не обновляли текст последние несколько лет. Показательно, что анализ чеченского криминала остановился на отметке 1999 г. (глава 17). А книга про контрабанду в глобальном мире, выпущенная в 1985 г., снабжена предательским пояснением, что случилось это «более 15 лет назад» (с. 177). То есть пару лет назад такая сноска была в самый раз. Вообще в тексте книги практически отсутствуют обращения к работам, изданным после 2002 г. Обновление коснулось лишь рекомендуемой литературы в программе учебного курса. Но трудно ставить это авторам в упрек. Ценность книги состоит в систематизации подходов, а не в описании отдельных работ. Величин, равных Г. Беккеру, А. Портесу, Э. де Сото, К. Харту, в последние годы не прибавалось. К тому же учебное

пособие по определению консервативно, что предполагает временную дистанцию от только что изданного. Так что для приличия пожурим авторов, но не более.

Досадны бреши, через которые просвечивает технология составления книги из отдельных статей. В принципе, так и надо. Статьи – это передовые окопы науки. Книги – ее штабной блиндаж. Но все же сводить текст воедино надо было тщательнее. Повторы в пересказе идей Э. де Сото порой носят дословный характер (с.114–115, с. 253), а загадочная «фраза, которая вынесена в эпитаф» (с. 272), обрекла меня на безуспешные поиски. Пока не поняла, что, видимо, речь шла об эпитафее к статье.

Главное мое неудовлетворенное любопытство сводится к вопросу: а если все законопослушны? «белые воротнички» не берут взяток и не утаивают доходы, мелкие производители сплошь зарегистрированы и подотчетны, а криминал выбросил белый флаг и стал строить честный капитализм? – тогда конец неформальной экономике? Видимо, нет. Потому что неформальное – единственно возможная форма существования формального. И всегда будут неформальные регуляторы поведения, невидимые иерархии и предпочтения, непроговариваемые правила, без которых реальная экономика не существует. Не говоря уже о том, что целые сегменты экономики не подлежат формализации по определению (например, домашняя экономика). Словом, неформальные правила игры не устраняются победой правоохранительных органов. Но это уже другая литературная традиция, другие авторы, другой фокус анализа. Ю. Латов и С. Ковалев написали книгу преимущественно про противозаконную деятельность. Важно понимать ее место в общей системе координат литературы про неформальный мир.

Заканчивается книга приложениями учебно-методического характера (темы лекций и семинаров, контрольные вопросы). Забавно звучит название первого приложения: «Десять книг, которые перевернули представления россиян о теневой экономике». Аналогия с «десятью днями, которые потрясли мир», довольно символическая. Как мир устоял и даже спустя каких-то семьдесят лет повернулся к этим дням спиной, так и россияне не почувствовали ничего нового в отношении к чиновникам, к законам, к бандитам. Книгам не дано воспитывать народ. К счастью. Книги могут этот народ понимать. По крайней мере, надеяться на это.

Е.С. Александрова

## В ГОСТЯХ У ФЛОРИДЫ: размышления над книгой «Креативный класс: люди, которые меняют будущее» (М.: Классика-XXI, 2007)



**АЛЕКСАНДРОВА**  
Елена Сергеевна – аспирант  
кафедры экономической  
социологии ГУ–ВШЭ.

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

Как люди выбирают книги, которые намерены прочитать? Не знаю, кто как, а я, подходя к полке в книжном магазине, в первую очередь реагирую на название, а во вторую – открываю приглянувшееся издание посередине и зачитываю несколько абзацев. Дальше все происходит интуитивно: «похоже, это – мое» и книга отправляется на кассу, «нет, это точно не мое» – возвращается обратно на полку. По принципу «это мое» в мои руки и попала книга Ричарда Флориды («знаменитого», как было написано на обложке, социолога) с броским больше популистским, нежели научным названием «Креативный класс: люди, которые меняют будущее». Слово «класс» и ссылка на социологический бэкграунд автора успокоили мою страдающую от постоянного нарушения всех мыслимых и немыслимых дедлайнов совесть. В общем, книжка переехала ко мне домой, и я принялась читать.

Сразу скажу, что читала с упоением, поэтому писать о том, сколь увлекателен сюжет книги, не стану, – подобные вещи все-таки непозволительно субъективны. Не уверена также, что моего жизненного и профессионального опыта хватит на всестороннее осмысление книги, не говоря уже о написании глубокой профессиональной рецензии или хотя бы критической заметки. Так что, оставив в стороне масштабные замыслы, ограничусь изложением основных ее идей. Ну и попытаюсь предположить, кому и для чего эти идеи могут пригодиться. В России. Почему такая оговорка? Да потому что книга написана по материалам многочисленных социологических исследований, объектом которых являлось американское общество. И судя по иллюстрациям, к которым прибегает автор, до некоторых из их социально-экономических тенденций нашей Родине еще далеко. Однако обо всем по порядку.

### «Класс», «креативный класс»

Что же это за зверь такой – «креативный класс», вынесенный в название? И почему профессор университета Торонто (Канада)

Ричард Флорида посвятил ему не одну свою книжку, и огромное количество эмпирических исследований?

Начнем с привычного социологическому слуху – понятия класса. На одной из особенно запомнившихся лекций по социальной стратификации нам рассказывали о том, что после многолетних дебатов о классе была выдвинута гипотеза о том, что класс, в его марксистском определении, умер. Как аналитическое понятие. В том смысле, что его использование в дальнейших исследованиях больше не обещало прогресса в понимании реальности, а потому подобные попытки должны были удушаться на корню. Понятно, что подобная новость была приятной, потому что в мои студенческие годы забыть о чем-либо всегда легче, чем запомнить. Однако в студенческие годы Ричарда Флориды все было по-другому. То ли потому что тогда вопрос с «классом» еще не был решен окончательно, то ли нарочно вопреки назиданиям социолога Дж. Пакульски (J. Pakulski)<sup>1</sup>, автор описываемой книги вновь обращается к проблеме социального неравенства, вооружившись понятием класса. И не просто обращается, а, опираясь на категорию класса, предлагает новый подход к пониманию стратификации современного американского общества, совершенно неожиданную по своему содержанию модель его социальной структуры. Впрочем, апелляция к «классу» неувидительна. Уже на первых страницах книги становится очевидно, что предлагаемое читателю сочинение выдержано в духе марксистского анализа. И у нас будет повод в этом убедиться.

Начнем с того, что Флорида понимает «класс» совершенно в марксистском духе – «как совокупность людей, обладающих общими интересами и склонных, думать, чувствовать и вести себя сходно, [причем] эти черты сходства в корне определяются экономической функцией – тем видом работы, который обеспечивает им средства к существованию». Однако в информационной экономике сегодняшнего дня речь идет не о рабочем классе, не об андэрклассе и даже не о среднем классе, как можно было бы подумать. Если верить наблюдениям Флориды, в современном обществе увеличивается число людей, занимающихся креативным трудом, т.е. трудом, ключевой составляющей которого является «создание значимых новых форм». Кстати, «значимой новой формой» может считаться не только имеющее успех художественное произведение или запатентованное научное открытие, но любая даже самая мелкая инновация, оптимизирующая рабочий процесс на производстве товаров и услуг или за его пределами. Сегодня креативность востребована не только в науке и искусстве, но и в большинстве рядовых профессий. К слову: что следует понимать под креативностью? Флорида приводит серию обстоятельных рассуждений по этому поводу и дает крайне занимательный, на мой взгляд, ответ. Из нескольких пунктов.

Во-первых, стоит уяснить себе, что креативность не синонимична интеллекту. Интеллектуальные способности, безусловно, способствуют творческой деятельности, однако не являются ее основным источником.

Во-вторых, неразумно считать, что креативность доступна лишь избранным, свойственна гениям. К слову, по мнению Флориды, подобный подход вообще является губительным, так как мешает людям, не мнящих себя гениальными, поверить в собственные творческие силы.

Что действительно определяет креативность, так это способность человека к синтезу информации, уверенность в собственных силах, склонность к риску, готовность приобретать, развивать и целенаправленно использовать собственный опыт. Как поясняет сам Флорида, концепция творческого мышления, от которой он отталкивается, является общепринятой. Ее

---

<sup>1</sup> *Pakulski J.* The Dying of Class or of Marxist Class Theory? // *Conflicts about Class: Debating Inequality in Late Industrialism* / Ed. by D. Lee, B. Turner. L., N.Y.: Longman, 1996. P. 60–70; *Pakulski J., Waters M.* The Death of Class. L.: Sage, 1996.

главная предпосылка состоит в том, что творчество представляет собой «четырёхступенчатый процесс с фазами подготовки [сознательное изучение задачи], инкубации [обработка информации одновременно на сознательном и бессознательном уровнях], озарения [синтез «надуманного»] и верификации или переработки [формализованное оформление результатов]». Автор настаивает на том, что подобная схема мыслительной работы над задачей знакома представителям множества профессий. Влияние креативности в сильной степени определяет мировоззрение и образ жизни современного человека. Настолько, что ее роль в профессиональной деятельности становится надежным индикатором социального положения индивидов. Креативность на рабочем месте – лишь одно из проявлений творческой природы человека. Творческий человек креативен во всем.

Занятых креативным трудом, а значит и обладающих соответствующей жизненной позицией, становится все больше. Вот почему Ричард Флорида находит необходимым обратить внимание на формирование в обществе нового – креативного класса, «состоящего из людей, которые производят экономические ценности в процессе творческой деятельности». Что можно сказать о ценностных ориентациях креативного класса? Как показывает Флорида, представители этой социальной группы ценят индивидуальность и самовыражение, способности и заслуги и совсем не принимают традиционные статусные атрибуты типа социального происхождения или родительских капиталов. Социальный рост связывается креативным классом с карьерой и материальным благополучием, достигнутыми благодаря собственным усилиям и личным талантам. Особое значение для креативного класса приобретают такие понятия, как разносторонность и открытость. Творческие люди нередко оказываются аутсайдерами, с трудом вписываются в социальное окружение. Так и представители креативного класса, по мнению Флориды, ищут любые проявления разнообразия и терпимости к нестандартному.

### **Креативная социальная стратификация**

Даже самое убедительное указание на новый социальный класс не имеет смысла без создания концепции классово-структурной. Хочешь – не хочешь, а социальная страта – понятие относительное. И Ричард Флорида превосходно справляется с этой задачей, беря за эмпирический пример американскую социальную реальность.

Итак, «отличительная особенность креативного класса заключается в том, что его представители заняты работой, главная функция которой состоит в “создании значимых новых форм”». В информационной экономике инновационные продукты ценятся очень высоко. И потому представители креативного класса принадлежат к группе высокооплачиваемых работников. Правда, креативный класс, по Флориде, не гомогенен. Он имеет «суперкреативное ядро» и периферию, к которой автор относит так называемых «креативных специалистов». Представители ядра креативного класса занимаются созданием инноваций, которые быстро станут массовыми. Каким бы творческим ни было настроение в обществе, рынок требует товаров, которые «можно с легкостью распространять и широко использовать». Создание креативных идей и продуктов – их повседневная работа, за которую им и платят деньги. Так, к ядру креативного класса, по Флориде, принадлежат например, ученые, инженеры, поэты и писатели, художники и актеры, дизайнеры и архитекторы, публицисты, эксперты аналитических центров и прочая интеллектуальная элита. «Креативные специалисты» также заняты в отраслях, «основанных на знании». Однако от них не ожидается беспрерывных поставок инноваций; их творческие способности направлены на решение конкретных специфичных для их проектов задач. К примеру, врачи лечат пациентов с учетом их индивидуальных историй болезни и физиологии. Чтобы принимать подобные решения, требуется комплексный креативный подход. Однако вряд ли от врачей ожидается излишняя оригинальность в назначении лекарств и физиопроцедур.

Креативное общество – открытое общество. В соответствии с моделью Флориды перемещения индивидов между подклассами креативного класса возможны (и даже желательны). В частности, благодаря смене места работы, в результате которой создание инноваций становится прямой обязанностью индивида.

Наряду с креативным классом существенную роль в структурной модели Ричарда Флориды занимает социальная группа, которую он именуется «обслуживающим классом». Происхождение этого класса обусловлено стремлением представителей креативного класса переложить заботы о своих повседневных нуждах типа уборки дома или готовки ужина на плечи наемных работников. По мере расширения границ креативного класса наблюдается рост сервисного сектора. В сферу деятельности обслуживающего класса входят профессии, не требующие высокой квалификации и редко предполагающие высокий уровень заработков. От дворников, секретарш, охранников, уборщиков и многих других не ожидается никакой самостоятельности или креативности в принятии решений. Продукты их труда ценятся ниже, если сравнивать с креативными продуктами их нанимателей. Разница в доходах становится фактором поляризации общества. И в этом тоже есть что-то от марксизма, критикующего класс буржуазии за попытки эксплуатировать рабочих. Дихотомия «креативный класс» – «обслуживающий класс» отражает похожую социальную мезансцену, где «экономическое положение и образ жизни одних людей определяют и ограничивают варианты, доступные для других». Правда, вариант Флориды более мягкий. Он концептуализирует модель открытого общества. Здесь возможности для вертикальной мобильности открыты и перед представителями обслуживающего класса. Стоит лишь отнестись к выполнению своей работы с нужной долей креативности. Тем не менее достигнуть необходимого уровня конкурентоспособности на рынке труда удастся не всем. Бич социального неравенства, по Флориде, неизбежен.

Поясним, что креативный и обслуживающий классы – главные, но не единственные в модели Флориды. Кроме них в социальной структуре общества по Флориде можно обнаружить и традиционный рабочий класс, «в который входят люди, занятые в разного рода производстве, в перевозе грузов и на транспорте, в техническом обслуживании и ремонте, а также в строительстве». Автор не уделяет большого внимания взаимоотношениям этого класса с двумя другими, показывая тем самым, что слово рабочих в информационной экономике не имеет существенного веса. Тем более, что численность традиционного рабочего класса, по данным Флориды, неуклонно снижается. Что неудивительно в условиях кризиса промышленной экономики.

Отдельным звеном в классовой цепочке Флориды являются работники сельского хозяйства. Автор выделяет их в отдельную социальную группу, однако поясняет, что сегодня численность сельских работников не превышает в Америке нескольких процентов, а потому они не могут рассматриваться как сколь либо значимая социальная сила.

### **Креативная география**

Помимо всего прочего в книге «Креативный класс: люди, которые меняют будущее», Флорида задается целью проанализировать условия межрегионального социально-экономического неравенства, наблюдаемого в США. Автора заботит вопрос о том, почему одни американские штаты стремительно теряют не только ценные кадры, но и центральные офисы крупнейших высокотехнологичных компаний, в то время как другие вдруг становятся центрами притяжения лучших кадров и демонстрируют удивительные темпы экономического роста. Флорида берется объяснить этот парадокс при помощи построенной им концепции креативного класса и вытекающей из нее модели классовой структуры. Он исходит из вполне разумного убеждения, что «центральным фактором регионального развития является человеческий», а в более близких Флориде терминах – креативный

капитал. Гипотеза Флориды состоит в том, что экономического успеха добиваются города и регионы, способные стать привлекательными как место жительства в глазах представителей креативного класса. Ожидания креативного класса прозрачны для автора: он «предпочитает места, отличающиеся разнообразием, толерантностью и открытостью новым идеям».

Самое время упомянуть про индексы, используемые Флоридой для сопоставления творческого статуса различных регионов США. В креативности они ничуть не уступают анализируемой проблеме. В багаже Флориды есть и «Гей-индекс» («показывает уровень представления гомосексуальных пар в регионе по отношению к США в целом» и свидетельствует о степени терпимости со стороны жителей региона), и «Индекс богемы» (меряет долю представителей художественных профессий – писателей, музыкантов, актеров и т.д. в регионе по отношению к США в целом и дает представление о культурной инфраструктуре региона), и «Индекс таланта» («показатель человеческого капитала в регионе, основанный на проценте населения со степенью бакалавра и выше»), и «Индекс инноваций» («отражает количество патентов на душу населения»), и даже «Индекс плавильного котла» («отражает относительный процент населения региона, рожденного за рубежом»), и указывает на количество проживающих в регионе иммигрантов, обладающих, по Флориде, высокой склонностью к инновационной деятельности). Впрочем, несмотря на режущие слух названия, результаты применения подобных индексов к солидным массивам данных государственной статистики США смотрятся вполне весомо. Они обладают статистической значимостью и свидетельствуют в пользу идеи Флориды о том, что креативный потенциал региона связан с его экономическим положением. В каком направлении – узнаем из следующих книжек автора.

### **Креативная человеческая история**

Когда-то Карл Маркс надеялся, что «трудящиеся получают контроль над средствами производства». По мнению Ричарда Флориды, прогнозы великого ученого сбылись. «Люди в большей мере, чем когда-либо, контролируют средства производства, потому что последние находятся у них в голове; мозг и есть средство производства». Еще совсем недавно решающая роль в экономике приписывалась технологиям, тогда как сегодня фокус смещается в пользу человеческого капитала. Его уникальность, согласно Флориде, становится основным конкурентным преимуществом, главным источником экономического роста и развития. Как подобает любому уважающему себя марксисту, Флорида не упускает случая предложить собственную эволюционную концепцию социального пути. Историческая эволюция в его версии стимулируется постоянным усилением креативного начала в обществе и хозяйственной жизни. «С новыми успехами креативности были тесно связаны четыре решающих переходных периода, а именно: зарождение организованного земледелия, появление современной системы торговли и профессиональной специализации, развитие промышленного капитализма и организационная эпоха». Апогеем креативности Флорида считает наступление новой – креативной эпохи. В американском обществе, по его мнению, признаки этой эпохи уже можно заметить. Что это за эпоха?

Как показывает Флорида, креативная эпоха – это эпоха подчинения всей социальной жизни задаче мобилизации творческих ресурсов, требованиям творческого процесса. В креативную эпоху профессионалы не разделяют время на работу и досуг, ведь благодаря Интернету, сотовому телефону и прочим прелестям цивилизации, они могут в любой момент включиться в работу. Воспоминание о неприкосновенности личного времени оказывается прочно забытым. На смену ему приходит рабочий офис, в котором творческие люди укрываются от семейных проблем. В креативную эпоху субъективная стоимость свободного времени оказывается столь высокой, что люди перестают ждать сдачу на кассе; главным товаром становится впечатление и его запоминаемость, позволяющие обогатить личный опыт и востребованные как стимул для творчества. Креативная эпоха – это эпоха, когда

принцип разнообразия, неформальности, нестандартности присутствует во всем, включая искусство, эклектизм которого он объясняет; когда экстремальные виды спорта, позволяющие отвлечься от сидячей умственной работы, приобретают широкую популярность, а строгие костюмы и галстуки сменяются на джинсы и гавайские рубахи даже в крупнейших юридических корпорациях. На новом историческом этапе социальные сети становятся обременительной помехой на пути продвижения новых идей; а члены общества, победив необходимость выживать, начинают жить и творить, и, не забывая о семье, берут за правило заводить многочисленные, но слабые социальные связи.

В общем, креативная эпоха, а с ней и соответствующая креативная экономика основываются на инновациях, разнообразии и творческом самовыражении во всех сферах жизни.

Надеемся, что читателю уже ясно: движущей силой креативной эпохи, ее главным героем является креативный класс. Правда, здесь возникает одна прискорбная неувязка. Несмотря на обилие иллюстраций, убедительно доказывающих отличие креативного класса от всех прочих, Флориде приходится смириться с тем, что члены столь масштабной по его меркам страты как класс в смысле группы, связанной общими интересами и характерными особенностями, себя вовсе и не рассматривают. А значит, и реальной социальной силой быть не могут. Но автор не теряет надежды. На последних страницах книги становится невозможным отделаться от мысли, что миссия «знаменитого социолога» Ричарда Флориды – открыть глаза креативному классу, разбудить его пока еще спящее классовое сознание. Лишь желанием наконец-то обратить креативных работников из класса-в-себе в класс-для-себя можно объяснить финальные строки книги: «Какую жизнь – и какое общество мы хотим завещать грядущим поколениям? Этот вопрос нельзя предоставить воле случая... Креативный класс обязан, наконец, осознать всю свою важность, равно как и факт своего существования. Чтобы приступить к его решению, мы должны сконцентрировать свой интеллект, все энергию и, самое главное, классовое сознание. Задача поистине креативного общества – это не пасьянс для одиночки. В такую игру мы играем одной командой».

### **Креативная Россия?**

А как же мы? Может и нам пора подключаться к Игре? Ведь на «косынке» и «сапере» далеко не уедешь?! По мнению Ричарда Флориды, – однозначно пора. Ведь согласно самым строгим из его критериев «в России сейчас около 13 млн. представителей креативного класса, т.е. ей принадлежит второе после США место в мире по абсолютному числу работников, занятых в креативных профессиях». Я же, задавшись вопросом о роли России в новой Игре, пребывала в смятении. Поначалу мужественно боролась с желанием пролепетать нечто... – «но говорят, вы нелюдим, в глуши, в деревне все вам скучно, а мы – ничем мы не блестим, хоть вам и рады простодушно», и живенько забиться в угол.

Пережив первое впечатление от новости про 13 миллионов, начала судорожно искать эмпирические данные, на которых разработанные Флоридой индексы можно было бы примерить к российской действительности. Мерещились разговоры про Москву, куда стекаются, сначала, лучшие умы России, а после, – и самые бойкие руки-ноги СНГ; и переполненные самым что ни на есть креативным людом аудитории на различных дискуссиях в Вышке. С аудиториями разобралась легко. К числу традиционных систем организации креативного труда Ричард Флорида относит университетские лаборатории, полагая, что именно порядки академического мира экстраполируются озабоченным мобилизацией творческих ресурсов американским обществом на прочие сферы жизни. Стало очевидно: спешить с генерализацией личных наблюдений не стоит, мир за дверями Вышки может оказаться другим. Чего уж говорить о положении дел за границей МКАД. Добралась до массива с данными Европейского социального исследования по России за 2006 год. Ага! Конечно, не гей-индекс, но мало-мальски прикоснуться к проблеме вполне реально. Хотя

бы на уровне частоток. Прикоснулась. В результате неловких попыток вспомнить азы статистического анализа получила следующее. Среди россиян, ответивших на вопрос о том, насколько похож на них образ человека, которому важно придумывать новое и подходить ко всему творчески (N=983), в общей сложности 30% сказали, что в этом образе они узнают свои черты. Полностью отказались признавать свое творческое начало всего 9,3%. Одновременно с этим 29,2% давших ответ, признали свое сходство с человеком, для которого важно показать свои способности. 10,3% респондентов сказали, что в этом вопросе их сходство с предложенным типом личности минимально. Еще 24,6% россиян, согласившихся на ответ, отметили, что образ человека, ищущего для себя новые занятия, стремящегося в жизни попробовать много разного, близок их сердцу. 14,6% граждан нашей страны решили, что к ним подобный образ не имеет отношения. В общем, похоже, и мы флуктуируем к полюсу креативности. (Макдональдизация с глобализацией делают свое дело.) Не очень бодро? Вопрос для дальнейших исследований. Действительно ли, как пишет автор книги «Креативный класс: люди, которые меняют будущее» Ричард Флорида, каждого девятого российского социэкономикуса скоро станут величать хомокреативусом (homo creativus)? Мне пока неясно. А вы что скажете?

## ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЕ ПРОЕКТЫ

# СУДЕБНАЯ СИСТЕМА В РОССИИ: ЕДИНСТВО ФОРМАЛЬНОГО И НЕФОРМАЛЬНОГО ПОРЯДКА

**Сроки реализации проекта:** 2008–2010 гг.

**Участники проекта:**

Барсукова С.Ю. (руководитель) – д.соц.н., профессор кафедры экономической социологии ГУ–ВШЭ;

Ракитова В.А. – лаборант кафедры общей социологии ГУ–ВШЭ;

Хосуева Н.В. – к.соц.н., старший научный сотрудник Социологического института РАН (г. Санкт-Петербург)

Шушанян Н.Р. – к.соц.н., доцент кафедры общей социологии ГУ–ВШЭ

**Финансовая поддержка:** Российский фонд фундаментальных исследований

### Аннотация

Судебная система кажется воплощением обезличенных отношений, где правосудие однозначно определено формальными рамками. В данном проекте предполагается, что неформальные институты не менее формальных участвуют в выработке судебных решений. На примере арбитража, уголовных и гражданских судебных разбирательств рассматривается возможность субъектов корректировать работу судебной системы через использование институтов родства, дружеских сетей, коррупционного торга, «телефонного права».

### Содержание проекта

*Фундаментальная научная проблема, на решение которой направлен проект*

Право выступает функцией формального социального контроля со стороны государства. Но социальные субъекты не детерминированы этим правом. Специфика интерпретации закона различными группами, разнообразные ресурсы, которыми оперируют участники (в том числе латентные) судебных дел, порождают неформальные институты, одна часть из которых исходно конфликтногенна по отношению к формальным нормам, а другая – снижает уровень конфликтности отношений в сфере права. Одна из фундаментальных проблем социальных наук состоит в выявлении механизма взаимодействия формальных и неформальных институтов (субъекты взаимодействия, мотивы, стратегии, платформы, используемые ресурсы, характер связей).

Неформальные практики могут возникать в «правовых пустотах», быть антитезой формальных норм или формировать симбиоз институтов формальной и неформальной природы. Реальное поведение субъектов находится на стыке формального и неформального регулирования. Ослабление законопослушания – это не вопрос патологии отдельных субъектов, а социальный феномен конфронтации формального права и неформальных норм, зачастую с перевесом в пользу последних за счет укорененности в культуре, традициях, привычных способах разрешения коллизий. Например, практика вознаграждаемого

доносительства, формально узаконенная, может противоречить неформальным установкам на недоносительство как норме морали. К тому же формальные нормы изначально проектируются как достаточно эластичные, предоставляя пространство для маневра, что также стимулирует конструирование неформальных договоренностей по поводу их применения.

При всем разнообразии исследований неформальных институтов тема данного проекта обладает исключительной научной новизной. Западные ученые не изучают взаимодействие формального и неформального порядка на судебную систему, поскольку убеждены, что в странах либеральной демократии независимость судебной системы не подлежит сомнению. В России же подобные сомнения звучали не единожды, но, как правило, в публицистическом ключе или со стороны правозащитных организаций. Ожидаемые результаты переведут разговор о правосудии в плоскость социологического дискурса, представив судебную практику как реальное взаимодействие горизонтальных и вертикальных сетевых контактов, коррупционного торга, административного давления, карьерных ожиданий и традиционных способов разрешения коллизий, укорененных в культуре.

*Конкретная задача в рамках проблемы, на решение которой направлен проект*

Наша задача – изучить стратегии поведения субъектов в судебной сфере, формирующийся симбиоз формальных судебных норм и неформальных практик их реализации.

Судебная практика является сложным переплетением множества интересов всех участников судебного процесса. И реализовывать эти интересы они могут, опираясь на административные, экономические, политические и прочие ресурсы. Все участники судебного разбирательства задействуют сеть горизонтальных контактов для реализации своих интересов. На это накладывается место субъекта в вертикальной иерархии и позиция властных инстанций, формально дистанцированных от судебной ветви власти.

Мы попытаемся посмотреть на суд не как на арену борьбы противоположных сторон (истца и ответчика) в строгом соответствии с формальными нормами. Но как на переплетение разноплановых интересов – это могут быть интересы карьерного роста, материального обогащения, воспроизводства корпоративных правил, верности социальным сетям, передела рынка, лояльности руководству и т.д.

Судебное разбирательство может не выявлять, а наоборот, скрывать истинные мотивы конфликтующих сторон, поскольку может быть обусловлено интересами субъектов, не фигурирующих в судебном процессе. Обращение в суд может являться одним из средств разрешения долговременных и многопредметных конфликтов, которые не артикулируются в ходе судебного разбирательства.

Акцент нашего исследования приходится на *сравнительный анализ* характера (степени и качества) неформального взаимодействия участников различных видов судебного производства – арбитражного, гражданского и уголовного.

Основанием базовой гипотезы о том, что этот характер различается, является дифференциация конфигурации интересов, разная степень идеологической нагруженности, патронажа со стороны власти, объема и качества ресурсов конфликтующих сторон. Рассмотрение арбитражных, гражданских и уголовных дел – это не просто рассмотрение правонарушений разной степени тяжести, а выход в разные регистры неформальных практик, различие сценариев действий. В одном случае, возможно, больше влияет «телефонное» право, в другом – горизонтальные социальные контакты, в третьем – угроза криминального давления. Субъекты могут делиться на подчиненных закону (или избегающих такого подчинения) и создающих закон под собственные интересы. Разные части судебного производства (арбитраж, гражданские или уголовные дела) в разной степени

испытывают влияние субъектов по изменению формальных правил в соответствии с собственными интересами.

### *Методы и подходы*

Предполагается использовать широкий круг методов (наблюдение, контент-анализ, экспертный анализ), но наибольшее предпочтение отдается глубоким неформализованным интервью, экспертному анализу и case-study.

Наш исследовательский интерес затрагивают неформальные, в том числе и «нелегальные» способы реализации своих стратегий субъектами конфликтных взаимоотношений в судебной сфере. Это обуславливает заинтересованность субъектов в сокрытии соответствующей информации. Выбранная методика позволяет: а) снизить порог закрытости за счет психологического контакта с интервьюируемым; б) гибко менять схему интервью по мере получения интересующей информации.

Поскольку исследование ставит целью изучение поведения субъектов судебной сферы с выявлением качественных характеристик конфликтных взаимодействий социальных субъектов без определения степени их распространенности, проведение широкомасштабных анкетных опросов представляется нецелесообразным. Данное исследование принципиально нерепрезентативно, что является его особенностью.

Три года осуществления проекта предполагает три этапа исследования, посвященных соответственно арбитражным, уголовным и гражданским судебным делам.

## УЧЕБНЫЕ ПРОГРАММЫ

В.В. Радаев

# СОЦИОЛОГИЯ РЫНКОВ<sup>1</sup>: методика подготовки и обсуждения кейсов

Для направления 521200 – «Социология» (3-я ступень высшего профессионального образования)



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

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

### Общие сведения об учебном курсе

Дисциплина читается студентам магистерской программы «Прикладные методы социального анализа рынков» на факультете социологии ГУ–ВШЭ. Курс является элективным. Продолжительность курса составляет 140 часов (14 недель). Из них 56 аудиторных часов, в том числе: 28 часов лекционных занятий, 24 часа семинарских занятий 4 часа – экзамен. Рубежный контроль – письменный кейс и письменный экзамен.

### Требования к студентам

Освоение курса предполагает предварительное знакомство студентов с содержанием учебных дисциплин: «Основы экономической социологии», «Экономическая социология–2», «Социология потребления», «Социальные основы неформальной экономики».

### Цель курса

Дать систематизированное представление о концептуальных направлениях социологии рынков как ключевого направления современной экономической социологии; представить набор экономико-социологических инструментов для эмпирического исследования российских рынков.

### Учебные задачи курса

В результате прохождения учебного курса студенты должны:

- получить углубленные знания о предмете, основных методологических подходах и перспективах развития социологии рынков;

<sup>1</sup> См. полную программу курса: Экономическая социология. 2005. Т. 6. № 1. С. 115–130; а также Интернет-программу по данному курсу: <http://ecsocman.edu.ru/db/msg/292664.html>

- иметь представление о современных западных и российских теоретических направлениях социологии рынков;
- освоить набор аналитических инструментов эмпирического исследования конкретных российских рынков;
- получить навыки критического осмысления научных материалов по экономико-социологическим проблематикам.

### Формы контроля

Итоговая оценка складывается из трех элементов:

- 1) работа на семинарских занятиях (30%);
- 2) подготовка кейса по потребительскому рынку (сегменту рынка) (30%);
- 3) экзамен (40%).

### Методика подготовки и обсуждения кейсов

*Кейс* представляет собой самостоятельную индивидуальную или коллективную письменную работу дескриптивного и аналитического характера, посвященную описанию рыночной ситуации в самостоятельно выбранном сегменте потребительского рынка.

*Авторами кейса* могут быть отдельные студенты или группы студентов из двух или трех человек (по добровольному выбору студентов).

*План-график работы* по подготовке кейса:

|                                                        |                                               |
|--------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|
| Выбор и утверждение тем, образование групп (по выбору) | 1–2 недели 3 модуля                           |
| Подготовка и обсуждение на семинарах проектов кейсов   | 3–7 недели 3 модуля                           |
| Подготовка и обсуждение на семинарах полных кейсов     | 1–7 недели 4 модуля                           |
| Сдача готового текста кейса                            | 8 неделя 4 модуля (до даты экзамена по курсу) |

*Проект кейса* имеет общий объем не более 3 страниц стандартного текста и должен включать следующие обязательные элементы:

1. Тема работы и автор(ы);
2. Объект исследования (сегмент рынка), его ограничения;
3. Формулирование проблемы;
4. Предполагаемые способы и результаты разрешения проблемы;
5. Основные литературные источники;
6. Основные информационные источники;
7. Методы сбора и анализа данных;
8. Предполагаемая структура кейса;
9. Разделение труда между участниками (при образовании группы).

*Обсуждение проекта кейса* проводится по следующему плану:

1. Проект рассылается преподавателю и всем студентам группы не позднее, чем за одни сутки до времени обсуждения.
2. Участники обсуждения задают вопросы автору(-ам).
3. Автор(-ы) отвечает на вопросы и уточняет позицию (не более 15 минут).
4. Участники высказывают критические замечания и рекомендации в адрес проекта.

*Полный текст кейса* имеет объем до 12 страниц основного текста (без приложений) и включает следующие обязательные элементы:

- формулирование конкретной проблемы, актуальной для данной рыночной ситуации (см. ниже);
- методологическая часть – использование в анализе одной или нескольких экономико-социологических концепций; методы сбора и анализа данных из открытых источников или источников, доступных автору;
- краткое описание состояния данного сегмента потребительского рынка на основе обобщения и анализа доступной информации (см. ниже);
- описание вариантов решения поставленной проблемы с точки зрения определенного субъекта данного рынка (компании, деловой ассоциации, регулятора рынка, эксперта);
- подробное описание источников информации по единому академическому стандарту.

*Формулирование проблемы* означает выявление аспектов рыночной ситуации, которые подвергаются неоднозначным и противоречивым интерпретациям и (или) способны привести к неопределенным исходам в кратко- или среднесрочной перспективе.

В *описание сегмента рынка* рекомендуется включать следующие элементы:

- общий масштаб рынка и его основные сегменты;
- динамика рынка по сравнению со смежными рынками;
- уровень концентрации и монополизации рынка, степень его глобализации;
- основные типы игроков, формы конкуренции и сотрудничества между ними;
- основные организационные формы и построение цепей поставок;
- институциональные ограничения и роль государственного регулирования;
- наличие и характер деловых ассоциаций;
- профессиональные особенности и культурные практики;

*Обсуждение кейса* проводится по следующему плану:

1. Проект рассылается преподавателю и всем студентам группы не позднее, чем за одни сутки до времени обсуждения.
2. Автор(ы) представляют текст (не более 15 минут).
3. Участники обсуждения задают вопросы автору(-ам).
4. Автор(-ы) отвечают на вопросы (не более 10 минут).
5. Участники высказывают критические замечания и рекомендации в адрес текста.

*Сдача готового кейса.* Кейс сдается преподавателю в электронном и бумажном виде не позднее даты экзамена по данному курсу. Студенты, не предоставившие кейса, не допускаются к сдаче экзамена.

*Оценка сданного кейса* образует 30% общей оценки за курс. При групповой работе ставится общая оценка для всех участников группы.

*Ответственность за плагиат.* В тексте кейса могут использоваться чужие материалы при соблюдении следующих условий:

- число используемых источников информации не может быть меньше пяти;
- представленный текст не может быть простым копированием текста источников;
- на все источники должны даваться ссылки по установленному академическому стандарту.

При несоблюдении указанных требований и (или) обнаружении плагиата в размерах, ставящих под сомнение самостоятельность выполненной работы, ставится неудовлетворительная оценка.

## КОНФЕРЕНЦИИ

---

# ВСЕРОССИЙСКИЙ СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ ФОРУМ

21–24 октября 2008 г.

Государственный университет – Высшая школа экономики  
Москва

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

Организуется третий Всероссийский конгресс по социологии (он будет называться «Всероссийский социологический форум»). По просьбе Российского общества социологов он пройдет в Высшей школе экономики.

Информация о форуме будет размещаться на создаваемом в ГУ–ВШЭ специальном сайте:

<http://vsf.hse.ru>

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

Московская область, 3–9 июля 2008 г.

**Заявки принимаются до 1 апреля 2008 г.**

Лаборатория «Институциональный анализ экономических реформ» Государственного университета – Высшей школы экономики объявляет конкурс на участие в ежегодной Летней школе институционального анализа. Целью школы является создание и поддержание сообщества исследователей, работающих в области институционального анализа и на стыке институциональной экономики и смежных дисциплин – социологии, права, менеджмента, и обсуждение направлений возможных совместных исследований. Лучшие работы участников Летней школы будут рекомендованы для публикации в журналах «Вопросы образования», «Вопросы государственного и муниципального управления» и в «Экономическом журнале ГУ–ВШЭ», а также в серии препринтов Лаборатории институционального анализа ГУ–ВШЭ.

### Условия участия

К участию приглашаются научные сотрудники, преподаватели, аспиранты и студенты старших курсов, которые занимаются научными исследованиями в области экономического и социологического анализа институтов и организаций.

Участники школы получат возможность:

- послушать лекции ведущих экспертов в области экономики и социологии;
- представить проект своего исследования;
- обменяться опытом проведения исследований с другими участниками и экспертами Летней школы;
- обсудить проекты исследований в группах;
- принять участие в проектных семинарах и ролевых играх.

Участникам, прошедшим конкурсный отбор, организаторы предоставляют ограниченное количество грантов, покрывающих расходы на проживание и питание во время Летней школы.

Более подробную информацию о формате Летней школы можно найти на сайте: <http://lia-hse.com>.

## Правила подачи заявок

Для участия в школе необходимо прислать на адрес [rssia.lia@gmail.com](mailto:rssia.lia@gmail.com) письмо с пометкой в поле «Тема письма» – RSSIA 2008, к которому должны быть прикреплены следующие документы:

- заполненная анкета (форму анкеты см. на сайте Летней школы <http://lia-hse.com/rssia2008>);
- мотивационное письмо (не больше 300 слов);
- описание текущего исследования или проект исследования (не больше 1000 слов).

Мотивационное письмо пишется в свободной форме. В нем Вы должны аргументировать, почему Вы хотите принять участие в Летней школе институционального анализа.

Описание текущего исследования (или проект исследования) должно содержать следующие разделы:

- постановка проблемы;
- краткий обзор существующих исследований;
- цель исследования;
- гипотезы исследования;
- используемый инструментарий.

Текст мотивационного письма и описания текущего исследования должен быть представлен на русском языке в формате MS Word (размер кегля 12, шрифт Times New Roman, полуторный интервал, стандартные поля).

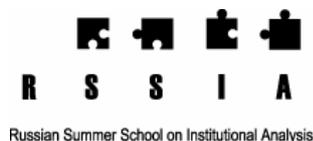
## Важные даты

|                        |                   |
|------------------------|-------------------|
| Подача заявки:         | 1 апреля 2008 г.  |
| Результаты конкурса:   | 20 апреля 2008 г. |
| Подтверждение участия: | 20 мая 2008 г.    |

Координатор конкурса: Мария Семенова

E-mail: [rssia.lia@gmail.com](mailto:rssia.lia@gmail.com)

Телефон: +7 905 710 1497





## Электронный журнал «Экономическая социология» объявляет о проведении ОБЩЕРОССИЙСКОГО КОНКУРСА ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИХ РАБОТ ПО ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СОЦИОЛОГИИ

Конкурс проходит по двум номинациям, соответствующим постоянным рубрикам журнала:

- **«Взгляд из регионов»**

В рубрике «Взгляд из регионов» публикуются работы российских авторов, которые постоянно проживают за пределами г. Москвы и Московской области.

- **«Дебютные работы»**

В рубрике «Дебютные работы» публикуются работы авторов, которые пока не имеют публикаций или имеют публикации в других областях, нежели экономическая социология.

### Победители конкурса

По каждой номинации жюри конкурса определит не более двух победителей.

Вознаграждение за 1-е место: публикация в журнале «Экономическая социология» в соответствующей рубрике в ближайшем номере журнала и денежный приз в размере 200 долл. США.

Вознаграждение за 2-е место: публикация в журнале «Экономическая социология» в соответствующей рубрике в течение 2008 г.

### Требования к работам

1. Работа должна иметь академический характер, представляя результаты теоретических или эмпирических исследований в области экономической социологии.
2. Работа не должна быть опубликована в иных изданиях до 10 марта 2008 г. (других ограничений по публикации работы нет).
3. Объем работы не должен превышать 1,5 п.л. (не более 60 тыс. печатных знаков).

---

Тексты на конкурс принимаются по электронной почте до 10 марта 2008 г. по адресу: [kotelnikova@hse.ru](mailto:kotelnikova@hse.ru)

---

Участникам необходимо представить следующие документы:

- краткое CV автора (или авторов, если их несколько; обязательно включить список публикаций);
- файл с текстом статьи (оформлен в соответствии со стандартными требованиями к профессиональной статье в академическом журнале);
- аннотация к статье.

Каждый участник должен получить подтверждение по электронной почте о получении своего текста.

Решение жюри будет объявлено не позднее 31 марта 2008 г. и опубликовано в разделе «Новости» журнала «Экономическая социология». По вопросам, связанным с проведением конкурса, обращаться к *Котельниковой Зое Владиславовне*:

тел. (495) 628-91-22; [kotelnikova@hse.ru](mailto:kotelnikova@hse.ru)