

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СОЦИОЛОГИЯ

электронный журнал

www.ecsoc.msses.ru

Т. 7. № 3. Май 2006

Главный редактор журнала – **Радаев Вадим Валерьевич**, д. э. н., зав. кафедрой экономической социологии, зав. Лабораторией экономико-социологических исследований, первый проректор ГУ–ВШЭ; профессор Московской Высшей школы социальных и экономических наук.

E-mail: radaev@hse.ru

Ответственный редактор – **Добрякова Мария Сергеевна**, к. соц. н., директор публикационной программы Независимого института социальной политики, зам. зав. Лабораторией экономико-социологических исследований ГУ–ВШЭ.

E-mail: m.dobryakova@socpol.ru

Корректор – **Андреева Елена Евгеньевна**, Издательский дом ГУ–ВШЭ.

Проект осуществляется при поддержке

[Московской Высшей школы социальных и экономических наук](#)

Журнал выходит пять раз в год:

№ 1 – январь,

№ 2 – март,

№ 3 – май,

№ 4 – сентябрь,

№ 5 – ноябрь.

Редакционный совет журнала

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

Содержание

Вступительное слово главного редактора	4
<u>Интервью</u>	
Юдкевич М.М. О Лаборатории институционального анализа экономических реформ.....	6
<u>Новые тексты</u>	
Тихонова Н.Е. Ресурсный подход как новая теоретическая парадигма в стратификационных исследованиях	11
<u>Новые переводы</u>	
Бейкер У., Фолкнер Р., Фишер Дж. Риски рынка: продолжение и разрыв межорганизационных рыночных связей. Часть 1 (<i>перевод З.В. Котельниковой</i>).....	27
<u>Взгляд из регионов</u>	
Бурнышев К., Вандышев М., Прямикова Е. Качество в российской промышленности: механизмы обеспечения.....	53
<u>Дебютные работы</u>	
Гладникова Е.В. Особенности ценностно-мотивационной структуры мужчин и женщин в сфере труда и занятости.....	69
<u>Профессиональные обзоры</u>	
Шевчук А.В. В сети будущего труда (обзор Интернет-ресурсов)	79
<u>Новые книги</u>	
Шевчук А.В. Лучшие книги о будущем труда (обзор литературы).....	82
Барсукова С.Ю. Стакан похмельного кефира (размышления над «Ящиком водки» А. Коха и И. Свиаренко).....	88
<u>Исследовательские проекты</u>	
Практики хозяйственной конкуренции на рынках потребительских товаров современной России (рук. – <i>З.В. Котельникова</i>)	91
<u>Учебные программы</u>	
Радаев В.В. Современный стратификационный анализ.....	95
<u>Конференции</u>	
Всероссийская научная конференция «Социологические методы в современной исследовательской практике» памяти А.О. Крыштановского.....	109
Международный проект «Российский мониторинг экономического положения и здоровья населения».....	118

VR Вступительное слово главного редактора

Как мы обещали, состоялось открытие нового сайта Лаборатории экономико-социологических исследований (<http://ecsoclab.hse.ru>). Мы тщательно готовились к этому событию, и на сайте Вы найдете множество всяких материалов. Здесь концепция и предыстория создания Лаборатории, формальные и неформальные анкеты всех ее сотрудников, описание проектов и публикации, результаты прошедших семинаров с текстами докладов, анонсы предстоящих событий и многое другое. Есть там и юмористическая страница – «Всюду ЛЭСИ» – с рисунками и дневником, повествующим о бюрократических мытарствах, которые пришлось преодолеть при оформлении бумаг о создании Лаборатории. Впрочем, лучше один раз увидеть...

Теперь о материалах нового номера.

Вслед за опубликованным в прошлом номере **интервью** о Лаборатории экономико-социологических исследований мы публикуем интервью с *М.М. Юдкевич* – зав. Лабораторией институционального анализа экономических реформ (науч. рук. Лаборатории Я.И. Кузьминов), которая стала первой научно-учебной лабораторией ГУ–ВШЭ и во многих отношениях послужила моделью при создании и нашей Лаборатории. Кроме того, проблематика институциональной экономики для нас, безусловно, интересна.

В рубрике **«Новые тексты»** публикуется статья *Н.Е. Тихоновой* о ресурсном подходе в стратификационных исследованиях. Это первая статья данного известного автора в нашем журнале (чему мы, несомненно, рады). Напомним также, что в прошлом номере мы знакомили читателей с новым исследовательским проектом Н.Е. Тихоновой, выигранным по конкурсу ГУ–ВШЭ «Учитель – ученики».

Очередной дебют в рубрике **«Новые переводы»**: *Школа перевода* Лаборатории экономико-социологических исследований представляет перевод *З.В. Котельниковой*. Речь идет о первой части широко известной статьи У. Бейкера, Р. Фолкнера, Дж. Фишер «Риски рынка: продолжение и разрыв межорганизационных рыночных связей». Статья посвящена институциональному анализу рынка рекламных услуг и рассказывает о том, при каких условиях рекламодатели продолжают или разрывают связи со своими рекламными агентствами. Заключительная часть перевода будет опубликована в следующем номере журнала.

В рубрике **«Взгляд из регионов»** публикуется статья наших коллег из Екатеринбургского государственного университета *К. Бурнышева, М. Вандышева и Е. Прямиковой*. Она посвящена проблеме качества на российских промышленных предприятиях, которая обрела второе рождение в связи с включением в стратегии предприятий планов сертификации по международным стандартам ISO 9000.

В рубрике **«Дебюты»** мы публикуем статью *Е.В. Гладниковой* (ГУ–ВШЭ), посвященную особенностям ценностно-мотивационной структуры мужчин и женщин в сфере труда и занятости. Автор заняла второе место в номинации «Дебюты» в конкурсе нашего журнала в 2006 г. Обратим внимание на то, что речь идет о студентке третьего курса. Надеемся, что это не последний успех нашего дебютанта. Работы победителей конкурса опубликованы в предыдущем номере журнала.

В разделе **«Профессиональные обзоры»** Вы найдете подготовленный *А.В. Шевчуком* обзор Интернет-ресурсов по популярной проблематике The Future of Work (Будущее труда). Если Вы еще не знаете, что такое «телеработа», у Вас появился шанс это узнать. Если же Вы в курсе событий, то обзор окажется для Вас тем более полезным.

Тема труда и его будущего плавно продолжается *А.В. Шевчуком* в рубрике **«Новые книги»**. Здесь рядом с красочными обложками Вы найдете аннотации трудов многих классиков

жанра, представляющих разные направления в социальных науках, включая Ч. Хэнди, Х. Арендт, З. Баумана, Р. Дарендорфа и др.

В этой же рубрике нас ожидает не вполне обычная рецензия на не совсем обычную книгу. Точнее, это даже не рецензия, а личные размышления *С.Ю. Барсуковой* над трехтомником А. Коха и И. Свинаренко «Ящик водки». Не знаю, захочется ли Вам после прочтения рецензии открывать эту книгу, но сами размышления весьма интересны.

В рубрике «**Исследовательские проекты**» мы предлагаем Вашему вниманию краткое описание интересного межрегионального проекта «Практики хозяйственной конкуренции на рынках потребительских товаров современной России» (рук. – *З.В. Котельникова*). Проект осуществляется силами молодых преподавателей, аспирантов и студентов четырех городов: Благовещенск, Иркутск, Магадан, Москва.

Что касается «**Учебных программ**», то в данном номере публикуется программа курса *В.В. Радаева* «Современный стратификационный анализ». Курс читается в рамках совместной магистерской программы ГУ–ВШЭ и Московской Высшей школы социальных и экономических наук. Программа валидирована в Манчестерском университете (Великобритания).

В рубрике «**Конференции**» мы знакомим Вас с программами двух важных конференций, которые состоялись в апреле 2006 г.:

- Всероссийская научная конференция «Социологические методы в современной исследовательской практике» памяти А.О. Крыштановского, первого декана факультета социологии ГУ–ВШЭ;
- Международный проект «Российский мониторинг экономического положения и здоровья населения».

* * *

Граждане! Все на сайт Лаборатории экономико-социологических исследований!

Интервью

VR Вслед за опубликованным в прошлом номере интервью о Лаборатории экономико-социологических исследований мы публикуем интервью с *М.М. Юдкевич* – зав. Лабораторией институционального анализа экономических реформ (науч. рук. Лаборатории Я.И. Кузьминов), которая стала первой научно-учебной лабораторией ГУ–ВШЭ и во многих отношениях послужила моделью при создании и нашей Лаборатории. Кроме того, проблематика институциональной экономики для нас, безусловно, интересна.

ЛАБОРАТОРИЯ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОГО АНАЛИЗА ЭКОНОМИЧЕСКИХ РЕФОРМ

Интервью с Марией Марковной Юдкевич, к. э. н., зав. Лабораторией¹

– Зачем и для кого была создана лаборатория?

– Скажу сразу: в январе 2005 г., когда началась наша история, мы не знали, что получится то, что получилось. Изначально – кажется, с осени 2003 г., существовал семинар научных ассистентов ректора: Ярослав Иванович собирал студентов, которые делали доклады, мы эти доклады обсуждали, говорили о разных проектах, которыми «было бы интересно заняться». В какой-то момент родилась идея организационным образом закрепить это положение вещей – создать команду преподавателей и студентов, которые будут заниматься собственными исследованиями.

И мы стали готовить концепцию, которую впоследствии обсуждал ректорат и утвердил Ученый совет. В ее основе лежит идея «создания среды, которая способствует научному общению и кооперации, раннему вовлечению студентов в академическую деятельность, преодолению разобщенности научной и учебной компонент». В общем, мы хотели создать среду, в которой было бы **комфортно заниматься наукой**: была бы возможность обсуждать свои идеи, получать помощь и поддержку коллег, искать единомышленников. Причем было бы комфортно всем: и преподавателям, и аспирантам, и студентам, которые только пробуют себя в академической деятельности. Значит, думали мы, нужно создавать «горизонтальную» команду, где все были бы в первую очередь коллегами.

Изначально предполагалось, что наша команда будет маленькой. Но, видимо, такой подобрался народ: все время появляются новые идеи, новые люди, новые замыслы. Поэтому мы растем и расширяемся. А семинар научных ассистентов ректора продолжает свою работу: мы по-прежнему собираемся, но обсуждаем теперь, главным образом, уже полученные результаты.

– В чем отличия лаборатории от других научных и учебных подразделений ГУ–ВШЭ?

– В чем отличия лаборатории? Я не берусь судить о том, что есть в других подразделениях, поэтому скажу, что есть у нас. Наверняка мы не одни такие. А мы по своей идее и задумке – очень инновационная структура, восприимчивая к новым идеям и практикам. Редкий день у нас проходит без того, чтобы кто-нибудь не произнес: «А почему бы нам не организовать сейчас расскажу что...» или «Хм, хороший сюжет для исследования...» В общем, кажется, мы – неплохая площадка для академических инноваций. Когда наша первоначальная идея – **идея горизонтальных команд** – окончательно заработает, мы обязательно придумаем что-нибудь еще.

В целом же ориентируемся мы на то, чтобы совмещать исследовательскую и преподавательскую деятельность. Это непросто, даже при самых благоприятных условиях,

¹ Беседу провела М.С. Добрякова.

но, похоже, возможно. Хотелось бы, чтобы эти возможности были доступны для тех студентов Вышки, которые думают об академической карьере.

В схеме работы лаборатории меньше от обычной вертикали. Конечно, это не значит, что у нас нет старших и младших. Но это деление образуется не по возрасту или званиям. У нас старший тот, кто возится с кем-нибудь, кто отвечает не только за самого себя.

Наконец, мы придерживаемся принципа максимальной открытости: на нашем сайте (<http://lia.hse.ru>) можно найти практически все материалы семинаров, обсуждений и, конечно, тексты препринтов и ссылки на наши статьи.

– А каковы основные направления вашей деятельности? Это, в принципе, что угодно с позиций институциональной экономики, или есть предпочтения / ограничения?

– Если зайти к нам в лабораторию, то первое, что бросается в глаза в рабочей комнате ассистентов, – это большой стенд со схемой лаборатории: на нем висят наши фотографии, сгруппированные по темам-направлениям. Этих направлений у нас четыре.

Первое – это экономика образования. У нас есть возможность использовать в своих проектах уникальные данные мониторинга российского образования, собранные за несколько лет. В этом году мы впервые принимали участие в разработке инструментария мониторинга и многому за это время научились, в том числе у наших коллег из Института статистики и экономики знаний ГУ–ВШЭ. С января этого года мы начали проект «Экономика университета», в рамках которого изучаем практики и академическую среду экономического факультета Вышки. Сейчас обрабатываем данные интервью с руководством Школы, преподавателями, заведующими кафедрами и студентами. К осени появится ряд препринтов с результатами.

Второе – экономика бюрократии. Сегодняшние российские реалии, реализация административной реформы ставят множество задач и открывают широкие возможности для институционального анализа и институционального проектирования. Пока мы занимаемся в большей степени теоретическим анализом отношений в государственном секторе, начинаем разработку методологии для наших будущих эмпирических исследований. Надеемся в скором будущем создать рамку для совместных проектов с теми подразделениями и экспертами Вышки, которые участвуют в разработке сегодняшних реформ.

Третье направление – мы условно называем его «Экономика необычных институтов» – представляет собой, по сути, команду тех, кому интересны темы, лежащие в области институционального анализа, но относящиеся к каким-то другим направлениям. Это и экономика СМИ, и поведение банков при формировании кредитных бюро, и многое другое. Каждый, кто приходит к нам с серьезным желанием заниматься, имеет возможность это сделать. Хотя сейчас мы подходим к этапу, когда пора перестать заводить новые направления исследований и самое время развивать старые, уже начатые, но каждый раз, когда появляется новая идея, устоять очень сложно.

Четвертое направление – преподавательское. Мы читаем лекции и ведем семинарские занятия по курсам институциональной экономики на нескольких факультетах ВШЭ (как в бакалавриате, так и в магистратуре). Работает сайт «Институциональная экономика» (<http://new.hse.ru/sites/nie>), на котором поддерживаются страницы по всем нашим курсам. На них можно найти слайды лекций, всевозможные материалы к занятиям, узнать результаты контрольной работы и даже оценить шансы на получение той или иной итоговой отметки. Еще в рамках направления всю работу над новыми методическими материалами: поскольку над ними работают студенты или вчерашние студенты, которые еще очень хорошо помнят свою учебу, они стараются сделать эти материалы как можно более интересными.

– Каким образом на практике действует стержень «профессор – преподаватель – аспирант – студент»? Действительно ли это продуктивный и эффективный разновозрастный отряд?

– Начнем с того, что на практике это все-таки не стержень. Скорее, капуста: кто-то в центре – и, уверяю Вас, это не обязательно преподаватель, кто-то посередке, кто-то на периферии, только присматриваясь и обдумывая возможности участия.

– А в каком формате осуществляется общение?

– Организационная рамка общения – семинары. Есть «внутренние» семинары отдельных направлений: проектная группа собирается и разбирает статьи, идеи, промежуточные результаты. Есть «внешние» семинары, на которые собирается вся лаборатория: как правило, это доклады по интересным академическим статьям или презентация результатов той или иной нашей работы. Помимо этого, конечно, старшие довольно много консультируют младших.

Продуктивный ли и эффективный мы отряд? Сложно сказать. Есть первые статьи. Есть удовольствие от работы. Ощущение академической свободы и множество идей.

– А сложности в работе встречаются?

– Конечно, есть сложности. Некоторых мы не ожидали. Например, даже удивительно, насколько человеку, приученному к вертикальному общению в модели «студент – преподаватель», сложно отвыкнуть от этого. Первое время на семинарах студенты не обращались напрямую друг к другу: норовили задать вопрос или дать комментарий не выступавшему коллеге, а кому-нибудь из преподавателей. Горизонтальное общение налаживается, но не так быстро, как хотелось бы. Впрочем, сейчас во время семинаров частенько идет очень живое обсуждение, и люди потихоньку учатся «исследовательской взаимопомощи», понимая, что они многое могут друг другу. Это очень приятно видеть.

Потом, реализуемая модель требует от старших коллег меньше времени уделять собственным исследованиям и больше заниматься с младшими. Мы рассматриваем такую деятельность как инвестиции: со временем подрастет смена, которая будет разделять наши ценности, тоже будет возиться с младшими студентами. И на самом деле, это уже потихоньку начинает происходить.

Во многом кооперация становится возможной, поскольку есть «среда обитания». На практике оказалось очень важным наличие помещения, рабочего пространства с компьютерами и доступом ко всем электронным ресурсам Школы. У аспирантов свое рабочее место с компьютером. Для остальных в одной большой рабочей комнате, где по вечерам проводятся семинары, оборудовано несколько рабочих мест – можно прийти поработать. Потихоньку накапливаются книжки в еще недавно совсем пустом книжном шкафу.

К нам постоянно приходят новые люди, но проблема с привлечением кадров есть. Старшекурсники к нам, как правило, приходят редко, поскольку многие в это время уже начинают работать. Говорят, сложно деятельность в коммерческом секторе сменить на академическую. Корень этой проблемы в том, что многие талантливые и способные ребята не видят устойчивой успешной траектории в академической карьере, поэтому не хотят инвестировать в этот путь своего развития. Что такое «успешный бизнесмен – гордость выпуска», более или менее понятно. Ясно также, в какую конкурентную гонку нужно включиться, возможно, даже в ущерб учебе, чтобы иметь шанс добиться успеха в бизнесе. А что с академической карьерой для экономиста? – «В России? А такое вообще возможно?». Нужно ли говорить, что при таком распространенном мнении рискуют совсем немногие. Хотя, мне кажется, правильно рискуют.

Что еще о трудностях? В силу небольшого пока опыта, мы часто недооцениваем объем работ в тех задачах, в которые ввязываемся. Ну в конце концов, может, это не так уж и плохо. Если бы мы умели с самого начала оценивать «масштаб катастрофы», может, мы бы сейчас занимались совсем другими вещами.

– А вы как-то включены во взаимодействие со смежными, «дружественными» дисциплинами?

– На самом деле, не очень понятно, что это такое – «дружественные дисциплины». У институциональной экономики, с которой так или иначе связано большинство проектов лаборатории, пока не сформировалось собственного твердого ядра, поэтому и границы между ней и «дружественными дисциплинами» весьма условные. Мы стараемся ходить на те научные семинары Вышки, которые нам интересны (пока получается далеко не всегда – наверное, когда большая часть факультетов соберутся вместе, в одном здании, будет легче), часто приглашаем кого-нибудь выступить у нас. Это сотрудничество? Наверное, пока нет.

Среди студентов, которые принимают участие в работе лаборатории, не только экономисты. Это и социологи, и недавно присоединившиеся к нам представители факультетов государственного управления и менеджмента.

Судя по тому, что недавно при информационной и организационной поддержке лаборатории прошел эксперимент с участием 120 студентов-третьекурсников экономического факультета, – есть интерес к экспериментальной экономике. Значит, недалек тот час, когда мы начнем сотрудничать с психологами.

При этом взаимодействие представителей разных факультетов дает большую отдачу. Ребята учатся понимать языки других дисциплин, с уважением относиться к «непохожести» тем, методов и идей, над которыми работают другие, на их собственные. А отсюда уже недалеко до реального сотрудничества.

– А как насчет зарубежных коллег? Поддерживаются какие-то контакты именно на уровне лаборатории?

– Ну, не все сразу. Конечно, нам бы хотелось организовать какой-нибудь совместный проект с зарубежными коллегами – тем более, что и в экономике образования, и в экономике бюрократии есть широкое поле для сравнительного анализа и межстрановых сопоставлений. И мы уверены, что это еще впереди.

А пока мы только устанавливаем контакты. Наши ребята выступали с докладами на нескольких международных конференциях и школах, знакомятся со своими коллегами из зарубежных университетов. На семинарах лаборатории выступали зарубежные профессора, которые приезжали читать лекции в Вышку и принимали приглашение выступить у нас. Выступали они не с учебными лекциями, а с докладами по своим последним работам.

– Скажите, а сейчас уже можно назвать какие-то осязаемые результаты вашей работы?

– У нас сейчас такой период – все результаты, которые есть – первые.

Первые препринты созданной нами серии: с лета 2005 г. уже вышло 7 штук, еще несколько вот-вот будут переданы в редакцию. Первое выступление на конкурсе исследовательских проектов (EERC) и первый «взрослый» грант, полученный студентом лаборатории. Первые выступления с докладами на международных конференциях молодых исследователей. Первая статья, доведенная нами до состояния, когда ее было не стыдно послать в западный академический журнал.

Но помимо таких осязаемых материальных вещей есть и то, что довольно сложно измерить и записать в формальный отчет. Эта та командная исследовательская атмосфера, которая начинает складываться. Это, говоря институциональным языком, те нормы и рутины академической культуры, которые формируются на наших глазах. Нельзя сказать, что мы

достигли в этом плане всего. Но мы научились друг друга слышать. Значит, мы учимся работать вместе.

– А каковы ваши планы? Что хотелось бы совершить?

– Планов и идей у нас множество. Это создание **модели исследовательского семинара** и участие в создании специализации, в которой исследовательская компонента будет одним из центральных элементов обучения. Мы хотим выстроить такую схему работы над курсовыми и дипломными проектами, когда написанный диплом или курсовая будет результатом работы студента над реальным проектом в рамках участия в исследовательском семинаре в течение года.

Это продолжение работы над пособием (в него войдут задачки, кейсы, вопросы и тесты) к курсу «Институциональная экономика», которое будет дополнением к вышедшему в начале этого года учебнику Я.И. Кузьмина, К.А. Бендукидзе, М.М. Юдкевич «Курс институциональной экономики: институты, сети, трансакционные издержки и контракты»². Не буду много рассказывать про это, скажу только, что мы задумали его в нескольких формах: не только в традиционной бумажной, но и в электронной: в виде интерактивного обучающего модуля с возможностями экспертной поддержки, всякими мультимедийными примочками и разными гибко настраиваемыми под запросы конкретного пользователя уровнями сложности.

Это реализация модели дистанционной исследовательской команды. Мы начинаем работу над совместным исследованием с командой студентов Пермского филиала ГУ–ВШЭ и надеемся, что он даст не только интересные результаты, но и опыт дистанционной работы.

Ну и еще в планах много всего другого, конечно.

Наконец, мы еще не придумали, в какой именно форме, но в завершение учебного года мы проведем презентацию основных наших результатов – все, кому интересно, смогут прийти и послушать. А кто-то, возможно, присоединится к нам в следующем году.

22 мая 2006 г.

² М.: ГУ–ВШЭ, 2005. Фрагменты учебника см.:
http://new.hse.ru/sites/liaer2/3/1/book_kby/001.html

Новые тексты

РЕСУРСНЫЙ ПОДХОД КАК НОВАЯ ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ ПАРАДИГМА В СТРАТИФИКАЦИОННЫХ ИССЛЕДОВАНИЯХ¹

Тихонова Наталья Евгеньевна

д. соц. н., проф., зав. кафедрой социально-экономических систем и социальной политики
ГУ–ВШЭ, зам. директора Института социологии РАН

Email: ntihonova@hse.ru

Качественный скачок в изменении состояния российского общества, своего рода мирная революция, пережитая им в последние два десятилетия, подходит к своему завершению. По крайней мере с точки зрения изменения типа социальной структуры² общества наступает период относительно спокойного эволюционного развития. А это значит, что настал момент анализа социальных итогов прошедшего периода, того, какова же реальная социальная структура современного российского общества.

Попытка ответить на вопрос о социальной структуре российского, как, впрочем, и любого другого общества, упирается, однако, в вопрос о том, что же выступает критерием выделения тех или иных социальных групп в качестве структурообразующих элементов общества в целом. Учитывая, что проблеме социальной дифференциации посвящено огромное количество литературы, я, разумеется, не претендую на то, чтобы дать в данной статье даже беглый обзор предлагавшихся в истории изучения стратификации исследовательских парадигм³. Ограничусь лишь очень краткой характеристикой двух основных, без которых невозможно понять ни логику возникновения, ни эвристические возможности ресурсного подхода, которому, собственно, и посвящена данная статья.

Основными применительно к проблематике социальной стратификации являются подходы, родоначальниками которых выступили, с одной стороны, Карл Маркс, а с другой – Макс Вебер. Идеи двух этих гигантов социологической мысли и до сих пор во многом определяют развитие социологии. Причем их учения не противоречат друг другу, как это порой пытаются представить. Напротив, они, скорее, являются взаимодополняющими, поскольку создавались для решения принципиально разных научных задач.

Маркс разрабатывал свою стратификационную концепцию для целей анализа противоречий, лежащих в основе развития общества, и сосредоточивал внимание прежде всего на анализе взаимоотношений полярных классов капиталистического общества – рабочих и капиталистов. Различие между ними было связано для него, в первую очередь, с особенностями объектов собственности этих двух классов, один из которых выступал собственником вещных компонентов капитала, а другой – способности к труду.

¹ Работа выполнена при поддержке индивидуального исследовательского гранта ГУ–ВШЭ 2005 г. «Роль различных типов капитала в формировании новой системы стратификации российского общества».

² Термин «социальная структура» используется мной в узком смысле слова как синоним понятий «социальная стратификация», «стратификационная система» и т.п.

³ Среди работ, где такой обзор представлен достаточно полно, особенно см.: Радаев В.В., Шкаратан О.И. Социальная стратификация. М.: Аспект Пресс, 1996; а также к главы «Общие основы социального расслоения» и «Классические направления стратификационного анализа» в работе: Радаев В.В. Экономическая социология. М.: ГУ–ВШЭ, 2005.

Что же касается Макса Вебера, то для адекватного понимания его концепции стратификации надо учитывать, что его молодость пришлась не на бурные 40-е, как у Маркса, а на спокойные 80-е годы XIX в. Капитализм в этот период уже прочно утвердился в Германии, переживавшей во времена Маркса эпоху буржуазных революций, а классовые противоречия стали почти банальностью для любого ученого, изучавшего общество. Зато эпоха Вебера имела не менее ярко отличающую ее от других эпох черту, чем классовые бои времен Маркса, – мир в это время перестает восприниматься как нечто безграничное. Приходит и прочно утверждается в общественном сознании понимание множественности цивилизаций и культур, имеющих разные системы ценностей. В быт людей входят радио, телефон, автомобиль и т.п. Резко растет доля работников умственного труда.

Этот новый мир, нуждавшийся в осмыслении, был достаточно стабилен, но сложен, многолик и многогранен, и именно он, а не оставшиеся позади бурные процессы качественных ломок эпохи утверждения капиталистических отношений, диктовал свои требования всякому, кто попытался бы выделить основные социальные группы, составлявшие общество на этом этапе его развития. Естественно, что для Вебера на первый план выходит уже не диалектика развития самого общества в ходе разрешения противоречий, дошедших до стадии антагонистических, а множественность социальных различий вообще и культурных – в особенности. В центре его внимания – *не развитие, а различия, не производство, а культура.*

Однако при этом социальные позиции на разных полях для Вебера, как, впрочем, и для Маркса, – это не столько конструкты для построения модели социальной структуры общества, сколько факторы, в конечном счете *определяющие социальные действия* индивидов. Поэтому особый акцент Вебер делал на том, что представители одного класса⁴ имеют обычно сходные стили поведения и жизненные шансы, определяющие стратегии действий выходцев из соответствующих классов, а также на осознании ими своей идентичности, влияющей на их социальные действия.

В последующие сто с лишним лет для понимания социальной структуры обществ индустриального и позднеиндустриального типа было сделано невероятно много. При этом неомарксисты не только начали анализировать взаимоотношения классов, но и пытаться описать каждый из них (задача, которую Маркс перед собой не ставил), а неовеберянцы начали уделять все большее внимание зависимости классов друг от друга, взаимоотношениям их между собой. При этом и исследовательские задачи, и наборы критериев выделения социальных классов в рамках двух этих подходов продолжали различаться. В число критериев стратификации соответственно входили:

- в марксистской традиции – *отношение к собственности*, включая ее наличие, характер (производственная – непроизводственная), объект (земля, фабрика, финансовые средства, рабочая сила и т.д.) и объем. Впоследствии эти показатели были дополнены позициями, занимаемыми в системе *контроля над собственностью*, а не только владения ею;

⁴ Термин «класс» в данном случае представляется вполне оправданным, так как Вебер рассматривает стратификацию общества с доминированием именно классовой структуры. Класс же отличается от сословия или касты тем, что классовая принадлежность: 1) обуславливается различиями в *экономическом* положении различных социальных групп, их неравенством в отношении владения *ресурсами* и контроля над ними; 2) не связана жестко с *врожденным* статусом, и формальных ограничений на браки между людьми из разных классов не существует; 3) хотя бы частично *зависит от действий самого человека* и связана с появлением в условиях классовых обществ гораздо большей свободы выбора и 4) классовое неравенство имеет *обезличенный* характер, а не укоренено в личных взаимоотношениях людей.

- в вебериянской традиции – *экономическое положение* (собственность, доход, образование / квалификация), *статус* (престижность занимаемого положения в рамках данной культурной традиции), *особенности культуры* (мировоззрения, стиля жизни и т.п.), *позволяющие определить жизненные шансы представителей различных классов*. Впоследствии эти показатели были дополнены объемом и характером властных полномочий, характером труда, особенностями договорных отношений при найме и т.д.

Таким образом, *происходящая конвергенция двух этих подходов происходила прежде всего за счет пересмотра роли критерия властных полномочий. В неомарксистском подходе власть из «функции» собственности, ее производной превратилась в самостоятельный критерий стратификации. Возросла значимость этого критерия и в вебериянской традиции*, что отразило новые явления в жизни самого общества, прежде всего – рост роли государства и значимости управленческих функций. Это, как и все большее усложнение методологии стратификационных исследований, стало свидетельством того, что у представителей обеих научных школ начало возникать понимание *неадекватности традиционных парадигм изучения стратификации современному этапу развития общества*, плавно переходившему от позднеиндустриального к постиндустриальному (в других теоретических и терминологических традициях – от раннелиберального к позднелиберальному, от модерна к постмодерну и т.д.).

Во многом это было связано и с тем неожиданным ударом, который нанесли по классическим моделям социальной структуры экономисты, начавшие заниматься изучением человеческого капитала. Вначале Т. Шульц, а затем и Г. Беккер заложили основы понимания сущности этой новой разновидности капитала и разработали методики его расчета. Ими был предложен и взгляд на образование как на *инвестиции*, а не как на приобщение к культурному опыту. Более того, были выделены две основные формы этого капитала, связанные с наличием общих и специфических навыков, а также поставлен вопрос о рентах, которые должны получать работники, обладающие определенными навыками, связанными с особенностями их знаний. В результате к *традиционным формам собственно экономического капитала, роль которого в стратификации признавалась сторонниками обеих научных школ, в последние десятилетия добавился не только властный, но и человеческий капитал*.

Своего рода проявлением переживаемого стратификационными исследованиями кризиса методологии стало и появление концепции элит, которая, как справедливо отмечал Э. Гидденс, является своего рода отказом от классового анализа и противопоставлением уже не классов, а «элиты» и «массы». Появление концепции элит отразило численный рост высших классов и изменение их состава (за счет роста роли государства и государственных служащих, топ-менеджеров частных компаний и т.д.). Не случайно высший класс исчез и в классовой схеме современного общества, предложенной Дж. Голдторпом, и его место занял верхний средний класс – факт, на который также обращал внимание в связи с дискуссиями о судьбе высшего класса Э. Гидденс⁵.

Средний класс постигла судьба не менее печальная, чем высший – сначала средние слои разрослись настолько, что начали утрачивать свою качественную специфику, и на смену «классическому» среднему классу пришли «старый» и «новый» средние классы. Затем наметилась тенденция сокращения и размывания средних слоев, и стало понятно, что в современных западных обществах применительно к ним речь идет уже не о некоем едином стратификационном континиуме, а о множестве качественно различных образований с разными историческими перспективами.

⁵ Гидденс Э. Социология. М.: Эдиториал УРСС, 1999. С. 214.

Последний удар по старым парадигмам анализа стратификации нанесла пришедшая на смену традиционным концепциям бедности концепция эксклюзии, противопоставляющая уже не «верхи» и «низы», а находящиеся в мейнстриме и социально исключенных.

Таким образом, к концу XX в. «растворились» и исчезли не только традиционные «капиталисты» и «рабочие», о которых писал Маркс и которых неомарксисты активно искали в новых условиях, но и высший класс, средний класс, рабочий класс и бедные, ситуацию с которыми анализировали многие сторонники неовеберовского подхода. Кризис достиг своей зрелой формы, и стало ясно, что нужны новые теории, объясняющие ситуацию, сложившуюся в стратификации обществ современного типа.

Необходимость смены стратификационных моделей и анализа природы неравенств в новом, приходящем на смену позднеиндустриальному, обществе осознали и прямо сформулировали теоретики, разрабатывавшие альтернативные традиционным концепции стратификации (П. Бурдьё, М. Кастельс, У. Бек, Д. Граски, Э. Соренсен и др.). При этом так или иначе, в явной или неявной форме, но отправной точкой практически всех этих концепций выступали ресурсы (активы, капиталы).

Наиболее известна в контексте именно ресурсного подхода к стратификации из всех перечисленных выше концепция капиталов Пьера Бурдьё. Причем в своем понимании природы капитала Бурдьё фактически следует классической марксистской традиции, но развивает ее применительно к новым историческим условиям. Так, в своей известной работе «Формы капитала» он пишет: «Капитал – это накопленный труд (идет ли речь о его материализованной или “инкорпорированной”, телесной форме). Когда агенты или группы агентов делают его объектом частного (эксклюзивного) присвоения, это позволяет им присваивать и социальную энергию в форме овеществленного или живого труда»⁶. Как видим, Бурдьё прямо приравнивает «инкорпорированный», т.е. ставший неотъемлемой частью данного индивида «овеществленный» в нем культурный капитал к традиционному материализованному вовне его капиталу, дающему возможность присвоения «социальной энергии».

Продолжая начатый еще Г. Беккером поиск новых видов капитала, отражающих видоизменение последнего в современную эпоху, Бурдьё выделяет три основные формы капитала, лежащие в основании социальной стратификации, – экономический, культурный и социальный капиталы. Ему же принадлежит и идея о том, что «внутри каждого класса, определяемого по общему объему его капитала, выделяются подклассы, различия между которыми основаны на структуре активов, т.е. различных формах распределения совокупного капитала между отдельными его видами»⁷, структура распределения которых может быть симметричной или асимметричной.

Причем культурный капитал для Бурдьё – это не только определенное количество лет обучения или определенный набор общих и специфических знаний и навыков, отражающих в «снятом» виде затраченный на их приобретение труд. Собственно, это вообще труд, связанный не только с получением образования, – почему Бурдьё и заменяет понятие человеческого капитала Г. Беккера, прочно связанное с образованием, на культурный капитал. Культурный капитал Бурдьё – это и особенности поведения, включая особенности речи, и способность к обучению сама по себе, и многие другие особенности, вытекающие из условий социализации каждого конкретного индивида и отражающие его труд по освоению культурного наследия в процессе социализации, – своего рода этап первоначального

⁶ Бурдьё П. Формы капитала // Западная экономическая социология. Хрестоматия современной классики / Науч. ред. и сост. В.В. Радаев; пер. М.С. Добряковой и др. М.: РОССПЭН, 2004. С. 519.

⁷ Там же.

накопления этого вида капитала. Более того, это накопленный труд, который был затрачен не только им самим, но и в «снятом» виде включает в себя также труд других людей, затраченный на его обучение и социализацию, и прежде всего – в родительской семье.

Что же касается социального капитала, то Бурдье характеризует его как «совокупность реальных или потенциальных ресурсов, связанных с обладанием устойчивой сетью более или менее институционализированных отношений взаимного знакомства и признания»⁸. Причем, если культурный капитал включает в себя капитал людей, в кругу которых проходила социализация индивида, в «снятом» виде, то социальный капитал прямо зависит по своему объему и структуре от показателей капитала тех, кто входит в сеть связей данного индивида. «Объем социального капитала, коим располагает данный агент, зависит от размера сети связей, которые он может эффективно мобилизовать, и от объема капитала (экономического, культурного или символического), которым, в свою очередь, обладает каждый из тех, кто с ним связан»⁹.

Фактически же в работах Бурдье присутствуют упоминания о большем, чем три названные выше, количестве видов капитала, оказывающих влияние на стратификацию. В различной связи Бурдье добавляет к ним властный капитал («различные формы капитала (или власти, что в конечном счете одно и то же) превращаются друг в друга»¹⁰), символический капитал и габитус¹¹, который можно рассматривать фактически как особенности личности, влияющие на занятие ею определенных статусных позиций, или личностный капитал.

Таким образом, уже не традиционные виды капитала и даже не власть выступают у Бурдье основой стратификации, а различный объем сложного по структуре совокупного капитала индивида. Очень важной для понимания роли капитала в формировании социального неравенства мне представляется и сформулированная Бурдье применительно к ситуации с культурным капиталом идея о том, что *ценность ресурсов генерируется ситуацией дефицита*, что в «обществе, в котором доступ к средствам присвоения культурного наследия распределен достаточно равномерно, инкорпорированная культура не выступает в качестве культурного капитала и не дает дополнительных преимуществ», в то время как при наличии дефицита прибыль, которую приносит дефицитный культурный капитал своим владельцам, в конечном счете определяется именно его дефицитностью¹².

Эта идея получила более полное развитие в рамках другой, менее известной в России концепции – концепции Э. Соренсена, также внесшего заметный вклад в формирование ресурсного подхода в исследованиях стратификации. Надо сказать, что сравнительно небольшая работа Соренсена, опубликованная в 2000 г.¹³, вызвала довольно серьезную международную дискуссию, в которой приняли участие многие видные специалисты по проблемам социальной стратификации.

Соренсен отмечал, что существуют два главных понимания класса: класс «как условия жизни» и класс «как следствие эксплуатации», и пытался синтезировать оба подхода, для чего предложил рассматривать в качестве основы стратификации все приносящие доход активы, контролируемые конкретным индивидом. Эксплуатирующий класс для Соренсена –

⁸ Бурдье П. Формы капитала. С. 528.

⁹ Там же. С. 529.

¹⁰ Там же. С. 521.

¹¹ Там же.

¹² Там же. С. 524.

¹³ Sorensen A.B. Toward a Sounder Basis for Class Analysis // American Journal of Sociology. 2000. Vol. 105. No 6 (May). P. 1523–1558.

это совокупность структурных позиций, обеспечивающая права на активы, создающие ренту¹⁴. Поскольку привилегированные классы, в отличие от непривилегированных, имеют доступ к активам, способным генерировать ренты, то изменения в распределении собственности на такие активы, подчеркивает Соренсен, ведут к изменению классовой структуры. Таким образом, *экономической основой социальных неравенств для него выступает рента, получаемая в результате неравенства в объеме и характере располагаемых представителями различных статусных позиций активов.*

Ссылаясь на А. Маршалла¹⁵, Соренсен выделяет три основных вида рент: 1) *монопольные ренты*, основанные на монополизации активов, которые появляются на рынке труда в виде *рент занятости*, когда рабочие места закрыты для посторонних с помощью коллективных действий профсоюзов, а также лицензий или дипломов об образовании; 2) *композиционные ренты*, которые возникают в случае, когда соединение двух различных активов приносит большую отдачу, чем каждый из них в отдельности; 3) *ренты на природные способности или культурный капитал*, например, рост у баскетболиста, или гораздо более простой процесс обучения для тех, кто имеет значительный культурный капитал.

Возможность получения тех или иных рент зависит от особенностей активов индивидов, которые, с точки зрения Соренсена, состоят из:

- *активов, приобретаемых на рабочем месте*, непосредственно в процессе трудовых отношений, т.е. «специфического» человеческого капитала Г. Беккера – тех уникальных навыков, благодаря которым конкретный работник для определенной фирмы представляет особую ценность. В принципе, этот же эффект можно получить и за счет действий профсоюзов, хотя, как отмечает Соренсен, такого типа ренты в последние годы имеют тенденции к сокращению;
- *личных активов*, в основном приобретаемых за пределами рынка труда, в семье и школе и включающих: человеческий капитал, приобретенный благодаря инвестициям в обучение и здоровье; способности и умения; физический капитал (средства производства). Различия в объеме и характере личных активов очень важны для моделей социализации различных классов, поскольку обуславливают их долгосрочные индивидуальные стратегии.

Таким образом, *Соренсен, как и Бурдые, предлагает новое основание классовых неравенств – имеющие сложную структуру активы индивидов – и обращает особое внимание на роль дефицитности тех или иных активов (как объективную, так и в результате действий, направленных на их монополизацию).* Однако он подходит к этим проблемам с несколько иной стороны, формулируя идею о том, что *главное действие класса заключается в поиске рент и защите своих устойчивых рент или попытке их ликвидации у другого класса.*

Критика позиции Соренсена, пытавшегося предложить подход, объединяющий взгляды неомарксистов и неовеберянцев, естественно, прозвучала с обеих сторон. И если неовеберянцы в лице Дж. Голдторпа фактически просто отмахнулись от его идей, то неомарксисты в лице Э.О. Райта подошли к вопросу гораздо серьезнее. Не пытаясь дать развернутый пересказ критики концепции Соренсена, я все же приведу ключевое возражение, выдвинутое Райтом, который критиковал Соренсена за отождествление понятий «эксплуатации» и «экономической ренты». Райт обращает внимание не только на возможность получения рент без эксплуатации, но и на возможность «угнетения (притеснения) без эксплуатации» [nonexploitative oppression], при котором господствующий класс просто не нуждается в классе, который находится в состоянии притеснения, в то время

¹⁴ Sorensen A.B. Toward a Sounder Basis for Class Analysis. P. 1525.

¹⁵ Marshall A. Principles of Economics. 8th ed. L.: Macmillan, 1949.

как в случае эксплуатации эксплуататоры напрямую связаны с результатами труда эксплуатируемых.

Глубже понять суть идей о притеснении без эксплуатации и особенностях ресурсообеспеченности как основания принадлежности индивидов в современных условиях даже не к трем разным классам, а к трем самостоятельным мирам – «белому» миру мейнстрима, «серой зоне» высоких рисков и «черной дыре» глубокой эксклюзии, попадая в которую каждый может сказать «оставь надежду всяк сюда входящий», – помогают концепции М. Кастельса и У. Бека.

Продолжая линию поиска нового «системного основания» стратификации в обществе, которое приходит на смену индустриальному, У. Бек в качестве такого рода основания выделяет риск. Старая парадигма социального неравенства, основанная на месте в системе производства и распределения произведенного продукта, считает он, находится в центре внимания до тех пор, пока мыслями и поступками людей владеет «диктатура нищеты». Конечно, и до сих пор большинство человечества находится в этом состоянии. Однако уже начинают проглядывать контуры общества, приходящего на смену обществу, «распределяющему богатства», и это оказывается общество, «распределяющее риски». Начало этого перехода применительно к условиям Германии Бек датирует 1970-ми годами. «Это означает, – пишет Бек, – что с тех пор оба вида ...конфликтов напластовываются друг на друга. Мы еще не живем в обществе риска, но и больше не живем только в обществе распределения благ»¹⁶.

Таким образом, признавая классовую концепцию как наиболее адекватную заканчивающемуся периоду истории, на будущее Бек предлагает ей на смену концепцию, в которой индивиды постоянно перемещаются по социальному полю, причудливо группируясь в каждый момент строго определенным образом в различающиеся угрожаемыми рисками группы. При этом их возможности в этом непрерывном «броуновском движении» не одинаковы и зависят от различных типов ресурсов, которыми они располагают. Причем среди ресурсов, о которых упоминает Бек, – не только богатство и знания как два ключевых типа ресурсов, но и пол, возраст, здоровье, продолжительность занятости на данном предприятии, «умение держаться», связи, этническая принадлежность и т.д.

Как видим, во многом это именно те виды ресурсов, которые осмысливались Бурдье в категориях «инкорпорированных видов капитала», а Соренсеном – как «рентоприносящие активы». Таким образом, в различных терминологических и концептуальных контекстах все они обратили внимание на одно и то же явление – превращение многих характеристик индивида, не выступавших еще 50–70 лет назад в массовом масштабе как значимые виды ресурсов, в современном обществе в активы, прямо влияющие на экономическое положение, жизненные шансы и угрожающие индивиду риски.

В полной мере это относится и к концепции еще одного видного теоретика современного общества – Мануэля Кастельса, который полагает, что анализ социальной структуры в современном обществе должен производиться в контексте анализа возникновения нового «способа развития» – информационализма, зародившегося в конце 1960-х – начале 1970-х годов и приходящего на смену позднеиндустриальному обществу так же, как когда-то индустриализм сменил доиндустриальную эпоху. Уделяя, как и Бурдье, Соренсен и Бек, особое внимание знаниям как важнейшему виду ресурсов в этом новом мире, Кастельс идет дальше и в основу своей концепции социальной стратификации помещает отношение к производству знания и ресурсы, определяющие это отношение¹⁷.

¹⁶ Бек У. Общество риска. На пути к другому модерну. М.: Прогресс-Традиция, 2000. С. 23.

¹⁷ См.: Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М.: ГУ–ВШЭ, 2000.

Кастельс подчеркивает, что в новой экономике сохраняются и труд, и капитал, но и тот и другой качественно трансформируются. При этом труд продолжает существовать также и в виде характерного для предшествующих исторических эпох «родового» труда, связанного с решением конкретной задачи и потенциально заменимого машинами или другими представителями «родовой» рабочей силы. Однако основным источником производительности в новом обществе – инновации, знания и информация, поэтому непрерывное образование и самосовершенствование становятся ключевыми качествами работника. Новая, основанная на знании, информационная экономика требует и новой формы труда – труда, способного к «перепрограммированию» в соответствии с бесконечно меняющимися задачами производства. Соответственно возникают и два вида работников. Наряду с «родовой рабочей силой» возникают «новые производители» – создатели знания и обработчики информации, чей труд наиболее ценен, принадлежность к этим группам прямо детерминируется наличием определенного образования, культуры, личностных качеств и т.д. Они образуют новый класс общества, который Кастельс называет «коллективным работником».

Не меньше изменяются и капиталисты. Разумеется, и в новом обществе сохраняются два «унаследованных» от прошлого типа капиталистов – держатели прав собственности и топ-менеджеры, включая менеджеров государственных компаний. В этом плане сохранение родовой рабочей силы предполагает и адекватные ей виды капиталистов. Так, наряду с возникновением «коллективного работника», возникает и новый тип капиталистов – «коллективный капиталист», который в значительной степени совпадает, с точки зрения Кастельса, с «коллективным работником».

«Новая система, – подчеркивает М. Кастельс, – характеризуется *тенденцией возрастания социального неравенства и поляризации*, а именно одновременного роста верхушки и дна социальной шкалы. Этот процесс является результатом трех явлений: а) фундаментальной дифференциации между самопрограммируемым высокопроизводительным трудом и родовым заменимым трудом; 2) индивидуализации труда, которая подрывает его коллективную организацию, таким образом предоставляя слабейшие сегменты рабочей силы своей судьбе; 3) глобализации экономики и делегитимизации государства, постепенной гибели государства всеобщего благосостояния, лишаящей спасательного круга тех людей, которые не могут преуспеть самостоятельно»¹⁸.

Трагический смысл последствий воцарения этой новой системы стратификации заключается в том, что новому миру нужны прежде всего представители «самопрограммируемого» труда и в сравнительно небольшом количестве – «родовая рабочая сила», к которой относится подавляющее большинство человечества. Миллионы людей оказываются «социально исключенными». Это те самые «лишние» люди, о которых говорил Райт в своей критике Соренсена, когда проводил различие между эксплуатацией и притеснением без эксплуатации. В новом мире они не нужны даже как объект эксплуатации, им просто нет в нем места. Ни господствующие классы, ни общество в целом не нуждаются в классе, который подвержен эксклюзии, и не зависят от него – по крайней мере, в экономическом смысле.

В условиях роста вариативности жизненных судеб, их все возрастающей индивидуализации для отдельного человека нет жесткой заданности социальной эксклюзии – это всегда лишь больший или меньший риск. Однако в условиях действия тенденции социальной поляризации за счет размывания «нового среднего класса», разделяющегося на «коллективного» и «родового» работника, с одной стороны, и возрастания сегмента социально исключенных в связи с усложнением требований даже к рабочей силе, предполагающих особую эффективность социализации – с другой, шансы эти с каждым годом объективно уменьшаются для большинства членов общества.

¹⁸ Там же. С. 499.

Суммируя все вышесказанное, можно сказать, что *в последние два-три десятилетия сформировалось и активно развивалось новое научное направление*¹⁹, *прямо увязывающее наступление нового этапа в развитии общества и изменение основания социальной стратификации. При этом в качестве основания стратификации представители этого направления выделяли объем и структуру ресурсов (капиталов, активов), которыми располагают индивиды и которые несводимы не только к традиционному экономическому капиталу, но и к сумме экономического, человеческого и властного капиталов. Особое внимание представители этого направления обращали также на то, что огромное значение в новых условиях приобрели новые виды ресурсов – вытекающие из характера социализации особенности поведения, общий уровень культуры и т.п., рассматривавшиеся ранее только как следствие экономического статуса, а также физиологический (здоровье, возраст, пол), символический, личностный и т.д. ресурсы.*

Несколько особняком в разработке ресурсного подхода к стратификации стоит концепция стратификации Д. Граски, который распространил критерий владения различными видами ресурсов как основания стратификации *на всю историю человечества* и проанализировал изменение сравнительной значимости разных видов ресурсов в различные исторические эпохи²⁰. Основываясь на разделении обществ на традиционные общества и общества современного типа, он предложил классификацию типов стратификационных систем, насчитывающую 8 вариантов, различающихся по типу активов (ресурсов), лежащих в их основе, и описал их, используя такие критерии, как степень кристаллизации статусов, глубина социальных неравенств, устойчивость стратификационных систем и т.д.

Граски обратил внимание также на тот факт, что ресурсный подход в исследованиях стратификации как бы незаметно «прорастает» из привычного теоретического материала, если посмотреть на него под соответствующим углом зрения (см. табл. 1).

Как видим, фактически на всю историю стратификационных исследований можно посмотреть через призму ресурсного подхода. Впрочем, это будет таким же шараханьем из крайности в крайность, как и отрицание того, что ресурсный подход в исследованиях стратификации, хотя и был в явной форме сформулирован сравнительно недавно, имеет все же давнюю историю на уровне предпосылок его формирования.

Отдельного рассмотрения заслуживает вопрос о том, как приживается эта новая исследовательская парадигма на российской почве. Сразу надо сказать, что в целом данный теоретический подход в российской социологии в целом пока замечен мало, хотя ряд ведущих специалистов в области социальной стратификации уже активно его используют. Так, Т.И. Заславской был проведен теоретический анализ социальной структуры современного российского общества, где в качестве основного критерия социальной дифференциации общества сформулирован именно принцип учета совокупного капитала, которым располагают индивиды и группы. При этом в составе совокупного капитала Т.И. Заславская выделяла: «а) *политический (административный, бюрократический) капитал*, выражающийся в объеме и значимости властных и управленческих полномочий, уровне принимаемых решений; б) *экономический капитал*, измеряемый масштабами собственности, владения и распоряжения материальными ресурсами, контроля над финансовыми потоками, уровнем личных доходов и семейного благосостояния; в) *социальный капитал*, измеряемый шириной, прочностью и престижностью социальных

¹⁹ Которое, на мой взгляд, можно рассматривать как весьма своеобразную разновидность неомарксизма.

²⁰ Grusky D.B. The Past, Present, and Future of Social Inequality // Social Stratification. Class, Race, and Gender in Sociological Perspective / Ed. by D.B. Grusky. Boulder, Colo.: Westview Press, 2001. P. 3–39.

связей субъектов, уровнем их включенности в общественные структуры, социальные и информационные сети, богатством и насыщенностью образа жизни; г) *культурный капитал*, отражающий качество воспитания, уровень образования, профессионализма, эрудиции, ценность жизненного опыта субъектов»²¹.

Таблица 1. Характеристика активов, лежащих в основе различных систем стратификации²²

Группа активов	Примеры	Ученые, работавшие с описанием соответствующих систем стратификации
Экономические	Собственность на землю, фабрики, заводы, профессиональные навыки, ликвидные активы, людей (рабов), рабочую силу (например, крепостных)	К. Маркс [Karl Marx]; Э.О. Райт [Erik Wright]; М. Вебер [Max Weber]
Политические	Власть внутри домохозяйства (например, глава семьи); власть на рабочем месте (например, менеджер); партийная или социальная власть (например, законодатель); харизматический лидер	Р. Дарендорф [Ralf Dahrendorf]
Культурные	Высокостатусные потребительские практики, «хорошие манеры», привилегированный образ жизни	П. Бурдьё [Pierre Bourdieu]; П. Димаджио [Paul DiMaggio]
Социальные	Доступ к высокостатусным социальным связям, общественные связи, членство в ассоциациях, клубах и союзах	Л. Уорнер [Lloyd Warner]; Дж. Коулман [James Coleman]
Престижные	Престиж, хорошая репутация, известность, чиновничество и пренебрежительное отношение, этническая и религиозная чистота	Э. Шилз [Edward Shils]; Д. Трейман [Donald Treiman]
Гражданские	Собственные права, контракты, право голоса, членство в выборных ассамблеях, свобода слова и объединения	Г. Маршалл [Gordon Marshall]; Р. Брубейкер [Rogers Brubaker]; К. Стром [Kaare Strøm]
Человеческие	Способности, опыт, обучение по месту работы (квалификационные навыки), стаж работы, уровень образования, знания	К. Сваластога [Kaare Svalastoga]; Г. Беккер [Garry Becker]

Несколько иной подход характеризует работы другого крупнейшего российского специалиста по проблемам социальной стратификации – О.И. Шкаратана. Еще во второй половине 1990-х годов им была начата разработка концепции ресурсно-потенциального подхода, создающая теоретико-методологическую основу для разделения ресурсного потенциала и капитала. О.И. Шкаратан предложил свой список ресурсов, которые необходимо учитывать при применении ресурсно-потенциального подхода, им впервые²³

²¹ Т.И.Заславская. Современное российское общество: социальный механизм трансформации. М.: Дело, 2004. С. 150. При этом сама Т.И. Заславская отмечала, что этот список составлен ею на основе анализа классических и современных стратификационных теорий (К. Дэвиса, У. Мура, Т. Парсонса, И. Селени, Д. Треймана и др.).

²² Grusky D.B. The Past, Present, and Future of Social Inequality. P. 9.

²³ Справедливости ради надо заметить, что эмпирические исследования в этой области практически одновременно начали проводить в России три специалиста: О.И. Шкаратан,

предпринята попытка эмпирически замерить наличие трех видов ресурсов применительно к работающему населению России, а также определены наиболее адекватные этой задаче методы (построение интегральных индексов и кластерный анализ)²⁴. На основе анализа эмпирических данных О.И. Шкаратаном был сделан также ряд важных выводов, в первую очередь о том, что в разные исторические периоды и в зависимости от ситуации в месте проживания даже в условиях одного типа общества бывают востребованы разные компоненты ресурсного потенциала индивидов²⁵.

Особое место в области развития методологии исследований стратификации в рамках ресурсного подхода занимают работы В.В. Радаева, который глубже всего проработал в теоретическом плане вопрос о различных видах капитала как основы стратификации²⁶. В целом, любая стратификационная система образуется, с точки зрения В.В. Радаева, «особым типом социального расслоения и способом его воспроизводства на основе различий в накопленном капитале определенного вида»²⁷. При этом в числе основных типов капитала, определяющего социальное неравенство, он выделил: 1) *экономический*; 2) *физиологический*, включающий здоровье, трудоспособность, наличие определенных физических качеств; 3) *культурный*, воплощенный в практическом знании и навыках социализации и проявляющийся в стилях жизни, нормах поведения, потребительских вкусах и т.д.; 4) *человеческий*, обусловленный разницей полученного образования и имеющейся квалификации; 5) *социальный*, обусловленный количеством и характером социальных связей, которые могут быть мобилизованы индивидом; 6) *административный*, дифференцирующий по положению в организационных иерархиях в рамках корпоративной организационной системы; 7) *политический*, создающий дифференцированные возможности в борьбе за ресурсы; 8) *символический*, возникающий из-за различий в доступе к социально значимой информации²⁸.

Детальный анализ этих типов капитала позволил В.В. Радаеву сформулировать вывод о том, что во всех известных обществах в основе места, занимаемого индивидами в стратификационной системе, лежат различия в накопленном капитале. Кроме того, он подчеркивал, что различные виды капитала только тогда могут рассматриваться в качестве таковых, когда они способны конвертироваться один в другой и в экономический капитал и

Е.М. Аврамова [см., например: *Аврамова Е.М., Логинов Д.М.* Социально-экономическая адаптация: ресурсы и возможности // *Общественные науки и современность.* 2002. № 5. С. 24–34. <http://ecsocman.edu.ru/ons>] и автор этих строк [см., например: *Тихонова Н.Е.* Социальный капитал как фактор неравенства // *Общественные науки и современность.* 2004. № 4. С. 24–35; *Тихонова Н.Е.* «Новые капиталисты»: кто они? // *Общественные науки и современность.* 2005. № 2. С. 29–39. <http://ecsocman.edu.ru/ons>]. Однако приоритет в разработке этого подхода для целей эмпирических исследований принадлежит все-таки О.И. Шкаратану.

²⁴ См.: *Шкаратан О.И., Бондаренко В.А., Крельберг Ю.М., Сергеев Н.В.* Социальное расслоение и его воспроизводство в современной России. М.: ГУ–ВШЭ, 2003.

²⁵ Там же. С. 63.

²⁶ *Радаев В.В.* Понятие капитала, формы капиталов и их конвертация // *Общественные науки и современность.* 2003. № 2. С. 5–16. <http://ecsocman.edu.ru/ons>; или: *Экономическая социология.* 2002. Т. 3. № 4. С. 20–32; *Радаев В.В.* *Экономическая социология.* М.: ГУ–ВШЭ, 2005. Гл. 20, 21.

²⁷ *Радаев В.В.* *Экономическая социология.* С. 397.

²⁸ Там же. С. 398–400.

обеспечивают самовозрастание совокупного капитала²⁹. Именно этот вывод дал эффективный инструмент измерения и «сведения к единому знаменателю» в ходе эмпирических исследований на первый взгляд абсолютно несопоставимых между собой видов ресурсов.

Как видим, российскими социологами уже немало сделано для разработки ресурсного подхода как новой теоретической парадигмы стратификационных исследований, и ресурсный подход в исследованиях стратификации имеет весьма серьезные основания для того, чтобы стать в будущем в российской социологии новой (хотя, разумеется, не единственной) теоретической парадигмой в стратификационных исследованиях.

Нахождение в ресурсах некоего единого основания социальной стратификации выглядит не только логически вытекающим из предшествующего развития научной мысли, причем как социологической, так и экономической, но и чрезвычайно заманчиво в теоретико-методологическом плане. Логично вытекает из этого подхода решение ряда наиболее сложных методологических проблем исследований стратификации, например, выбора предмета анализа – совокупности людей или совокупности позиций, «ячеек» социального поля. В контексте ресурсного подхода процесс общественного производства и воспроизводства задает некую сетку социальных позиций, каждая позиция в которой для ее заполнения предполагает наличие не просто определенного объема совокупного ресурса, но активы определенной структуры. Затем эти позиции заполняются в зависимости от реального наличия в обществе соответствующих требованиям этих позиций людей, причем при нехватке людей с соответствующими характеристиками располагаемых ресурсов обладатели последних получают также «ренту за дефицитность» их активов. Преодоление дефицитности и соответственно исчезновение этой ренты, обуславливает динамику изменения положения отдельных социальных групп и позволяет прогнозировать развитие социальной структуры общества в целом.

Чрезвычайно плодотворным оказывается данный подход и с точки зрения решения вопроса о том, вертикальная или горизонтальная стратификация является предметом исследования. При ресурсном подходе речь всегда идет о вертикальной стратификации общества, но сама по себе структура активов (или требований к ним со стороны позиции на социальном поле) уже предполагает обязательный учет горизонтальной стратификации, структуры совокупного ресурса индивидов даже при тождестве у них его общего объема.

Наконец, учитывая инкорпорированный, т.е. неотделимый от конкретного индивида, характер многих видов ресурсов (человеческого, личностного, культурного, символического, физиологического, отчасти социального), логично выглядит и связывавшийся обычно только с изменением моделей семьи происходящий в последнее время переход в исследованиях социальной стратификации от анализа статуса домохозяйств к анализу статуса индивидов.

Таким образом, переход к концепции ресурсов как основания социальной стратификации не только подготовлен всем предшествующим развитием стратификационных исследований в мире, но и сулит существенный методологический прорыв по отношению к тем противоречиям и сложностям, в которых буквально «застрали» сегодняшние исследования стратификации.

В то же время эффективное использование этого подхода в эмпирических исследованиях предполагает его очень серьезное дальнейшее теоретическое развитие, поскольку применение его на практике требует ответов на ряд теоретических вопросов. **Первый** из этих вопросов: что же все-таки является основой социального статуса индивида в рамках этого подхода – ресурсы, активы или капиталы?

²⁹ Радаев В.В. Понятие капитала, формы капиталов и их конвертация.

Дело в том, что не всякий ресурс в условиях рыночной экономики может выступать как актив, и в этом отношении сам по себе ресурс – всегда не более чем ресурсный потенциал. Для превращения ресурса в актив необходимо соблюдение по крайней мере двух условий: 1) востребованность данного ресурса на соответствующем рынке (что переводит его из статуса ресурсного потенциала в реальный ресурс) и 2) определенный («товарный») объем данного ресурса, при котором обладание им начинает давать экономический эффект. Таким образом, *как актив ресурс может рассматриваться тогда, когда он используется в процессе обмена, связанного с хозяйственной деятельностью, и оказывает сколько-нибудь осязаемое положительное воздействие на положение его владельца в социуме.*

Точно так же не всякий актив может выступить в роли капитала. Не претендуя на то, чтобы дать определение последнего, я перечислю лишь некоторые его особенности, позволяющие операционализировать критерии наличия капитала применительно к социологическому исследованию. Как отмечает В.В. Радаев, капитал обладает пятью конституирующими свойствами: 1) это ограниченный хозяйственный ресурс; 2) накапливаемый хозяйственный ресурс; 3) ресурс, обладающий определенной ликвидностью, способностью превращаться в денежную форму; 4) стоимость, воспроизводящаяся в процессе непрерывного кругооборота форм; 5) стоимость, приносящая новую, добавочную стоимость. Соответственно *уже выступающий в роли актива ресурс мы можем рассматривать как капитал, когда он не только способен накапливаться, конвертироваться в денежную форму и воспроизводиться, но и приносить новую, добавочную стоимость, превышающую объемы, необходимые для простого воспроизводства соответствующего ресурса.*

Практическим выводом из этого выступает то, что в ходе эмпирических исследований стратификации необходимо не только замерять ресурсообеспеченность индивидов (фактически представляющую собой не более чем их ресурсный потенциал), но и взаимосвязь экономического и всех остальных видов ресурсов, а также уровня благосостояния и уровня обеспеченности различными видами ресурсов, чтобы определить как минимум наличие: 1) использования имеющихся ресурсов как реальных активов, 2) взаимной конвертируемости экономического и других видов ресурсов, 3) приобретения активами статуса капитала, т.е. обнаружение приносимой ими «прибавочной стоимости» (что для социологических исследований является, пожалуй, самой сложной в методологическом плане задачей).

Второй вопрос связан с тем, что представляют собой доходы, получаемые на тот или иной ресурс, который приобрел статус актива или капитала. Здесь мы неизбежно должны вспомнить ученого, с именем которого связана всесторонняя разработка самого понятия «капитал», – К. Маркса. Капитал для Маркса – это прежде всего общественное отношение, специфичное для определенного этапа развития общества – этапа капиталистического производства, на котором впервые в истории в массовом масштабе свободный человек начинает продать на рынке свою рабочую силу по цене, устанавливаемой рынком. Рабочий при этом как бы на время «сдает в аренду» свою способность к труду, являющуюся объектом его собственности («труд образует *капитал*³⁰ рабочего», пишет Маркс³¹).

³⁰ Применительно к нашей классификации в данном случае точнее было бы говорить об активе, но для Маркса капитал рабочего – это еще и часть совокупного капитала общества, и поэтому употребление им этого термина совершенно закономерно. Чтобы не усложнять текст статьи необходимыми оговорками, я далее буду использовать понятия «капитал» и «ресурс» как синонимы, учитывая, что разница между ними уже охарактеризована выше.

³¹ См.: Маркс К., Энгельс Ф. Соч. Т. 46. Ч. 1. С. 244.

Таким образом, доход, который он получает, представляет собой, вопреки расхожим представлениям, не плату за труд как таковой, а доход от принадлежащей ему, пусть и весьма специфической, собственности. При этом, пока речь идет о простейших орудиях и средствах труда, в работе с которыми используется лишь природная способность человека к труду как таковая, все достаточно просто и в теоретическом плане. Исторически предложения рабочей силы такого типа на рынке труда, как правило, всегда был избыток. Соответственно и цена на этот фактор производства на рынке могла быть близка к издержкам его производства, т.е. необходимому для физиологического выживания и воспроизводства человека минимуму. Исключения из этого правила встречались в двух случаях – во-первых, в результате воздействия различного рода внешних факторов (от забастовок до государственной идеологии), а во-вторых, в случае дефицита предложения на рынке соответствующей рабочей силы, когда возникала так называемая «рента за дефицит».

Совсем иной характер, однако, приобретает вопрос о том, что же отдает в процессе товарообмена работник, когда на рынок в массовом масштабе выходит не простой, а так называемый сложный, или квалифицированный, труд. И здесь приходится вспомнить о том, что если с точки зрения его вещественного содержания³² капитал – это совокупность различных *факторов производства*, одним из которых выступает способность работника к труду, то с точки зрения его социальной формы капитал – это накопленное *время*. «Стоимость того товара, который отчуждает рабочий... [т.е. его способности к труду. – Н.Т.] определяется тем овеществленным трудом, который содержится в его товаре», – писал Маркс и подчеркивал, что «кроме рабочего времени, овеществленного в жизнедеятельности рабочего, ... в его непосредственном бытии овеществлен еще и дальнейший труд, а именно те стоимости, которые рабочий потребил, чтобы достичь определенной способности к труду, особого мастерства, – а стоимость этой способности, этого особого мастерства измеряется тем, с какими издержками производства может быть создано подобное мастерство в труде»³³.

Развивая этот подход, можно утверждать, что на современном этапе развития общества, когда особую роль в производстве играют знания и технологии, ограничиваться тезисом о том, что в момент заключения трудового договора работник продает лишь свою рабочую силу как простую способность к труду, явно недостаточно. Работник, безусловно, начинает продавать (точно так же «сдавая его в аренду» на определенный срок, как и свою способность к простому труду) и овеществленное в его знаниях и навыках затраченное на их получение время (причем как свое, так и своих учителей), т.е., пользуясь современной терминологией, свой человеческий и культурный капитал.

«Инкорпорирование» всех этих видов капитала в конкретных людях не изменяет того факта, что *в момент заключения трудового договора каждый из них «сдается в аренду» для использования в процессе производства, а то, что принято называть заработной платой работников, представляет собой, по сути, доход на принадлежащие ему разные виды капитала*. При этом все эти виды капитала являются, в свою очередь, материализацией прошлого, овеществленного в них труда, и в этом отношении они по сути своей ничем не отличаются от капитала, существующего в других его видах – финансовом, промышленном и т.д. Учитывая сложившуюся в рамках ресурсного подхода к стратификационным исследованиям традицию использования этого термина, я также буду все виды дохода, получаемого за передачу какого-либо вида собственности для ее использования в процессе производства, называть рентой на капитал. Соответственно собственники дефицитных

³² О разделении социальной формы и вещественного содержания экономических процессов как одной из наиболее характерных особенностей методологии К. Маркса см.: Багатурия Г.А., Выгодский В.С. Экономическое наследие Карла Маркса. М.: Мысль, 1976.

³³ Маркс К., Энгельс Ф. Соч. Т. 46. Ч. 1. С. 279.

факторов производства будут получать больший доход, состоящий из ренты на капитал и ренты за дефицитность соответствующего фактора производства.

Для стратификационных исследований это означает, что все основные виды дохода (мы не говорим здесь о доходах типа благотворительной помощи или социальных трансфертов), которые получает человек, являются однотипными по своей сути – это ренты на разные виды ресурсов, находящихся в его распоряжении, которые ему удалось превратить в активы и обменять на рынке на другие виды ресурсов (как правило, финансовые, но далеко не всегда – это может быть, например, и социальный ресурс).

В итоге, если обмен был эквивалентным, то должно обеспечиваться как минимум простое воспроизводство совокупных ресурсов индивида, а если присутствовала рента за дефицит – то и возрастание совокупного ресурса. При таком подходе, впрочем, исчезает понятие эксплуатации как сущностной характеристики капиталистического общества. Но, на мой взгляд, эксплуатация в условиях капиталистического производства если и существует, то связана не с проблемой производства, а с контролем за процессами распределения и перераспределения произведенного продукта. И ключевым для определения факта ее наличия будет являться анализ того, что при его распределении и перераспределении диктуется издержками производства, что – соотношением спроса и предложения, что – монопольным положением на соответствующем рынке и т.д.

Однако есть и **третий** вопрос, требующий ответа, прежде чем ресурсный подход можно будет корректно использовать для эмпирических исследований. Он связан с тем, что если доходы индивида – это, как правило, рента, которую он получает, передавая на возмездной основе принадлежащую ему собственность для ее использования в процессе производства, то что может рассматриваться в качестве последнего, и насколько широко распространены, соответственно, случаи, когда исследователь проблематики стратификации должен учитывать наличие нерентных видов доходов?

Не будучи экономистом, я, конечно, не буду разбирать эти вопросы детально, ограничившись тем, что зафиксирую выводы, которые, на мой взгляд, вытекают из работ очень разных авторов – от уже упоминавшихся выше специалистов в области стратификации до работ «Римского клуба».

Итак, если учесть весьма далекие от традиционной экономической теории научные разработки последних десятилетий, то процессом производства сегодня выступает почти вся деятельность общества. Сюда входит не только значительная часть отраслей социальной сферы (здравоохранение, образование, культура, рекреация), связанная с воспроизводством рабочей силы или человеческого и культурного капитала как важнейших компонентов производства, но и деятельность по поддержанию экологического равновесия или деятельность в рамках домашнего хозяйства (что прямо вытекает из смены типа воспроизводства населения и появления сознательного материнства). Конечно, это не означает, что все, что происходит в обществе, относится к общественному производству. Так, даже если отвлечься от традиционных примеров с преступностью, курением и т.п., то остается еще содержание пожилых людей и инвалидов (в части, не обеспеченной страховыми выплатами), гуманитарная помощь и т.д. Однако это уже очень незначительный, по сравнению с традиционными подходами, сегмент общественной жизни.

Таким образом, можно констатировать, что *подавляющая часть доходов основной массы населения – от самых бедных до самых богатых – выступает по своему характеру рентой на активы, которыми они располагают, и что эта рента является сложной по своей структуре и составу.*

Главным классовым противоречием при таком подходе начинает выступать уже не противоречие между «капиталистами» и «рабочими», так как собственником наиболее значимых в информационном обществе видов активов является уже не капиталист

марксовой эпохи (так же как и живой труд в его самой значимой для производства форме – это не труд фабричного рабочего, вытесняемый на периферию общественного производства). Главным оказывается противоречие между собственниками ресурсов в самых разных их формах, на которые предъявляется спрос современным производством (от человеческого капитала до финансового, включая бренды, ноу-хау, технологии и многое другое плюс к традиционным формам капитала) и теми, чьей собственностью является лишь способность к простому физическому труду, которая в современной экономике в таком масштабе просто не нужна и, следовательно, не может рассматриваться для многих из них как актив.

Все вышесказанное позволяет сделать по крайней мере два важных для дальнейшей разработки концепции стратификации выводы.

1. Место человека в современном обществе принципиально меняется в зависимости от того, к какому из трех классов в соответствии со структурой и объемом своих активов он принадлежит – классу собственников дефицитных ресурсов, классу собственников недефицитных ресурсов или к классу «лишних» (социально исключенных) индивидов. Особенности принадлежащих ему ресурсов определяют и специфику его места внутри соответствующих классов.

2. Социальная структура такого типа является классовой, поскольку отвечает всем требованиям, необходимым для ее отнесения к классовому типу стратификационных систем.

В заключение хотелось бы пожелать новому концептуальному подходу в исследованиях стратификации большого будущего и выразить надежду, что его практическое применение принесет стратификационным исследованиям много интересных и неожиданных результатов.

Новые переводы

VR Очередной дебют: *Школа перевода* Лаборатории экономико-социологических исследований представляет перевод *З.В. Котельниковой*. Статья посвящена институциональному анализу рынка рекламных услуг и рассказывает о том, при каких условиях рекламодатели продолжают или разрывают связи со своими рекламными агентствами. Заключительная часть перевода будет опубликована в следующем номере журнала.

РИСКИ РЫНКА: ПРОДОЛЖЕНИЕ И РАЗРЫВ МЕЖОРГАНИЗАЦИОННЫХ РЫНОЧНЫХ СВЯЗЕЙ¹

Уэйн Э. Бейкер

Мичиганский университет

Джин Фишер

Университет Массачусетса

Роберт Р. Фолкнер

Университет Массачусетса

Перевод З.В. Котельниковой

Научное редактирование – М.С. Добрякова, В.В. Радаев

Предлагаемая нами теория рынка как межвременного процесса интегрирует множество разных теоретических направлений. На основе метода анализа событий мы изучаем разрыв организационных связей между рекламными агентствами и их клиентами, осуществляемый под воздействием трех движущих сил рынка: конкуренции, властных отношений и институционального принуждения. Неформальные «правила обмена», институционализованные на «этапе формирования» рынка рекламных услуг, предполагают «эксклюзивное партнерство» (поддержание отношений с одной фирмой-подрядчиком) и лояльность (редкую смену одной фирмы на другую). Результаты нашего исследования показывают, что

¹ **Источник:** *Baker W.E., Faulkner R.R., Fisher G.A. Hazards of the Market: The Continuity and Dissolution of Interorganizational Market Relationships // American Sociological Review. 1998. Vol. 63 (April). P. 147–177.*

Исследование выполнено при поддержке Фонда развития социологии Американской социологической ассоциации. На разных этапах реализации проекта материалы были представлены на заседании Междисциплинарного комитета по организационным исследованиям Мичиганского университета; конференции по проблемам рационального выбора в Нью-Йорке, на факультете по изучению организационного поведения Северо-Западного университета, факультете социальных и поведенческих наук университета Карнеги Меллон; Европейской конференции по социальным исследованиям в университете им. Фридриха-Александра (г. Эрлангер-Нуремберг, Германия). Мы признательны участникам этих мероприятий за все комментарии, а также благодарим за полезные замечания Дагласа Андертона [Douglas Anderton], Филиппа Бонасича [Phillip Bonacich], Рональда Бригера [Ronald Brieger], Кэтлин Карли [Katheleen Carley], Майкла Коэна [Michael Cohen], Рэндала Коллинза [Randall Collins], Джейн Даттон [Jane Dutton], Дэвида Кракхардта [David Krackhardt], Розанну Мартореллу [Roseanne Martorella], Анхали Састри [Anjali Sastry], Хэррисона Уайта [Harrison White], Казуо Ямогучи [Kazuo Yamaguchi]. Мы выражаем признательность за помощь в исследовании рабочей группе «Мэдисон Авеню», в частности Ди Вебер [Dee Weber], Хизер Ноузворти [Heather Noseworthy], Мелиссе Бэйтор [Melissa Bator], Дагу Майерсу [Doug Myers]. Отдельное спасибо четырем анонимным рецензентам журнала «American Sociological Review» за их полезные предложения и вдумчивые комментарии.

в большинстве случаев отношения рыночного обмена между рекламными агентствами и их клиентами являются эксклюзивными и сохраняются на протяжении нескольких лет; однако конкуренция, властные отношения и институциональное принуждение оказывают на них свое воздействие, поддерживая или подрывая эти правила. Институциональное принуждение преимущественно снижает риск разрыва отношений между клиентом и агентством. Наиболее влиятельные рекламные агентства мобилизуют ресурсы, чтобы увеличить стабильность связей, в то время как влиятельные клиенты ведут себя по-разному, мобилизуя ресурсы с целью увеличить или, наоборот, уменьшить эту стабильность. Конкуренция – самая слабая рыночная сила, но ее воздействие вполне определено и важно: она всегда увеличивает риск разрыва отношений. Наш вывод заключается в том, что рынок институционализируется через повторяющиеся несовершенные модели обмена, поскольку конкуренция и изменение норм, регулирующих продолжительность рыночных связей, дестабилизируют рыночные взаимоотношения.

Определяющей характеристикой современного общества является право устанавливать или расторгать отношения [Coleman 1974: 24–25]. И хотя это право присуще всем современным социальным институтам, до сих пор оно не изучалось в достаточной мере [Mortensen 1988]. Например, «рождение» и «смерть» супружеских отношений, т.е. вступление в брак и развод, изучаются столь же часто, как рождение и смерть людей. А вот при исследовании *организаций* гораздо больше внимания уделяется их рождению и смерти, чем формированию и разрыву *отношений* между ними. Право организаций устанавливать или прекращать отношения чаще всего становится *базовой предпосылкой*, но не предметом исследования. Иными словами, институционализированные способы формирования и разрыва связей должны функционировать так, чтобы обеспечить протекание конкретных социальных и экономических процессов. Обычно эта роль приписывается рынку, но при этом его существование принимается как данность. Например, в экономической теории «...как правило, предполагается существование фирм и рынков, но сами по себе они не образуют предмет исследования» [Coase 1988: 5; также см.: Hirschman 1970, 1982]. Такой подход в экономической теории Б. Барбер называл «абсолютизацией рынка» [Barber 1977].

Социологии в какой-то степени также свойственно абсолютизировать рынок [Barber 1977]. Правда, в классической социологии анализу рынка обычно не уделялось внимания [Barber 1977; Swedberg 1993, 1994], исключение составляют лишь работы М. Вебера [(1922) 1978]. «Черный ящик» рынка приоткрыла новая социология рынков, но это направление еще слишком молодо [Swedberg 1994]. И устойчивый интерес социологов к рынкам возник лишь в начале 1980-х гг., в рамках «новой» экономической социологии [Swedberg 1993]. В большинстве же случаев то, что изучаемые социальные феномены опираются на некий рыночный механизм, остается не более чем априорным предположением. Например, представители организационной экологии утверждают, что рождение и смерть организаций управляются механизмами конкуренции и легитимации [Hannan, Carroll 1992; Hannan, Freeman 1989]. Конкуренция обусловлена существованием рынка, но сам по себе рынок не становится предметом изучения. Организационная экология сделала важный вклад в понимание организаций, благодаря чему заслуженно считается ведущим направлением в организационной теории. Тем не менее, по нашему глубокому убеждению, демография организационных популяций должна быть дополнена *демографией межорганизационных отношений*. И мы пытаемся сделать шаг именно в этом направлении.

Мы используем термин «риски рынка» [hazards of the market] в двух значениях, которые вместе позволяют прояснить суть нашего исследования. Во-первых, под ним понимается действие институционального механизма, направленное на формирование и разрыв связей между организациями, причем природа этого механизма предусматривает существование риска для участников рынка и их взаимоотношений. Таким механизмом является рынок – «...социальный институт, который способствует обмену» [Coase 1988: 8]. Риски

обусловлены тем, что доходы, прибыль, репутация и карьера зависят от капризов и причуд покупателей, которые могут предпочесть стратегию выхода из отношений [exit option] [Hirschman 1970], нередко именно так и поступая. Например, клиентов может переманить конкурент, или поставщик услуг оказывается не в состоянии удовлетворять их изменившиеся потребности. Перечисленные факторы во многом находятся вне контроля организаций, поэтому рынок часто и называют «капризным». Во-вторых, мы используем термин «риски рынка» как элемент метода анализа событий [event-history analysis] для обозначения того, что та или иная рыночная связь имеет вероятность разрыва [см. например, Yamaguchi 1991]. Оценивая эту вероятность (риск) разрыва межорганизационных рыночных связей, мы демонстрируем, что такой разрыв есть функция сил конкуренции, властных отношений и институционального принуждения [institutional forces].

Социологи демонстрируют устойчивый интерес к межорганизационным отношениям как таковым, однако уделяют недостаточно внимания динамике межорганизационных связей [Aldrich 1979; Aldrich, Marsden 1988; Mizurichi, Schwartz 1987; Nohria, Gulati 1994]. Как правило, исследования таких связей представляют собой одномоментные срезы информации [например: Baker 1990; Burt 1992; Han 1994; Laumann, Knoke 1987; Podolny 1993]. Среди немногих исключений упомянем работы, которые фокусируются почти исключительно на *нерыночных* связях, возникающих при создании совместных предприятий и стратегических альянсов [Gulati 1995; Kogut 1989; Powell, Koput, Smith-Doerr 1996]. Данные типы связей, к которым следует добавить слияния компаний, переплетенный директорат и участие в политической деятельности, являются инструментами, нацеленными на то, чтобы преодолеть и подчинить себе рынок [Baker 1990; Pfeffer 1987]. Экономисты вообще считают совместные предприятия и альянсы примерами *сбоев* рынка. Поэтому хотя нерыночные связи и являются важными межорганизационными механизмами, их динамика свидетельствует скорее о стремлении *избежать* влияния рынка, нежели показывает, каким образом *функционирует* рынок.

Впрочем, в одном из немногих количественных исследований динамики межорганизационных рыночных связей был представлен анализ продолжительности и разрыва отношений между аудиторскими компаниями и их корпоративными клиентами [Levinthal, Fichman 1988; Seabright, Levinthal, Fichman 1992]². Показано, что динамика вероятности (риска) разрыва отношений описывается перевернутой параболой: сначала риск возрастает, достигает своего пика, а затем снижается, демонстрируя своего рода «эффект медового месяца» [см. также: Fichman, Levinthal 1991].

К сожалению, фокусирование на связях между клиентом и аудитором ограничивает возможности для обобщения и сужает круг возможных задач исследования. Рынок аудиторских услуг не типичен: набор возможных конфигураций межорганизационных связей сводится здесь исключительно к «моногамным» диадам (т.е. отношениям с одним контрагентом). Согласно Закону о ценных бумагах 1933 г., все публичные компании обязаны пользоваться услугами независимого аудитора [Han 1994: 644]. При этом они одновременно привлекают только одного аудитора; и даже смена одного аудитора на другого вызывает подозрение в том, что компания пытается обеспечить себе более благосклонного проверяющего [Levinthal, Fichman 1988: 349]. Подобных рынков, где конфигурации связей

² Отсутствие крупномасштабных лонгитюдных исследований межорганизационных *рыночных* отношений по-своему удивительно. Выполняемые исследования проводятся по методу кейс-стади – как фрагментированные описания, ограниченные небольшими сегментами связей [Hallen; Johanson, Seyed-Mohamed 1991; Johanson, Mattsson 1987]. Крупномасштабные же лонгитюдные исследования межорганизационных отношений сфокусированы в первую очередь на *нерыночных* связях, например, на совместных предприятиях и стратегических альянсах.

представлены одними диадами, довольно мало. Например, работа с единственным контрагентом – это лишь один из множества вариантов построения отношений на таких рынках профессиональных услуг, как инвестиционное банковское дело, управленческое консультирование, реклама и юридическое сопровождение, где сотрудничество с большим числом поставщиков является общепринятой практикой [Baker 1990; Burt 1992; Nelson 1988; Podolny 1993; Uzzi 1996]. Изучение рынка, где отношения не ограничены взаимодействием с одной фирмой-подрядчиком, позволяет исследовать более широкий круг теоретических вопросов и выводить обобщения, касающиеся типичных институтов рынка.

Таблица 1. Сравнение структуры рыночных связей «Coca-Cola Co.» и «PepsiCo, Inc.», 1985 и 1987 гг.

Компания «Coca-Cola Co.»				Компания «PepsiCo, Inc.»					
Название агентства	Число заказов		Разница числа заказов	Квадрат разницы	Название агентства	Число заказов		Разница числа заказов	Квадрат разницы
	1985 г.	1987 г.				1985 г.	1987 г.		
«SSC&B»	5	2	-3	9	«BBDO»	5	6	+1	1
«McCann-Erikson»	2	4	+2	4	«Tracy-Locke»	3	3	0	0
«Lowe Marchalk»	2	6	+4	16	«J. Walter-Thompson»	2	2	0	0
«McDonald&Little»	2	0	-2	4	«FCB»	2	2	0	0
«Burrell»	1	1	0	0	«Mingo-Jones»	1	1	0	0
«Castor Spanish»	1	1	0	0	«Conill»	1	1	0	0
<i>Общее число заказов</i>									
	13	14	+1	-		14	15	+1	-
<i>Количество рыночных связей</i>									
	6	5	-	-		6	6	-	-
<i>Индекс концентрации</i>									
	0,077	0,120	-	-		0,069	0,093	-	-
<i>Квадратный корень из среднего значения квадрата разницы</i>									
				2,345					0,408

Источник: Стандартный справочник для рекламодателей.

Развитие теории происходит только в том случае, если каждое последующее исследование опирается на предыдущее: «получение новых данных способствует формированию новой концептуальной схемы» [Merton 1949: 102]. Наша работа имеет три точки соприкосновения с проведенным ранее исследованием диадических связей между клиентом и аудитором. Во-первых, мы изучаем связи между покупателями и продавцами в сфере рекламы, т.е. на аналогичном рынке профессиональных услуг, а не в такой далекой от предыдущего исследования области как, скажем, промышленность. Оказываемые аудиторскими компаниями и рекламными агентствами профессиональные услуги, конечно, различны. Но рынки, на которых они работают, и выполняемые ими задачи имеют много общего, поэтому рынок рекламных услуг можно считать подходящим объектом для нашего исследования. Ключевое различие этих рынков состоит в конфигурации межорганизационных связей: в одном случае диады являются единственным вариантом (рынок аудиторских услуг), а в другом – существует полный набор структурных возможностей (рынок рекламных услуг). (В качестве примера можно привести сложную схему связей между клиентами и аудиторами

в случае компаний «Coca-Cola Co.» и «PepsiCo., Inc.», см. табл. 1.)³ Во-вторых, мы анализируем одну и ту же межвременную модель продолжения и разрыва рыночных связей и применяем сходные методы анализа. В-третьих, при объяснении разрыва связей между клиентами и агентствами мы придерживаемся аналогичных концепций. Однако для более полного объяснения динамики рыночных связей, особенно на рынках, где возможно сотрудничество одновременно с несколькими фирмами-подрядчиками, мы привлекаем дополнительные концептуальные инструменты и способы измерения⁴. И наконец, предлагаем теорию разрыва рыночных связей, которая интегрирует концептуальную схему анализа диадических связей между клиентом и аудитором и выводит исследование права «устанавливать или расторгать отношения» на более высокий теоретический уровень [Coleman 1974: 24–25].

Теория продолжения и разрыва рыночных связей

Под рынком мы понимаем *межвременной процесс экономического обмена между покупателями и продавцами*. Этот акцент на временной продолжительности резко противопоставляет наше исследование экономическим теориям обмена, в которых временное измерение, как правило, не учитывается [Williamson 1991: 94]. Как пишет Дж. Коулман, «в модели совершенного рынка сделки совершаются мгновенно и с нулевыми издержками. Однако в реальном мире между началом и завершением транзакции проходит определенное время» [Coleman 1990: 91]. Например, для того чтобы разработать, согласовать и запустить рекламную кампанию, требуется длительное время, порой несколько лет.

Анализ межвременных процессов обмена на том или ином рынке отражает конкретные способы институционализации *правил обмена*. Правила обмена (как и права собственности, структуры управления и концепции контроля) являются «институтами», или «общепринятыми правилами», конституирующими рынок в качестве социального института [Fligstein 1996: 658]⁵. Правила обмена – это формальные и (или) неформальные

³ Например, в 1985 и 1987 гг. аудит в «PepsiCo., Inc.» выполнялся фирмой «Arthur Young», а в компании «Coca-Cola» – фирмой «Ernst&Whinny». В эти годы «PepsiCo., Inc.» сотрудничала с шестью рекламными агентствами, а «Coca-Cola» – с шестью агентствами в 1985 г. и пятью в 1987 г. (подробнее см. табл. 1).

⁴ Продолжение и разрыв отношений тесно связаны между собой: наличие одного предполагает отсутствие другого. Их связь может быть выражена следующей формулой: вероятность продолжения = 1 – вероятность разрыва. Мы заявили риск (или вероятность) разрыва отношений в качестве предмета исследования, однако последний может быть сформулирован как риск (или вероятность) продолжения отношений. Конечно, возможны и другие исследовательские акценты. Динамику отношений можно рассматривать, как: 1) *формирование* отношений, например, в случае выбора партнеров для стратегического альянса [Gulati 1993, 1995] или переплетенного директората [Stearns, Mizruchi 1988]; 2) *возобновление* разорванных связей, например, в случае реорганизации распавшегося переплетенного директората [Palmer 1983; Stearns, Mizruchi 1986]; 3) *способность генерировать новые* отношения, например, возможность фирм и альянсов совместно создавать другие альянсы [Gulati 1995; Powell et al. 1996]; и 4) *продолжение* (или продолжительность) отношений [Kogut 1989]. Законченное исследование того или иного рыночного института должно охватывать все четыре направления динамики, но реализовать эту задачу в рамках одной статьи, пожалуй, невозможно.

⁵ Определенные рынки институционализированы также и в более обыденном смысле, имея специально предназначенное торговое место, расположенное в какой-нибудь формальной

коллективные представления относительно того, «кто и на каких условиях может заключать сделки» [Fligstein 1996: 658]. К примеру, эти правила регулируют возможности выхода из отношений [Hirschman 1970] – то, насколько легко и на каких условиях покупатель и (или) продавец могут воспользоваться правом прекратить отношения [Coleman 1974]. Право на расторжение отношений существует как часть доступного рыночным акторам «набора культурных инструментов» [Swidler 1986], однако это право может быть институционализировано по-разному на разных рынках (в том числе на разных этапах развития одного рынка). Например, институционализация рынка может предполагать постоянные долгосрочные отношения и стабильную ролевую структуру, как, например, в случае описываемых Х. Уайтом производственных рынков [White 1981a], где правила обмена препятствуют свободному выходу из отношений. На другом рынке, к примеру, нью-йоркском рынке производства одежды, исследуемом Уци [Uzzi 1996], правила обмена могут позволять выход, но не поощрять его. И наконец, рынок, близкий к идеальной экономической модели, например, сфера инвестиционных банков [Baker 1990] или рынок ценных бумаг [Baker 1984], действует согласно правилам обмена, которые поощряют свободный выход из отношений [exit option].

Анализ моделей межвременных обменов между покупателями и продавцами позволяет выявить, каким образом правила обмена функционируют на данном рынке. При этом не стоит забывать, что правило в теории и правило на практике могут сильно различаться. Например, в основе модели частой смены контрагентов, вероятно, находятся правила обмена, предполагающие «свободный и легкий» выход из отношений (равно как и вхождение в них). Такую модель Бейкер называет транзакционной ориентацией [transaction orientation] [Baker 1990]. Напротив, стабильные отношения и редкие смены контрагентов, по всей видимости, предполагают, что правила обмена поддерживают правила «лояльности» и «эксклюзивности» [Hirschman 1970]. Эту модель Бейкер называет ориентацией на отношения [relationship orientation] [Baker 1990]. И конечно, между этими двумя крайними точками существует множество промежуточных позиций [Baker 1990; Baker, Faulkner 1991].

Институционализация рынка включает три этапа: возникновение, стабильное состояние и в некоторых случаях – кризис [Fligstein 1996]. Этап возникновения отличается наибольшей подвижностью, поскольку роли, социальные отношения и другие элементы социальной структуры и культуры рынка еще окончательно не оформились [Fligstein 1996: 664], например, еще не сложилось общее понимание правил обмена. Рассмотрим эволюцию трех важных правил обмена на рынке рекламных услуг: *фиксированные цены* (стандартные 15% комиссионных), *«эксклюзивность»* (сотрудничество с одним контрагентом) и *лояльность* (редкие смены контрагентов)⁶. Данные три правила мы называем «исходными правилами» рынка. К концу XIX в. рекламное агентство «N.W. Ayer» предложило новую схему работы – «Открытый контракт плюс комиссионные», – включающую два важных принципа: 1) объем вознаграждения агентству определяется как фиксированный процент от стоимости

организации, которая устанавливает правила и регулирует торговлю (например, Чикагская торговая палата [Baker 1984]). В нашей работе они не рассматриваются.

⁶ Подобные три правила возникали и на многих других рынках профессиональных услуг в период их формирования [Baker 1990; Baker, Faulkner 1991]. Особенность рынка рекламных услуг состоит в том, что здесь они представляют собой не формальные правила, установленные законом и иными регулирующими механизмами, а неформальные коллективные соглашения. В отличие от этого, например, Закон о ценных бумагах 1933 г. формально закрепляет правило «эксклюзивного партнерства» между аудиторами и их корпоративными клиентами [Han 1994], а рынок ценных бумаг функционировал в соответствии с формальным правилом фиксированной брокерской комиссии вплоть до 1970-х гг. [Eccles, Crane 1988].

выполненного заказа; 2) клиент и агентство обязаны сотрудничать не менее одного года [Leiss, Kline, Jhally 1986: 107]. Первый принцип (фиксированный процент) другие агентства приняли не сразу, но в конце концов его поддержала профессиональная ассоциация рекламных агентств [Leiss, Kline, Jhally 1986: 107]. Институционализовавшись, этот принцип формирования цены оказался удивительно устойчивым. «Комиссионная форма вознаграждения пережила множество нападков и спорадических кампаний за его отмену» [Pore 1983: 116] и «сегодня остается основным принципом установления цены» [Leiss, Kline, Jhally 1986: 107].

Второе правило, предложенное рекламным агентством «N.W. Ayer», давало ответ на вопросы, служившие предметом жаростных дебатов на этапе формирования рынка: какова «приемлемая» продолжительность отношений между клиентом и агентством? Каков «приемлемый» объем заказов, размещаемых клиентом у агентства? Насколько сложным «должен» быть для клиента выход из отношений, и на каких условиях это «должно» происходить? «В начале столетия представители рекламных агентств пытались наложить *запрет* на переманивание клиентов и убеждали заказчиков не менять агентства по малозначимым причинам...» [Pore 1983: 163, курсив автора]. Время от времени Американская ассоциация рекламных агентств предпринимала безуспешные попытки запретить инициативные презентации⁷, с помощью которых агентства пытались переманить клиентов у своих конкурентов. Рекламные агентства поддержали этот запрет, но он «порою вызывал недовольство крупных рекламодателей, которые были вынуждены оплачивать их счета» [Pore 1983: 163]. В то же время рекламные агентства и их клиенты поддержали запрет на выполнение заказов, порождающих конфликт интересов (когда агентство, обслуживая клиента, одновременно выполняет заказ его конкурента). В итоге для упорядочения отношений между клиентами и агентствами было введено неформальное правило «90 дней»: не позднее этого срока клиент должен был официально уведомить агентство, с которым он сотрудничает, о своем намерении расторгнуть отношения, и в этот период воздерживаться от того, чтобы негласно сотрудничать с конкурирующим агентством [Kent 1985]. К началу Первой мировой войны «эксклюзивное партнерство» и «лояльность» уже прочно утвердились в качестве неформальных правил [Leiss, Kline, Jhally 1986: 107].

Анализируемые в этой статье данные относятся к периоду, который следует за этапом возникновения – периоду институционализации рынка, названному Флигстином периодом «стабильности» – это «состояние рынка, когда идентичности и статусная иерархия фирм (фирмы, обладающие властью, и претенденты на власть) хорошо известны, а концепция контроля, которой руководствуются руководители ведущих фирм, разделяется всеми» [Fligstein 1996: 663]. В период стабильности фирмы приходят и уходят [Powell, Smith-Doerr 1944: 377], но статусная иерархия остается неизменной [Podolny 1993].

Наши данные отчасти захватывают и третью фазу развития рынка – период кризиса – когда рынок трансформируется в результате экономических кризисов, политического вмешательства со стороны государства или вторжения новых участников [Fligstein 1996: 668]. Например, отмену государственного регулирования рынка ценных бумаг часто называют в качестве главной причины разрушения долгосрочных и «эксклюзивных» отношений обмена в сфере финансовых услуг [Eccles, Crane 1988]. Политическое вмешательство государства ни разу не оказывалось причиной кризиса в рекламной отрасли, однако вторжение новых игроков, экономические кризисы и другие трансформации, способные разрушить общие правила обмена, действительно имели место. В 1980-е гг. появилось множество новых рекламных агентств, происходила *де-диверсификация* корпоративных клиентов [Davis, Diekmann, Tinsley 1994], развивались новые глобальные

⁷ Презентация, не запрашиваемая потенциальным заказчиком и обычно не оплачиваемая. – Прим. перев.

маркетинговые стратегии, наблюдалась волна слияний и поглощений компаний, изменялись макроэкономические условия. Определенно, все перечисленные процессы не могли не повлиять на первоначальные правила обмена, стимулируя развитие «новых» правил или, по крайней мере, открывая путь к экспериментам над правилами обмена и порождая массу недоразумений по поводу того, что считать «подходящими» институциональными правилами. И если новые правила обмена в сфере рекламных услуг появились в 1980-е гг., они должны проявиться в изменении моделей межвременного обмена между покупателями и продавцами.

Исходные предположения

Наша теория динамики межорганизационных рыночных отношений базируется на трех предположениях.

1. Продолжение и разрыв межорганизационных связей есть функция трех рыночных сил: конкуренции, властных отношений и институционального принуждения. В большинстве теоретических подходов внимание сконцентрировано лишь на одной из этих трех сил. Например, ключевой элемент экономической теории – конкуренция – является главной (если вообще не единственной) движущей силой, управляющей хозяйственными и нехозяйственными институтами. «Возможно, в реальной жизни конкуренция – не более чем приправа к еде, но в экономической теории она чаще оказывается основным блюдом» [Stigler 1968: 181; см. также: Scherer 1980: 9–21]. Социологи изучают властные отношения, но они, напротив, часто недооценивают роль конкуренции [например, Pfeffer 1987: 27]. В новом институционализме подчеркивается роль институционального принуждения, но при этом недооценивается влияние властных отношений, а конкуренция и вовсе упускается из виду [Powell 1991: 184, 191]. Мы же утверждаем следующее: чтобы понять динамику межорганизационных рыночных отношений, необходимо изучать действие этих трех сил одновременно.

2. Конкуренция, властные отношения и институциональное принуждение по-разному влияют на продолжение и разрыв межорганизационных рыночных связей. Конкуренция – скорее разрушительная сила, которая увеличивает риск разрыва отношений [Fligstein 1996: 659]. Мы рассматриваем ее влияние на двух уровнях: поведения продавцов и рыночной структуры [Scherer 1980: 9–10]⁸. Конкуренцию на уровне поведения продавцов принято называть «соперничеством» [rivalry]. Такое понимание соответствует: определению конкуренции Адамом Смитом, под которой он понимал борьбу продавцов за благосклонность покупателей; определению конкуренции Максом Вебером, который видит в ней соревнование двух и более продавцов за «возможности обмена» [opportunities of exchange] с покупателем [Burt 1992; Simmel 1950: 154–162]; а также обыденному пониманию конкуренции в бизнес-кругах [см. также: Swedberg, 1994: 271]. Взгляд на конкуренцию на уровне «структуры рынка» подразумевает, соответственно, анализ структурных условий рынка или отрасли. Например, структурными условиями совершенной конкуренции являются: множество небольших фирм-покупателей; множество небольших фирм-продавцов; однородность товаров и отсутствие барьеров входа на рынок [Scherer 1980; Schmalensee, Willig 1989]. Классическими примерами могут послужить рынки пшеницы и сои.

⁸ Конечно, существуют другие взгляды на конкуренцию. Шумпетер, например, назвал бы конкуренцию на уровне «структуры рынка» частным случаем «обычной» конкуренции, поскольку эта структура разрушается под воздействием революционизирующего влияния конкуренции на новые технологии, новые способы производства или новые организационные формы [Schumpeter (1942) 1975: 81–86].

Влияние *властных отношений* на уровень риска разрыва связей зависит от того, кто обладает властью: покупатель или продавец. В целом, мы исходим из того, что если власть принадлежит покупателю, то рыночные связи подвержены более явному риску разрыва; если же власть принадлежит продавцу, то вероятность продолжения рыночных связей более велика. Мы согласны с важным положением Н. Флигстина [Fligstein 1996: 657] о том, что лучше всего рассматривать социальную структуру рынка как «...попытки фирм смягчить последствия конкуренции», но полагаем, что это зависит от угла зрения. Сама основа рыночных взаимоотношений нередко асимметрична: продавцы стремятся удержать своих клиентов, а клиенты вольны переходить от продавца к продавцу. У покупателей и продавцов разные причины (и разные возможности) поддерживать или не поддерживать стабильные отношения обмена. Например, рекламные агентства, как правило, стремятся «замкнуть» на себя своих клиентов и избегать дисциплинирующего «порядка», основанного на принципе свободного выхода из отношений [Hirshman 1970]. Это подтверждают попытки агентств запретить инициативные презентации. В зависимости от оценки приобретаемых услуг, выгоды перехода к другому продавцу (например, для получения услуг более высокого качества) и издержек такого перехода (например, уровня транзакционных издержек) покупатель могут предпочесть стабильные отношения или отказаться от них. Бывает, что обе стороны обменных отношений отдают предпочтение одним и тем же правилам обмена, например, правилу «эксклюзивного партнерства». Однако и это правило зачастую оспаривается: так, рекламное агентство «Saatchi and Saatchi» пыталось (правда, с переменным успехом) убедить своих клиентов в том, что в состоянии одновременно выполнять заказы их конкурентов, не порождая конфликта интересов. Приведенные примеры подчеркивают тот факт, что стабильность или нестабильность отношений рыночного обмена зависят от того, каким образом обе стороны рекламного рынка мобилизуют свои ресурсы.

Властные отношения рассматриваются нами с позиции теории ресурсной зависимости [resource dependence], согласно которой под «межорганизационными отношениями понимается результат действия моделей межорганизационной зависимости и соответствующих ограничений» [Pfeffer 1987: 40; см. также: Pfeffer, Salancik 1978]. Ресурс – это «любая имеющая ценность деятельность, услуга или товар» [Cook 1977: 64]. А власть – это способность одной организации, состоящей в отношениях обмена, «устанавливать характер межорганизационного обмена», – например, пропорции получаемых и передаваемых ресурсов [Cook 1977: 66]. Так, влиятельный клиент может заставить агентство предоставлять ему дополнительные услуги за ту же плату. Власть одной организации в отношениях обмена прямо пропорциональна зависимости другой организации. По мнению Пфедфера, власть приобретает большое значение, когда рыночные акторы находятся в состоянии неопределенности: они не знают точного направления действий и потому уязвимы перед требованиями влиятельных акторов, настойчиво пытающихся «определить ситуацию» [Pfeffer 1987]. Качество рекламных услуг сложно измерить как до, так и после их приобретения, поэтому влияние крупных, известных агентств весьма существенно. Если бы качество этих услуг можно было легко и точно измерить, то покупатели бы не так легко поддавались на заверения, обещания и доводы агентств с более высоким статусом. Этим социологическая концепция власти отличается от экономической трактовки «рыночной власти», где она определяется как способность фирмы сократить объем предлагаемых товаров и увеличить цену благодаря структурным несовершенствам рынка (яркий пример – отношения монополиста с большим числом мелких покупателей).

Институциональное принуждение снижает риск разрыва отношений. Мы используем этот термин, чтобы привлечь внимание к общему изоморфному давлению, порождающему конформизм по отношению к превалирующим нормам [DiMaggio, Powell 1983; Han 1994] в области правил обмена [Fligstein 1996], а также к развитию межличностных связей и организационных инвестиций, связывающих организации между собой, транслирующих

нормы и способствующих унификации организационных практик [Abrahamson, Fombrun 1994; DiMaggio, Powell 1983; Granovetter 1985; Johanson, Mattsson 1987; Macaulay 1963; Uzzi 1996; Williamson 1985]. Например, риск разрыва диадических отношений между клиентом и аудитором оказывается ниже, если между сотрудниками двух компаний существует «привязанность» [attachment], т.е. личные отношения [Seabright et al. 1992]. Это влияние социальных связей на риск разрыва отношений соответствует положениям институциональной теории [DiMaggio, Powell 1983; Galaskiewicz, Wasserman 1989], теории социального обмена [Blau 1964; Cook 1977], концепции социальной укорененности [Granovetter 1985; Uzzi 1996] и экономической теории транзакционных издержек [Williamson 1985].

3. Стабильность рынка зависит от относительного влияния сил конкуренции, властных отношений и институционального принуждения. Под стабильностью рынка мы понимаем вероятность непрерывного развития рыночных отношений при переходе от одного периода времени к другому. Стабильность рыночных связей есть функция конкуренции, властных отношений и институционального принуждения. Поскольку их воздействие не однонаправленно, наблюдаемая стабильность рыночных связей является результирующим эффектом влияния трех противодействующих сил. Например, конкуренция – это прежде всего дестабилизирующая сила [Fligstein 1996: 659]. Поэтому если она окажется самой мощной из трех, то рыночные связи при переходе от одного периода к другому едва ли сохранятся (т.е. велик риск разрыва). Силы институционального принуждения, наоборот, стабилизируют обмен [Abrahamson, Fombrun 1994; DiMaggio, Powell 1983]⁹. Например, если ранее установленные правила обмена все еще доминируют в сфере рекламных услуг, то перед нами стабильные отношения, которые свидетельствуют о подчинении правилам «эксклюзивности» и «лояльности» [Leiss et al. 1986; Pope 1983]. Если самой мощной рыночной силой оказывается именно институциональное принуждение, то при переходе от одного периода к другому рыночные связи, скорее всего, продолжатся (т.е. риск разрыва невелик). Более того, если бы институциональное принуждение было единственной силой, воздействующей на рынок, то отношения обмена представляли бы собой четко закрепленные, стабильные и долгосрочные связи, подобные тем, что наблюдал Уайт при анализе производственных рынков [White 1981a, 1981b].

Гипотезы исследования

Наш главный тезис заключается в том, что динамика рыночных отношений обусловлена конкуренцией, властными отношениями и институциональным принуждением. В данном разделе мы опишем специфические эффекты воздействия каждой из этих трех сил с позиций клиента, приобретающего рекламные услуги. В каждой гипотезе подразумевается, что все прочие факторы остаются неизменными при прочих равных условиях. Все концепции, параметры измерения и гипотезы приводятся ниже в табл. 3¹⁰.

⁹ Например, шансы организаций на выживание увеличиваются по мере укоренения их связей в социальных сетях [Baum, Oliver 1992; Uzzi 1996]. Развивая этот тезис, мы утверждаем, что шансы рыночных *отношений* на выживание тоже возрастают по мере их укоренения в социальных сетях.

¹⁰ Некоторые переменные могут относиться одновременно к нескольким силам. В наших определениях теоретически разграничиваются понятия «конкуренции», «властных отношений» и «институционального принуждения», однако теория не всегда точно соответствует наблюдаемым эмпирическим параметрам. Тем не менее мы попытались найти наиболее подходящее место для каждого параметра. (Табл. 3 включена авторами в

Конкуренция. Конкуренция осуществляется сразу в нескольких плоскостях: цены, качества, уровня сервиса, периодичности поставок и т.д. В экономических теориях обмена главная роль отводится цене, но в реальном мире ее значимость вариативна. Продавцы, используя законные и незаконные средства, как правило, стараются *избегать* прямой ценовой конкуренции [Baker 1990; Baker, Faulkner 1993; Fligstein 1996: 659–660; Schumpeter (1942) 1975: 84]. Покупатели тоже стараются не вынуждать продавцов конкурировать уровнем цен в тех случаях, когда это может разрушить длительные отношения; удержать продавцов от долгосрочных инвестиций, предполагающих продолжение отношений (например, от капитальных вложений); не ставить под угрозу само выживание продавцов. Подобное поведение покупателей можно наблюдать в столь несхожих отраслях, как инвестиционные банки [Eccles, Crane 1988] и поставки автомобильных комплектующих [Best 1990]. На рынке, близком к идеальной модели совершенной конкуренции, сложно избежать прямой ценовой конкуренции. И наоборот, цена гораздо менее важна на рынках, где: 1) предлагаемые товары или услуги сложны, выполняются на заказ, уникальны и труднопоставимы между собой; 2) качество продукта или услуги трудно оценить однозначно, а связь между качеством и итоговым объемом продаж сложно измерить; 3) соблюдаются условия несовершенной рыночной конкуренции. В подобных случаях ценовая конкуренция оказывается менее значимой, чем так называемые неценовые формы конкуренции (например, через качество продукта или уровень сервиса)¹¹.

Большинство рынков профессиональных услуг именно таковы, т.е. имеют все три обозначенные выше характеристики. Поэтому большинство фирм, предоставляющих профессиональные услуги, обычно прибегают к неценовым формам конкуренции. Например, аудиторские фирмы дифференцируют себя не столько по уровню цены, сколько по статусу и репутации [Han 1994]. Цена аудиторской услуги менее важна, чем статус аудитора (с которым напрямую связано и качество аудита); влияние уровня цены на решение клиента продолжить сотрудничество или сменить аудитора столь незначительно, что в модели продолжения и разрыва связей между клиентом и аудитором оно даже не учитывается [Levinthal, Fitchman 1988; Seabright et al. 1992]. Рекламные агентства дифференцируют себя аналогичным образом: здесь важны не столько ценовые различия (плата за услуги), сколько качество продукта и уровень сервиса. Более того, неудовлетворенность ценовым предложением – лишь одна из двенадцати причин, по которым клиенты уходят к конкуренту [Rutherford, Thompson, Stone 1992: 1–2]. Во многих сферах оказания профессиональных услуг «проблема цены» решается путем установления твердых цен – назначения фиксированного процента (например, взимания рекламными агентствами стандартных 15% комиссионных с общей стоимости заказа). Данный пример иллюстрирует «социальные представления», при помощи которых рыночные акторы избегают прямой ценовой конкуренции [Fligstein 1996: 659].

Индикаторами уровня конкуренции на рынке рекламных услуг являются уровень соперничества и структура рынка [Scherer 1980]. Мы предполагаем, что влияние конкуренции на продолжение и разрыв рыночных связей в наблюдаемом периоде обусловлено уровнем конкуренции (уровнем соперничества и характером рыночной структуры) в предыдущем периоде. В выигрыше оказываются продавцы, чьи связи сохранились; а в проигрыше – чьи связи прервались. На понятийном уровне *соперничество* –

заключительную часть работы; мы публикуем ее в следующем номере журнала. – *Прим. ред.*).

¹¹ Сторонники экономической теории часто стараются не замечать неценовую конкуренцию, поскольку, как пишет Шумпетер: «стоит лишь допустить *конкуренцию по поводу качества и технологий продаж* в святая святых теории, как цена немедленно утратит свою доминирующую позицию» [Schumpeter (1945) 1975: 84, курсив наш].

это «взаимодействие организации и рынка», операционализируемое как: 1) *количество продавцов*, с которыми рассматриваемая организация (клиент) осуществляет трансакции в данный период; 2) *распределение ресурсов (заказов)* между этими продавцами [Baker 1990: 593]. В обиход клиента входят агентства, конкурирующие за выполнение нового заказа, и агентства, желающие продолжить выполнение ранее полученных заказов; это соперники, соревнующиеся за «возможности обмена» с покупателем [Weber [1922] 1978: 635]. Согласно логике экономической теории и теории социального обмена [Cook 1977], стабильность связей клиента имеет обратную связь с числом альтернативных предложений, которые получает данный клиент. Итак, мы выдвигаем первую гипотезу.

Гипотеза K1: число агентств, услугами которых клиент пользуется в момент времени t , прямо пропорционально риску разрыва рыночной связи в момент времени $t+1$ ¹².

Распределение ресурсов выражается в размещении заказов между продавцами (в нашем случае – распределении заказов на рекламную продукцию между агентствами). Покупатель, который равномерно размещает заказы между продавцами, следует «транзакционной» стратегии, стимулирующей рост соперничества между ними; и наоборот, покупатель, который неравномерно размещает заказы между продавцами, следует «отношенческой» стратегии, снижающей уровень конкуренции [Baker 1990: 595–596].

Гипотеза K2: распределение заказов (измеряемое как индекс концентрации Херфиндаля) обратно пропорционально риску разрыва рыночной связи в момент времени $t+1$.

Иными словами, при равномерном распределении заказов (низкое значение индекса Херфиндаля) риск разрыва связей больше, чем при неравномерном (высокое значение индекса Херфиндаля). Значение индекса максимально, когда клиент размещает все заказы у одного агентства. За этим стоит «отношенческая» стратегия, позволяющая поддерживать наиболее длительные связи [Baker 1990: 594–595]. Влияние данной стратегии на риск разрыва связей может быть неравномерным. Например, увеличение концентрации заказов с 90 до 95 и с 95 до 100 производит разный эффект, хотя в обоих случаях разница составляет пять процентов. Во втором случае мы наблюдаем фундаментальный сдвиг в стратегии компании – переход от работы с несколькими контрагентами к «эксклюзивному партнерству». Данную вероятность мы выражаем следующей гипотезой.

Гипотеза K3: стратегия «эксклюзивного партнерства» в момент времени t негативно влияет на риск разрыва рыночной связи в момент времени $t+1$.

Структурные основания конкуренции, или структура рынка, могут быть выгодны для одних участников рынка и ущемлять других: покупателей или продавцов [Schmalensee, Willig 1989]. Для их характеристики существуют распространенные выражения: «это рынок покупателей» или «это рынок продавцов». Если структура рынка на стороне агентств («рынок продавцов»), то риск разрыва связей между клиентом и агентством снижается: агентства, как правило, стремятся сохранить бизнес и редко «отказываются» от своих клиентов. И наоборот, если структура рынка благоприятна для клиентов («рынок покупателей»), риск разрыва связей возрастает: если у клиента много альтернативных предложений, то вероятность его ухода к конкуренту выше. Поскольку число продавцов и число покупателей являются базовыми характеристиками рыночной структуры, соотношение продавцов и покупателей показывает результирующее влияние структурных

¹² Гипотезы о конкуренции обозначены буквой «К», гипотезы о властных отношениях – «В», а гипотезы об институциональном принуждении – «И».

условий, действующих в пользу той или иной стороны рынка¹³. Итак, мы выдвигаем следующую гипотезу.

Гипотеза К4: отношение общей численности продавцов (агентств) к общей численности покупателей (клиентов) на рынке в момент времени t прямо пропорционально риску разрыва в момент времени $t+1$.

Хотя соотношение числа продавцов и покупателей представляет важную характеристику структурных условий конкуренции, оно не позволяет описать общую модель (сеть) обмена на том или ином рынке. Два рынка могут иметь одинаковое соотношение продавцов и покупателей, но при этом их сети обмена будут совершенно разными. Под «сетью» [network] мы понимаем множество экономических обменов между покупателями и продавцами в данный момент времени, где связь – это обмен платой за услуги. Централизация сети [network centralization] является ключевым понятием на макроуровне анализа в сетевом подходе и позволяет уловить важные различия сетевых структур [Bonacich 1991; Freeman 1979; Wasserman, Faust 1994]¹⁴. При низкой степени централизации сеть экономического обмена относительно равномерная, что свидетельствует о сильной структурной конкуренции (т.е. о «ровном игровом поле»). И наоборот, высокая степень централизации говорит о том, что сеть экономического обмена «пикообразная» или иерархичная, что указывает на слабую структурную конкуренцию (т.е. «неровное игровое поле»).

Анализ централизации сети на таком рынке, как рынок рекламных услуг, имеет свою специфику, поскольку обмены происходят *между* двумя популяциями акторов: покупателями и продавцами¹⁵. Такая сеть называется двумодальной (см., например: Bonacich 1991; Faulkner 1983; Wasserman, Faust 1994). Большинство рынков по природе своей двумодальны: типичный рыночный институт предполагает разделение на «группу спроса» и «группу предложения» [Polanyi 1957: 170]. При двумодальной сети централизация

¹³ Другой пример – рынок брачных отношений. Так, С. Саут и К. Ллойд обнаружили, что количественное соотношение мужчин и женщин связано с риском распада брачных отношений: риск возрастает, «если у мужа или жены есть относительно большое число альтернатив их брачному партнеру» [South, Lloyd 1995: 31]. В отличие от нашей гипотезы здесь предполагается *нелинейная* зависимость: риск развода возрастает в обоих случаях – и если мужчин больше, чем женщин; и если женщин больше, чем мужчин. В нашем же случае зависимость риска разрыва связей от соотношения продавцов и покупателей *линейна*: если агентств больше, чем клиентов, то риск разрыва возрастает; если клиентов больше, чем агентств, то риск падает.

¹⁴ Централизация сети [network centralization] – это свойство сети в целом; центральность [centrality] – индикатор позиции отдельного узла в сети [Freeman 1979]. Их называют также «централизация графа» и «центральность отдельной вершины» соответственно. Централизация сети и центральность позиции – разные показатели, но в расчетах они оказываются связаны. Централизация сети – это суммарный показатель распределения центральностей отдельных вершин [points], который имеет минимальное значение в случае, если все акторы центрированы равномерно, и максимальное значение, если один актор «занимает доминирующую позицию и перевешивает» всех остальных [Wasserman, Faust 1994: 177].

¹⁵ Социальные сети могут быть представлены одномодальной сетью, когда связи сформированы между членами одной популяции. Одномодальная сеть встречается на так называемых биржевых рынках, где актором выступает покупатель, продавец или одновременно и тот и другой. Примером выступают фондовая или товарная биржи [Baker 1984], хотя это не типичные рыночные институты.

оценивается для каждой из сторон рынка, позволяя разграничить структурные условия конкуренции как на стороне спроса, так и на стороне предложения.

Гипотеза К5: централизация хозяйственной сети на стороне продавцов в момент времени t негативно влияет на риск разрыва рыночной связи в момент времени $t+1$.

Высокая (низкая) степень централизации хозяйственной сети продавцов указывает, соответственно, на низкий (высокий) уровень структурной конкуренции между агентствами, а следовательно, на низкий (высокий) риск разрыва связи.

И далее аналогичная гипотеза.

Гипотеза К6: централизация хозяйственной сети на стороне клиентов в момент времени t негативно влияет на риск разрыва рыночной связи в момент времени $t+1$.

Властные отношения. Власть и зависимость играют важную роль в динамике межорганизационных отношений [Pfeffer, Salancik 1978]. Например, корпорации целенаправленно манипулируют интенсивностью и числом связей с инвестиционными банками, чтобы снизить уровень своей зависимости и увеличить объем власти [Baker 1990]. Мы полагаем, что сходная логика действует и в отношениях между клиентами и рекламными агентствами. Корпоративные клиенты зависят от рекламных агентств в силу своей потребности в создании рекламы, получении информации и доступа к покупателям рекламной продукции (например, к телевизионным сетям и телестанциям). Агентства также могут выручить или подстраховать своих клиентов¹⁶. Зависимость корпоративных клиентов от этих ресурсов служит источником власти агентств в сфере рекламы. Стремясь снизить уровень своей зависимости, корпоративные клиенты используют следующие тактики: отказ от услуг агентства или продолжение отношений с ним, сотрудничество одновременно с несколькими агентствами или постоянная смена агентств. Со временем клиенты размещают и перераспределяют свои заказы так, чтобы заставить агентства повышать качество услуг, предоставлять дополнительные услуги, более творчески выполнять заказ, снижать издержки и т.д. И рекламные агентства вынуждены считаться с этими тактиками, поскольку они в свою очередь зависимы от клиентов, полагаясь на их потребность в рекламе товаров и услуг: не будь клиентов, производящих товары на продажу, рекламные агентства останутся без работы.

В своих рассуждениях мы отталкиваемся от предложенных ранее трактовок властных отношений между клиентами и поставщиками профессиональных услуг [Baker 1990; Nap 1994; Podolny 1993; Seabright et al. 1992]. На риск разрыва связи влияет изменение потребности клиента в ресурсах (т.е. изменение уровня зависимости от товаров и услуг, предоставляемых поставщиком). Например, в случае аудита ресурсом, в котором нуждается компания, выступает «внешняя экспертиза» [Seabright et al. 1992: 133]. Потребность в такой экспертизе становится более настоятельной при усложнении условий проведения аудита; а по мере усложнения аудита (например, при изменении методов учета деятельности компании) увеличивается вероятность разрыва связи между клиентом и аудитором [Seabright et al. 1992: 133, 146]. В свою очередь, потребность клиента в рекламе вызвана необходимостью дифференцировать продукты и стимулировать спрос. Вместе с ростом

¹⁶ Например, когда производитель игрушек «Mattel» оказался на грани банкротства, рекламное агентство «Ogilvy&Mather», с которым он долгое время сотрудничал, оплачивало его рекламу на телевидении и в прессе [Pendleton 1988]. Такие случаи можно встретить и на других рынках профессиональных услуг. Например, в начале 1980-х гг. ведущий инвестиционный банк «Goldman Sachs» помогал пережить трудные времена компании «Ford Motor» [Baker 1990: 597].

потребности клиента в рекламе увеличивается и риск разрыва связей между клиентом и рекламным агентством.

Гипотеза В1: увеличение потребности клиента в рекламе в момент времени t увеличивает риск разрыва рыночной связи в момент времени $t+1$.

Индикатором объема власти в нашем случае выступает *размер организации*, хотя его можно интерпретировать по-разному [Uzzi 1996: 674–702; см., например: Pfeffer, Salancik 1978: 131–139]. Скажем, крупные размеры можно рассматривать как буфер, смягчающий давление окружающей среды, или как способ защиты от банкротства [Pfeffer, Salancik 1978: 131–139; Uzzi 1996: 688]. Более того, размер организации может увеличивать «привлекательность» клиента. И крупные клиенты могут больше требовать от своих поставщиков просто благодаря своему весу [Baker 1990: 603]. Действительно, многие агентства боятся потерять крупных клиентов и потому охотно соглашаются на их требования [Mayle 1990: 139]. К тому же размер компании клиента может указывать на степень совпадения интересов покупателя и продавца в стабильных отношениях. Ведь стабильность рынка зависит от стабильности отношений, в особенности между ведущими фирмами [Fligstein 1996: 667]. Крупные компании, обладающие властью на рынке, предпринимают усилия, чтобы сохранить сложившуюся структуру, в то время как более мелкие фирмы (т.е. претенденты на власть) часто заинтересованы в разрушении стабильных отношений [Fligstein 1996]. Все это выводит на следующую гипотезу.

Гипотеза В2: размер компании клиента в момент времени t отрицательно связан с риском разрыва связи между клиентом и агентом в момент времени $t+1$.

Но возможен и другой вариант. Размер организации может свидетельствовать о большом штате сотрудников компании и ее способности управлять отношениями одновременно с несколькими поставщиками. Например, крупные корпорации имеют большие финансовые отделы и эффективный управленческий аппарат, что позволяет им придерживаться «транзакционной» стратегии, предполагающей сотрудничество с множеством банков и равномерное размещение заказов между ними [Baker 1990: 609]. Если подобная логика действует и в отношениях между клиентом и рекламным агентством, то крупный размер клиентской компании угрожает сохранению связи между ними. Таким образом, гипотеза, альтернативная гипотезе В2, звучит следующим образом: размер компании клиента в момент времени t положительно связан с риском разрыва рыночной связи в момент времени $t+1$.

Финансовый статус, т.е. общее экономическое состояние фирмы, является еще одним индикатором объема власти и степени зависимости в межорганизационных отношениях. Например, результаты исследований переплетенного директората указывают на наличие прямой зависимости между числом таких переплетений и финансовым статусом, измеряемым как соотношение между заемным и собственным капиталом [Dooley 1969; Pfeffer 1987]. Это объясняется тем, что зависимые компании (высокая доля заемного капитала) пытаются преодолеть свою зависимость посредством установления связей на уровне директорского корпуса. Компания со слабыми финансовыми позициями, особенно если, по ее мнению, виной тому – «низкое» качество рекламы, может отказаться от услуг одного агентства и обратиться к другому. Как правило, в краткосрочном периоде смена агентства ведет к росту цен на акции компании, поскольку такими действиями она сигнализирует инвесторам об изменении своей маркетинговой и рекламной стратегии [Rutherford et al. 1992]. Между тем для компаний с сильными финансовыми позициями необходимость сменить агентство, чтобы ослабить зависимость, стоит не так остро. Особенно если они связывают свой финансовый успех с «высоким» качеством рекламы и намерены продолжать сотрудничество со своими агентствами и (или) если они «покупаются» на попытки агентств убедить их в том, что успех вызван исключительно качеством рекламы. В результате мы выдвигаем следующие гипотезы.

Гипотеза В3: финансовый статус клиента в момент времени t снижает риск разрыва рыночной связи в момент времени $t+1$.

Гипотеза В4: повышение финансового статуса между моментами времени t и $t+1$ снижает риск разрыва рыночной связи.

Социальный статус – важное понятие социологии рынков [Eccles, Crane 1988; Han 1994; Podolny 1993]. Мы следуем определению Дж. Подольного, согласно которому под рыночным статусом производителя понимается «субъективная оценка качества товаров данного производителя по сравнению с качеством товаров его конкурентов» [Podolny 1993: 830]. На рынках профессиональных услуг, подобному рекламному рынку, покупатели не могут объективно оценить подлинное качество предлагаемых товаров и услуг и потому используют статус «как сигнал, выявляющий качество товаров, предлагаемых фирмой» (например, рекламным агентством) [Podolny 1993: 831]. Для клиента статус рекламного агентства, несомненно, важен, поскольку он снижает степень неопределенности относительно его действительного творческого потенциала, реального качества рекламы и ее влияния на объем продаж. Доверие клиентов к статусу агентств служит для последних источником власти. А если агентство обладает властью, то клиенты стремятся сохранять с ним отношения.

Гипотеза В5: повышение статуса рекламного агентства в момент времени t снижает риск разрыва рыночной связи в момент времени $t+1$.

Центральность позиции в сети обеспечивает доступ к ресурсам (например, информации) и контроль над ними [Bonacich 1987; Burt 1992; Cook, Yamagishi 1992; Freeman 1979; Wasserman, Faust 1994]. Актер, занимающий центральную позицию, находится в гуще событий, получает информацию быстрее, в большем объеме и более высокого качества. Мы полагаем, что сеть экономического обмена, где связь – это обмен платой за товары или услуги, служит одновременно и сетью коммуникации. Для любой организации потребители и поставщики являются важными составляющими «сети внешней разведки» [Baker 1994: 61–64]¹⁷. Клиенты оценивают агентство, занимающее центральную позицию в сети экономического обмена, выше, чем периферийное агентство. Поскольку первое получает информацию о состоянии рынка, новых маркетинговых идеях, действиях конкурентов, тенденциях потребительских настроений быстрее, в большем объеме и более высокого качества. А поскольку информация является ценным ресурсом для рыночных акторов [Stinchcombe 1990], то доступ к информации (или претензии на такой доступ) служит источником власти в отношениях между клиентом и агентом. Более того, акторы, занимающие центральные рыночные позиции, в значительной степени заинтересованы в поддержании стабильной социальной структуры рынка [Fligstein 1996: 667]. Отсюда вытекает следующая гипотеза.

Гипотеза В6: центральность позиции агентства в момент времени t снижает риск разрыва в момент времени $t+1$.

Между тем клиенты получают информацию и благодаря центральности их собственной позиции в сети обмена, что снижает их потребность в информации, предоставляемой агентствами. Центральность позиции агентства и центральность позиции клиента могут, таким образом, уравновешивать друг друга. В этом случае центральность позиции клиента будет положительно связана с риском разрыва рыночной связи. Однако если клиенты и агентства, занимающие центральные позиции, в равной мере заинтересованы в поддержании

¹⁷ В качестве примера У. Бейкер приводит одного топ-менеджера, «который использовал рекламу и другие СМИ для сбора информации о конкурентах. По его словам, “люди, которые, продают нам место в деловой прессе, – самый полезный контакт в мире. Я выкачивал из них все сведения о том, что происходит с моими конкурентами”» [Baker 1994: 64].

стабильной социальной структуры рынка [Fligstein 1996: 667], то зависимость между центральностью позиции клиента и риском разрыва рыночной связи будет обратной. Исходя из того, что отношения обмена по природе своей асимметричны, мы выдвигаем следующую гипотезу.

Гипотеза В7: центральность позиции клиента в момент времени t увеличивает риск разрыва рыночной связи в момент времени $t+1$.

Индикатором *субъективно воспринимаемой эффективности рекламы* выступает объем продаж, ведь цель рекламы – это продвижение клиента в «высшую лигу» именно по этому показателю. Однако причинно-следственная связь между рекламой и объемом продаж клиента опосредована, размыта и неоднозначна. Невозможно «доказать», что именно рекламная кампания способствовала или не способствовала росту объема продаж. На него влияет огромное количество факторов, и нельзя сбрасывать со счетов альтернативные объяснения. Тем не менее, пытаясь по мере сил «привнести смысл» [Weick 1995] в ситуацию, которая по своей сути не может быть определенной, клиенты и агентства приписывают изменение объема продаж эффективности или неэффективности рекламы. Например, клиенты нередко обвиняют рекламные агентства в падении уровня продаж, используя этот аргумент в качестве оправдания при разрыве отношений.

Гипотеза В8: рост объема продаж (субъективно воспринимаемая эффективность рекламы) в промежутке между моментами времени t и $t+1$ снижает риск разрыва рыночной связи в момент времени $t+1$.

Институциональное принуждение. Негласная исходная посылка институциональной теории заключается в том, что конкуренция – это единственная движущая сила в конкурентной сфере, а институциональный изоморфизм – единственная движущая сила в институциональной сфере [Powell 1991: 183–186]. Мы согласны с У. Пауэллом, что при таком подходе «рыночным процессам отводится слишком много места» [Powell 1991: 184]¹⁸. Силы институционального принуждения действуют во всех институтах – хозяйственных и нехозяйственных [Fligstein 1996]. В центре нашего внимания находится та степень, в которой подчинение нормам относительно правил обмена (в частности, принятой продолжительности рыночных отношений) влияет на риск разрыва связей между клиентом и агентством¹⁹. Длительность всех социальных отношений регулируется соответствующими нормами или «социальными ожиданиями относительно продолжительности связей» [Merton 1982]. Пример – «нормативное основание продолжительности» отношений между клиентом и поставщиком профессиональных услуг [Merton 1982: 280]. В числе исходных правил обмена на рынке рекламных услуг мы называли «эксклюзивность» и «лояльность» [Leiss et al. 1986;

¹⁸ По мнению У. Пауэлла, это связано с тем, что исследования институтов в последнее время стали слишком узконаправленными [Powell 1991: 183–186] и это привело к отделению конкурентной сферы (рынка) от институциональной сферы. Данное размежевание восходит к базовым тезисам институциональной теории о противопоставлении технического сектора институциональному [Meyer, Scott, Deal 1981] и, соответственно, конкурентного изоморфизма институциональному [Tolbert, Zucker 1983; DiMaggio, Powell 1983].

¹⁹ П. Димаджио и У. Пауэлл формулируют ключевой вопрос институциональной теории: «Почему существует столь удивительное единообразие организационных форм и практик?» [DiMaggio, Powell 1983: 148]. При ответе на этот вопрос, как правило, подчеркивается сходство *организаций* и однородность *организационных полей* [DiMaggio, Powell 1991]. Мы же концентрируем внимание на сходстве *социальных отношений* (степень, в какой подчинение нормам продолжительности отношений влияет на связи между клиентом и агентством).

Роре 1983], которые вместе образуют «нормативное основание продолжительности» связей между клиентом и агентством. Социальные ожидания относительно продолжительности связей играют здесь важную роль, так как могут повлиять на их *фактическую* продолжительность. Например, если покупатель и продавец ожидают, что их отношения будут развиваться дальше, почти несомненно, что так оно и случится – происходит своего рода самореализация ожиданий относительно продолжительности рыночных связей [Heide, John 1990].

Мы рассматриваем два механизма воздействия институционального изоморфизма на динамику связей между клиентом и агентством: 1) общее изоморфное влияние, заставляющее подчиняться нормам продолжительности отношений в рекламной отрасли; и 2) социальную укорененность как формирование двух типов социальных сетей – межличностных и межорганизационных, – которые пересекают границы организации и способствуют унификации организационных практик. Конечно, названные институциональные механизмы – не более чем аналитические конструкты; на практике они могут переплетаться [см., например: DiMaggio, Powell 1983]. Тем не менее важное различие между ними заключается в *способе* трансляции норм. В рамках первого механизма влияние на тех, кто принимает решения в организации, происходит путем *безличной* трансляции норм, в том числе в предельно простых формах – скажем, через публикации в профессиональной прессе (например, в журналах «Advertising Age» и «Institutional Investor») об отношениях между клиентами и поставщиками услуг [Johnson 1994; Pendleton 1988]. В рамках второго механизма имеет место *личная* трансляция норм, например, через персональные связи. В своей работе Э. Абрахамсон и Ч. Фомбрун отмечают, что покупатели и поставщики взаимно социализируются, создают общие системы смыслов, способствующие унификации организационных практик [Abrahamson, Fombrun 1994: 737]. Так складываются «локальные культуры», которые регулируют рыночные взаимодействия [Fligstein 1996: 657].

При изменении исходных правил обмена и норм продолжительности связей институциональный изоморфизм влияет и на продолжительность фактических отношений. Например, в сфере инвестиционных банков «транзакционные» нормы 1980-х гг. (оппортунистическое поведение и сотрудничество одновременно с несколькими банками) вытеснили «отношенческие» нормы, господствовавшие в 1970-х гг. (лояльность и «эксклюзивное партнерство») [Baker 1990; Eccles, Crane 1988]. Многие корпорации на финансовом рынке подчинились транзакционным нормам, отказавшись от стратегии «эксклюзивного партнерства» и распределив заказы между несколькими банками [Baker 1990]. Вслед за ними в 1980-х гг. от отношенческих практик к транзакционным перешли также участники рынков рекламных, юридических и других профессиональных услуг [Baker, Faulkner 1991]. «Тенденция к транзакционализации», вероятно, продолжалась и в 1990-х гг., хотя мы не располагаем точными данными, которые бы это подтверждали. Мы, тем не менее, предполагаем, что влияние общего нормативного изоморфизма на продолжительность связей между клиентом и агентством наблюдается во всех трех временных периодах.

Гипотеза III: риск разрыва рыночных связей в 1970-е гг., когда господствовали «отношенческие» нормы, меньше, чем риск их разрыва в 1980-е гг., когда преобладали транзакционные нормы.

Гипотеза II2: продолжение тенденции к «транзакционализации» в 1990-е гг. привело к увеличению риска разрыва связей в 1990-х гг. по сравнению с 1980-ми гг.

Под социальными сетями мы понимаем совокупность межличностных и межорганизационных связей между покупателями и продавцами. Заимствуя определения, использованные в исследовании связей между клиентами и аудиторами, мы разделяем эти социальные сети на два типа: *индивидуальные привязанности* (межличностные связи) и *структурные привязанности* (межорганизационные связи) [Seabright et al. 1992]. Экономические связи, которые формируются в ходе обмена платой за услуги, не идентичны

социальным. Они укореняются в социальных связях. Социальные сети *способствуют* экономическому обмену, порождая доверие, препятствуя мошенничеству, совершенствуя координацию действий и механизм совместного решения проблем, позволяя передавать конфиденциальную и частную информацию и ускоряя коммуникацию за пределами организации [Granovetter 1985; Uzzi 1996; Van de Ven 1976]. Социальные сети транслируют нормы относительно организационных практик, а следовательно, являются механизмами институционального изоморфизма [DiMaggio, Powell 1983; Friedkin 1984]. Например, именно они обуславливают сходство моделей преподнесения корпоративных подарков [Galaskiewicz, Wasserman 1989] или участие кооперации в работе политических комитетов [Mizurichi 1989], а также выбор тактик защиты от враждебных поглощений [Davis 1991]. В связанных таким образом организациях складываются общие представления, вырабатываются сходные организационные практики и стратегии [Abrahamson, Fombrun 1994; Johanson, Mattsson 1987; Palmer, Jennings, Zhou 1993].

Социальные сети стабилизируют обмен [Granovetter 1985] и увеличивают продолжительность рыночных связей [Abrahamson, Fombrun 1994]. Например, индивидуальные привязанности (межличностные связи) снижают риск разрыва связей между клиентом и аудитором. Измеряя индивидуальные привязанности через срок службы финансового директора клиентской компании, М. Сибрайт и его соавторы обнаружили, что чем больше этот период, тем меньше риск разрыва связей [Seabright 1992: 152]. На основании этого мы предполагаем, что чем дольше в компании клиента работают топ-менеджеры, тем ниже риск разрыва связей между клиентом и рекламным агентством. Разрушение же этих привязанностей ставит рыночную связь под угрозу. Если кто-нибудь из высшего руководства *покидает* клиентскую компанию, то компания рискует потерять важные личные связи со своими агентствами.

Гипотеза И3: уход топ-менеджера из клиентской компании в промежутке между моментами времени t и $t+1$ увеличивает риск разрыва рыночной связи в момент времени $t+1$.

Аналогично, если в клиентскую компанию *приходит* новый руководитель высшего звена, связи с агентствами также подвергаются риску, поскольку: у нового руководителя может не оказаться личных связей с теми агентствами, услугами которых пользуется клиентская компания; у него могут быть личные связи с другими агентствами; наконец, он может исповедовать совсем иную философию в отношении того, каким образом организации следует строить свои отношения с поставщиками²⁰. Например, Лу Гестнер, придя в корпорацию «IBM» в качестве исполнительного директора и председателя правления, провел реорганизацию управлений продаж и маркетинга, отказался от услуг 42 рекламных агентств, с которыми ранее сотрудничала «IBM», и разместил все заказы у одного-единственного агентства «Ogilvy&Mather» [Taylor 1995]. Отсюда вытекает следующая гипотеза.

Гипотеза И4: наблюдается прямая зависимость между приходом нового топ-менеджера в период времени от t до $t+1$ и риском разрыва в момент времени $t+1$.

²⁰ К руководителям высшего звена мы относим председателя совета директоров, исполнительного директора, президента, финансового директора. Уход руководителя высшего звена часто не совпадает по времени с *приходом* нового руководителя. Если бы это происходило одновременно, то корреляция двух переменных (уход и приход) составила бы +1, а как видно из табл. 2, корреляции здесь практически нет ($r = 0,007$) (Табл. 2 приводится авторами в заключительной части работы и публикуется в следующем номере журнала. – Прим. ред.). В изучаемый период наблюдается объединение должностных позиций. Например, если исполнительный директор покидает компанию (мы фиксируем «уход»), но его обязанности переходят к действующему президенту, который становится одновременно президентом и исполнительным директором компании (в таком случае мы не можем фиксировать «приход»).

Рынок рекламных услуг позволяет нам исследовать такой вид индивидуальных привязанностей, который отсутствует на рынке аудиторских услуг, – «внутрифирменные» услуги. Публичная компания обязана привлекать внешнего аудитора [Han 1994: 644], но для производства рекламной продукции оно может пользоваться услугами внутрифирменного агентства. Вероятность формирования межличностных связей (т.е. индивидуальных привязанностей) выше в случае сотрудничества с внутрифирменным агентством, поскольку контрагенты являются сотрудниками одной компании и работают по соседству, а их личные связи не выходят за пределы организации. Поэтому мы предполагаем, что связь с внутрифирменным агентством меньше подвержена риску разрыва, чем связь с внешним агентством.

Гипотеза И5: существование связи с внутрифирменным агентством в момент времени t уменьшает риск разрыва рыночной связи в момент времени $t+1$.

Как считают П. Димаджио и У. Пауэлл, влияние институционального изоморфизма «встроено» в отношения обмена между покупателями и продавцами [DiMaggio, Powell 1983: 154]. Структурные привязанности – так же как взаимное инвестирование в конкретные меры, процедуры координации и совместные технологии, – снижают риск разрыва рыночных связей [Seabright et al. 1992]. Продолжительность рыночной связи, отражая «всю историю инвестиций организации с момента формирования ее межорганизационных отношений», выступает индикатором структурной привязанности [Seabright et al. 1992: 127]. Продолжительность связей между клиентом и аудитором описывается перевернутой параболой: риск разрыва постепенно возрастает, через четыре года становится максимальным, а впоследствии снижается, демонстрируя своего рода «эффект медового месяца» [Levinthal, Fichman 1988]. Мы предполагаем, что и в нашем случае будет иметь место такой же эффект, хотя пик риска может достигаться в другое время. Данный эффект можно уловить при помощи модели, описываемой двумя следующими гипотезами.

Гипотеза И6: между продолжительностью рыночной связи и риском ее разрыва наблюдается прямая зависимость, а квадрат продолжительности рыночной связи отрицательно связан с риском ее разрыва.

На основе анализа исторически сложившейся модели размещения клиентом заказов между агентствами можно судить о наличии и (или) отсутствии структурных привязанностей. Если история распределения заказов клиента – это своего рода «микширование», связанное с частой сменой агентств и постоянным перераспределением заказов между ними, то маловероятно, что между клиентом и агентствами возникнут структурные привязанности. И наоборот, если клиент придерживается стратегии стабильного распределения заказов, т.е. сотрудничает с одними и теми же агентствами и размещает одинаковые заказы у одних и тех же агентств, то структурные привязанности можно считать сформированными. Мы можем выстроить модель исторически сложившегося распределения заказов клиентом на основе наших данных о хозяйственных связях между клиентами и агентствами. Например, компания «PepsiCo., Inc.» распределяет заказы намного стабильнее, чем компания «Coca-Cola Co.» (табл. 1), поэтому вероятность формирования структурных привязанностей между «PepsiCo., Inc.» и ее агентствами более велика, чем в случае компании «Coca-Cola Co.». Соответственно, связи компании «Coca-Cola Co.» сопряжены с более высоким риском разрыва.

Гипотеза И7: между историей «микширования» заказов в момент времени t и риском разрыва рыночных связей момент времени $t+1$ наблюдается прямая зависимость.

Структурные привязанности могут оказаться недостаточно сильными, чтобы выдержать слияния или поглощения компаний. Возможные причины разрыва связей в случае слияния компаний таковы: избыточность поставщиков (дублирование функций), конфликт интересов или просто желание доминирующей стороны разорвать структурные привязанности другой стороны. То, каким образом слияния и поглощения компаний влияют на разрыв связей,

зависит от того, кем является клиент: *захватчиком* или *объектом поглощения*. Слияние компаний обычно выступает как союз неравных сил, в котором объект поглощения управляется и контролируется захватчиком. Более вероятно, что захватчик сохранит свои связи с агентствами, отказавшись от связей объекта поглощения, поскольку намерен интегрировать товары и услуги объекта поглощения в свои рекламные стратегии или просто желает сохранить собственные структурные привязанности. Например, поглотив «Alro Petfoods», корпорация «Nestle» прекратила длительное сотрудничество «Alro» с рекламным агентством «Weightman Group» [Loro, Gleason 1995].

Гипотеза И8: если между моментами t и $t+1$ клиент становится *захватчиком* (поглощает другую компанию), то в момент времени $t+1$ риск разрыва рыночной связи снизится.

Гипотеза И9: если между моментами t и $t+1$ клиент является *объектом поглощения*, то в момент времени $t+1$ риск разрыва рыночной связи увеличится.

Окончание см. в следующем номере.

Литература

- Abrahamson E., Fombrun Ch.J.* Macrocultures: Determinants and Consequences // *Academy of Management Review*. 1994. No. 19. P. 728–755.
- Aldrich H.E.* Organizations and Environments. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, 1979.
- Aldrich H.E., Marsden P.V.* Environments and Organizations // *Handbook of Sociology* / Ed. by N. J. Smelser. Beverly Hills, CA: Sage, 1988. P. 361–393.
- Baker W.E.* The Social Structure of a National Securities Market // *American Journal of Sociology*. 1984. No. 89. P. 775–811.
- Baker W.E.* Market Networks and Corporate Behavior // *American Journal of Sociology*. 1990. No. 96. P. 589–625.
- Baker W.E.* Networking Smart. N.Y.: McGraw-Hill, 1994.
- Baker W.E., Faulkner R.R.* Strategies for Managing Suppliers of Professional Services // *California Management Review*. 1991. No. 33. P. 33–45.
- Baker W.E., Faulkner R.R.* The Social Organization of Conspiracy: Illegal Networks in the Heavy Electrical Equipment Industry // *American Sociological Review*. 1993. No. 58. P. 837–860.
- Barber B.* Absolutization of the Market // *Markets and Morals* / Ed. by G. Bermant. Washington, DC: Hemisphere Publishing, 1977. P. 15–31.
- Baum J.A.C., Oliver C.* Institutional Embeddedness and the Dynamics of Organizational Populations // *American Sociological Review*. 1992. No. 57. P. 540–559.
- Best M.* The New Competition: Institutions of Industrial Restructuring. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1990.
- Blau P.M.* Exchange and Power in Social Life. N.Y.: Wiley, 1964.
- Bohrstedt G.W., Knoke D.* Statistics for Social Data Analysis. Itaca, IL: F.E. Peacock, 1982.
- Bonacich P.* Power And Centrality: A Family of Measures // *American Journal of Sociology*. 1987. No. 92. P. 1170–1182.
- Bonacich P.* Simultaneous Group and Individual Centralities // *Social Networks*. 1991. No. 13. P. 155–168.

- Burt R.S.* Structural Holes: The Social Structure of Competition. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1992.
- Coase R.H.* The Firm, the Market, and the Law // The Firm, the Market, and the Law / Ed. by R.H. Coase. Chicago, IL: University of Chicago Press, 1988. P. 1–31.
- Coleman J.S.* Power and the Structure of Society. N.Y.: W.W. Norton, 1974.
- Coleman J.S.* Foundations of Social Theory. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1990.
- Cook K.S.* Exchange and Power in Networks of Interorganizational Relations // Sociological Quarterly. 1977. No. 18. P. 62–82.
- Cook K.S., Yamagishi T.* Power in Exchange Networks: A Power-Dependence Formulation // Social Networks. 1992. No. 14. P. 245–265.
- Davis G.F.* Agents without Principles? The Spread of the Poison Pill through the Intercorporate Network // Administrative Science Quarterly. 1991. No. 36. P. 583–613.
- Davis G.F., Diekmann K.A., Tinsley C.H.* The Decline and Fall of the Conglomerate Firm in the 1980s: The Deinstitutionalization of an Organizational Form // American Sociological Review. 1994. No. 59. P. 547–570.
- DiMaggio P.I., Powell W.W.* The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields // American Sociological Review. 1983. No. 48. P. 147–160.
- DiMaggio P.I., Powell W.W.* Introduction // The New Institutionalism In Organizational Analysis / Ed. by P.J. DiMaggio, W.W. Powell. Chicago, IL: University of Chicago Press, 1991. P. 1–38.
- Dooley P.C.* The Interlocking Directorate // American Economic Review. 1969. No. 59. P. 314–323.
- Eccles R.G., Crane D.B.* Doing Deals: Investment Banks at Work. Boston, MA: Harvard Business School Press, 1988.
- Faulkner R.R.* Music on Demand: Composers and Careers in the Hollywood Film Industry. New Brunswick, NJ: Transaction Books, 1983.
- Faulkner R.R., Anderson A.B.* Short-Terra Projects and Emergent Careers: Evidence from Hollywood // American Journal of Sociology. 1987. No. 92. P. 879–909.
- Fligstein N.* Markets as Politics: A Political-Cultural Approach to Market Institutions // American Sociological Review. 1996. No. 61. P. 656–673.
- Flinn C.J., Heckman J.J.* Models for the Analysis of Labor Force Dynamics // Discussion Paper 80-3. Chicago, IL: Economics Research Center, NORC, 1980.
- Fichman M., Levinthal D.A.* Honeymoons and the Liability of Adolescence: A New Perspective on Duration Dependence in Social and Organizational Relationships // Academy of Management Review. 1991. No. 16. P. 442–455.
- Freeman L.C.* Generality in Social Networks: Conceptual Clarification // Social Networks. 1979. No. 1. P. 215–239.
- Friedkin N.E.* Structural Cohesion and Equivalence Explanations of Social Homogeneity // Sociological Research and Methods. 1984. No. 12. P. 235–261.
- Galaskiewicz J., Wasserman S.* Mimetic Processes within an Interorganizational Field: An Empirical Test // Administrative Science Quarterly. 1989. No. 34. P. 454–479.
- Gulati R.* The Dynamics of Alliance Formation // Ph.D. dissertation, Harvard University, Cambridge, MA. 1993.

- Gulati R.* Social Structure and Alliance Formation Patterns: A Longitudinal Analysis // *Administrative Science Quarterly*. 1995. No. 40. P. 619–652.
- Granovetter M.* Economic Action and Social Structure: A Theory of Embeddedness // *American Journal of Sociology*. 1985. No. 91. P. 481–510.
- Hallen L., Johanson J., Seyed-Mohamed N.* Interfirm Adaptation in Business Relationships // *Journal of Marketing*. 1991. No. 55. P. 29–37.
- Han Sh.-K.* Mimetic Isomorphism and Its Effect on the Audit Services Market // *Social Forces*. 1994. No. 73. P. 637–663.
- Hannan M.T., Carroll G.* Dynamics of Organizational Populations: Density, Legitimation, and Competition. N.Y.: Oxford University Press, 1992.
- Hannan M.T., Freeman J.* Organizational Ecology. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1989.
- Hart N.* A Natural Selection (Choosing an Ad Agency) // *Marketing*. 1985. No. 22. P. 3–33.
- Heckman J.J., Singer B.* Econometric Duration Analysis // *Journal of Econometrics*. 1984. No. 24. P. 63–132.
- Heide J.B., John G.* Alliances in Industrial Purchasing: The Determinants of Joint Action in Buyer-Supplier Relationships // *Journal of Marketing Research*. 1990. No. 37. P. 24–36.
- Hirschman A.* Exit, Voice, and Loyalty. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1970.
- Hirschman A.* Rival Interpretations of Market Society: Civilizing, Destructive, or Feeble? // *Journal of Economic Literature*. 1982. Vol. 20. P. 1463–1484.
- Jenkins S.P.* Easy Estimation Methods for Discrete-Time Duration Models // *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*. 1995. No. 57. P. 129–138.
- Johanson J., Mattsson L.-G.* Interorganizational Relations in Industrial Systems: A Network Approach Compared with the Transaction-Cost Approach // *International Studies of Management and Organization*. 1987. No. 17. P. 34–48.
- Johnson B.* Tumult Ahead for IBM, Ogilvy // *Advertising Age*. 1994. May 30. P. 36–37.
- Kalbfleisch J.D., Prentice R.L.* The Statistical Analysis of Failure Time Data. N.Y.: John Wiley & Sons, 1980.
- Kent D.* When to Fire Your Ad Agency and How to Avoid Needing to // *Business Marketing*. 1985. September. P. i, 58, 60, 62, 64, 66.
- Kogut B.* The Stability of Joint Ventures: Reciprocity and Competitive Rivalry // *Journal of Industrial Economics*. 1989. No. 38. P. 183–189.
- Laumann E.O., Knoke D.* The Organizational State. Madison, WI: University of Wisconsin Press, 1987.
- Leiss W., Kline S., Jhally S.* Social Communication in Advertising. Toronto, Ontario: Methuen, 1986.
- Levinthal D.A., Fichman M.* Dynamics of Interorganizational Attachments: Auditor-Client Relationships // *Administrative Science Quarterly*. 1988. No. 33. P. 345–369.
- Loro L., Gleason M.* Weightman Copes with Mergers // *Advertising Age*. 1995. October 30. P. 4.
- Macaulay S.* Non-Contractual Relations in Business // *American Sociological Review*. 1963. No. 28. P. 57–66.
- Mayle P.* Up the Agency. N.Y.: St. Martin's Press, 1990.

- Merton R.K.* Social Theory and Social Structure. Glencoe, IL: Free Press, 1949.
- Merton R.K.* Socially Expected Durations: A Case Study of Concept Formation in Sociology // Conflict and Consensus. A Festschrift in Honor of Lewis A. Coser / Ed. by W.W. Powell, R. Robbins. N.Y.: Free Press, 1982. P. 262–283.
- Meyer B.D.* Unemployment Insurance and Unemployment Spells // *Econometrica*. 1990. No. 58. P. 757–782.
- Meyer J.W., Scott W. R., Deal T.E.* Institutional and Technical Sources of Organizational Structure: Explaining the Structure of Educational Organizations // Organization and the Human Services / Ed. by H.D. Stein. Philadelphia, PA; Temple University Press, 1981. P. 151–178.
- Mizruchi M.S.* Similarity of Political Behavior among Large American Corporations // *American Journal of Sociology*. 1989. No. 95. P. 401–424.
- Mizruchi M.S., Schwartz M.* (eds.). Intercorporate Relations: The Structural Analysis of Business. Cambridge, England: Cambridge University Press, 1987.
- Mortensen D.T.* Matching: Finding a Partner for Life or Otherwise // *American Journal of Sociology*. 1988. No. 94 (supp.). P. S215–S240.
- Myers M.H., Hankey B.E., Mantel N.* A Logistic-Exponential Model for Use with Response Time Data Involving Regressor Variables // *Biometrics*. 1973. No. 29. P. 257–269.
- National Register Publishing. Standard Directory of Advertisers (Redbook). New Providence, NJ: National Register Publishing. Various years.
- Nelson R.L.* Partners with Power: Social Transformation of the Large Law Firm. Berkeley, CA: University of California Press, 1988.
- Nohria N., Gulati R.* Firms and Their Environments // *The Handbook of Economic Sociology* / Ed. by N.J. Smelser, R. Swedberg. Princeton, NJ: Princeton University Press, 1994. P. 529–555.
- Palmer D.* Broken Ties: Interlocking Directorates and Intercorporate Coordination // *Administrative Science Quarterly*. 1983. No. 28. P. 40–55.
- Palmer D., Jennings P.D., Zhou X.* Late Adoption of the Multidivisional Form by Large U.S. Corporations: Institutional, Political, and Economic Accounts // *Administrative Science Quarterly*. 1993. No. 38. P. 100–131.
- Pendleton J.* Marriages Made in Heaven // *Advertising Age*. 1988. March 14. P. 3, 74.
- Pfeffer J.* A Resource Dependence Perspective on Interorganizational Relations // *Intercorporate Relations: The Structural Analysis of Business* / Ed. by M.S. Mizruchi, M. Schwartz. Cambridge, England: Cambridge University Press, 1987. P. 22–55.
- Pfeffer J., Salancik G.* The External Control of Organizations: A Resource Dependence Perspective. N.Y.: Harper & Row, 1978.
- Podolny J.M.* A Status-Based Model of Market Competition // *American Journal of Sociology*. 1993. No. 98. P. 829–872.
- Polanyi K.* The Economy as Instituted Process // *Trade and Market in the Early Empires: Economies in History and Theory* / Ed. by K. Polanyi, C. Arensberg, H. Pearson. Chicago, IL: Henry Regnery, 1957. P. 243–270.
- Pope D.* The Making of Modern Advertising. N.Y.: Basic, 1983.
- Powell W.W.* Expanding the Scope of Institutional Analysis // *The New Institutionalism in Organizational Analysis* / Ed. by W.W. Powell, P.J. DiMaggio. Chicago, IL: University of Chicago Press, 1991. P. 183–203.

- Powell W.W., DiMaggio P.J.* (eds.). *The New Institutionalism in Organizational Analysis*. Chicago, IL: University of Chicago Press, 1991.
- Powell W.W., Koput K.W., Smith-Doerr L.* Interorganizational Collaboration and the Locus of Innovation: Networks of Learning in Biotechnology // *Administrative Science Quarterly*. 1996. No. 41. P. 116–145.
- Powell W.W., Smith-Doerr L.* Networks and Economic Life // *The Handbook of Economic Sociology* / Ed. by N.J. Smelser, R. Swedberg. Princeton, NJ: Princeton University Press, 1994. P. 368–402.
- Prentice R., Gloeckler L.* Regression Analysis of Grouped Survival Data with Application to Breast Cancer Data // *Biometrics*. 1978. No. 34. P. 57–67.
- Rutherford R.C., Thompson D.L., Stone R.W.* The Impact of Changes in Advertising Agencies on Corporate Common Stock Prices // *Journal of Current Issues and Research in Advertising*. 1992. No. 14. P. 1–8.
- Scherer F.M.* *Industrial Market Structure*. Boston, MA: Houghton-Mifflin, 1980.
- Schmalensee R., Willig R.D.* (eds.). *Handbook of Industrial Organization*. Vol. I. Amsterdam, Holland: North-Holland, 1989.
- Schumpeter J.A.* *Capitalism, Socialism, and Democracy*. N.Y.: Harper & Row, [1942] 1975.
- Seabright M.A., Levinthal D.A., Fichman M.* Role of Individual Attachments in the Dissolution of Interorganizational Relationships // *Academy of Management Journal*. 1992. No. 35. P. 122–160.
- Sellers P.* Do You Need Your Ad Agency? // *Fortune*. 1993. November 15. P. 147–164.
- Sellers P.* Leo Burnett: Undone by an Up start // *Fortune*. 1997. May 26. P. 99–104.
- Simmel G.* *The Sociology of Georg Simmel* / Transl., ed. by K.H. Wolff. N.Y.: The Free Press, 1950.
- Singer B., Spilerman S.* Some Methodological Issues in the Analysis of Longitudinal Surveys // *Annals of Economic and Social Measurement*. 1976. No. 5. P. 447–474.
- South S.J., Lloyd K.M.* Spousal Alternatives and Marital Dissolution // *American Sociological Review*. 1995. No. 60. P. 21–35.
- Stearns L.B., Mizruchi M.S.* Broken-Tie Reconstitution and the Functions on Interorganizational Interlocks: A Reexamination // *Administrative Science Quarterly*. 1986. No. 31. P. 522–538.
- Stearns L.B., Mizruchi M.S.* A Longitudinal Study of the Formation of Interlocking Directorates // *Administrative Science Quarterly*. 1988. No. 33. P. 194–210.
- Stinchcombe A.L.* *Information and Organizations*. Berkeley, CA: University of California Press, 1990.
- Stigler G.J.* Competition // *International Encyclopedia of the Social Sciences*. Vol. 3 / Ed. by D.L. Sills. N.Y.: Free Press, 1968. P. 181–186.
- Swedberg R.* *Explorations In Economic Sociology*. N.Y.: Russell Sage. 1993.
- Swedberg R.* Markets as Social Structures // *The Handbook of Economic Sociology* / Ed. by N.J. Smelser, R. Swedberg. Princeton, NJ: Princeton University Press, 1994. P. 255–282.
- Swidler A.* Culture in Action // *American Sociological Review*. 1986. No. 51. P. 273–286.
- Taylor P.* What's the Big Idea? // *Financial Times*. 1995. March 2. P. 14.

- Tolbert P.S., Zucker L.G.* Institutional Sources of Change in the Formal Structure of Organizations: The Diffusion of Civil Service Reform, 1880–1935 // *Administrative Science Quarterly*. 1983. No. 30. P. 22–39.
- U.S. Bureau of the Census. Census of Service Industries: Establishment and Firm Size Series. Washington, DC: U.S. Bureau of the Census. Various years.
- Uzzi B.* The Sources and Consequences of Embeddedness for the Economic Performance of Organizations: The Network Effect // *American Sociological Review*. 1996. No. 61. P. 674–698.
- Van de Ven A.H.* On the Nature, Formation, and Maintenance of Relations among Organizations // *Academy of Management Review*. 1976. No. 1. P. 24–36.
- Wasserman S., Faust C.* Social Network Analysis: Methods and Applications. Cambridge, MA: Cambridge University Press, 1994.
- Weber M.* Economy and Society: An Outline of Interpretive Sociology / Transl. by E. Fischoff et al.; ed. by G. Roth, C. Wittich. Berkeley, CA: University of California Press, [1922] 1978.
- Weick K.E.* Sensemaking in Organizations. Thousand Oaks, CA: Sage, 1995.
- White H.C.* Where Do Markets Come From? // *American Journal of Sociology*. 1981a. No. 87. P. 517–547.
- White H.C.* Production Markets as Induced Role Structures // *Sociological Methodology* / Ed. by S. Leinhardt. San Francisco, CA: Jossey-Bass, 1981b. P. 1–57.
- Williamson O.E.* The Economic Institutions of Capitalism. N.Y.: Free Press, 1985.
- Williamson O.E.* The Logic of Economic Organization // *The Nature of the Firm* / Ed. by O.E. Williamson, S.G. Winter. N.Y.: Oxford University Press, 1991. P. 90–116.
- Yamaguchi K.* Event History Analysis / *Applied Social Research Methods Series*, 28. Newbury Park, CA: Sage, 1991.

Взгляд из регионов

КАЧЕСТВО В РОССИЙСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ: МЕХАНИЗМЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ

Бурнышев К., Вандышев М., Прямикова Е.

Уральский государственный университет

Email: mishavandyshov@rambler.ru

Проблема качества все более понимается российским менеджментом как управленческая проблема. По мере глобализации российской экономики становится очевидным, что управление качеством является мощным способом улучшения своих конкурентных позиций. В настоящее время существуют различные практики контроля качества, применяемые на современных российских предприятиях: введение централизованных систем, контролируемых на всех уровнях и этапах производства, контроль со стороны линейного менеджмента, самоконтроль работников (бригадный и личный).

Качество продукции в советской промышленности обеспечивалось в традициях плановой экономики: фактически полностью отсутствовала связь между качеством продукции и благосостоянием предприятия. Плановый характер экономики позволял производить массовую продукцию невысокого качества, которая пользовалась спросом ввиду отсутствия альтернативы. Управление качеством продукции зависело только от государства, которое устанавливало ее стандарты.

В высокотехнологичных отраслях советской экономики такой подход оправдывал себя. Военно-промышленный комплекс СССР, участвуя в глобальной конкуренции времен «холодной войны», задавал высокую планку качества. Именно здесь возможности плановой централизованной экономики удачно совпадали с особенностями управления качеством продукции в отрасли, которая представляла собой сложную систему координации взаимосвязанных элементов, разрабатываемых и выполняемых большим количеством различных организаций и подразделений: НИИ, КБ, изготовителями материалов, комплектующих изделий и сборочных единиц. Централизация позволяла решать проблему качества комплексно, увязывая ее со всеми сторонами производства – от теоретических и прикладных исследований до эксплуатации.

Характеризуя «советский» управленческий подход, некоторые исследователи отмечают, что проблема качества и управления им не стояла в принципе, главным качеством менеджера высшего звена была возможность лоббирования интересов предприятий в министерствах и ведомствах, а стимулирование соблюдения стандартов качества на уровне персонала осуществлялось главным образом идеологическими инструментами¹.

Методы обеспечения были основаны на наличии уравнительной системы оплаты труда. Система поддерживала идеи социальной справедливости и относительного равенства, хотя одной из ее издержек являлась незаинтересованность работников в качестве выпускаемого продукта. Размер заработной платы практически не зависел от качества выпускаемой продукции. Дополнительным обстоятельством, препятствующим контролю над качеством

¹ Специфика систем управления качеством в России. По результатам исследования Ассоциации менеджеров. См.: <http://www.amr.ru/>

выпускаемого продукта, являлась низкая дисциплина труда, что не позволяло добиваться позитивных изменений в мотивации работников².

Проблема качества в советской экономике замыкалась на уровне непосредственного производства и конкретного работника через обращение к нему и попытки внедрения индивидуальных схем поощрения. Они носили большей частью моральный характер и выражались в виде почетных грамот, благодарностей, значков и пр. и лишь в редких случаях в виде премиальных выплат.

* * *

Важным внешним фактором, влияющим на решение проблемы качества, является конъюнктура рынка, на котором действует предприятие. Рыночная ситуация за последние десятилетия несколько изменилась. Появилась ярко выраженная конкуренция, причем не только по оси различных отечественных производителей, но и по оси отечественных / зарубежных производителей. Россия становится частью мирового рынка, и это предъявляет новые требования к специфике осуществления бизнеса.

Развал централизованной системы управления/планирования поставил перед постсоветскими промышленными предприятиями задачу выживания. Наш предыдущий исследовательский проект «Управление инновациями в российской промышленности» (2000–2002 гг.)³ показал, что первыми необходимыми и во многом вынужденными шагами стали:

- поиск своей рыночной «ниши» и закрепление в ней, т.е. концентрация усилий на выпуске того товара, который пользуется спросом;
- минимизация издержек производства, реструктуризация предприятий;
- освоение простейших элементов маркетинга, выстраивание системы сбыта и продвижения продукции;
- внедрение систем финансового контроля, бюджетирования, управления денежными потоками.

Для успешного выполнения перечисленных условий понадобились неоднократная смена собственников, череда слияний и поглощений, реорганизация предприятий. Перед менеджментом предприятий, прошедших первый этап «встраивания» в рыночную экономику, встала задача выработки стратегий, направленных на достижение долгосрочных результатов. Рыночный успех стал возможен только в тех отраслях и сегментах рынка, где существует платежеспособный спрос, а это: а) отечественные сырьевые экспортно-ориентированные отрасли; б) новые быстрорастущие сектора экономики (связь, телекоммуникации); в) зарубежные рынки.

У предприятий открылись новые возможности в практиках управления и производства. Некоторые предприятия стали использовать возможности выхода на новые рынки, и это стимулировало перестройку всей системы управления предприятием. Однако несмотря на рост экономики в последние годы, у предприятий существуют различные возможности для

² Исключением из этих правил являлись, пожалуй, только предприятия ВПК, работники которых имели несколько более высокий социальный статус (по сравнению с работниками других отраслей), и этот статус находил объективное материальное подкрепление.

³ О результатах проекта см.: *Бурнышев К.* Инновации и проблема качества // *Инновации в постсоветской промышленности.* Ч. 2 / Под ред. В.И. Кабашиной. М.: Ин-т сравнит. исслед. трудовых отношений, 2001.

увеличения рыночной доли и повышения эффективности работы, не ставя на первое место вопросы качества. Растущий потребительский и инвестиционный спрос пока не удовлетворен, поэтому острая конкурентная борьба, одним из элементов которой является качество, пока существует лишь в очень ограниченных рыночных сегментах⁴. При этом может складываться следующая ситуация. Даже если предприятие выходит на внешний рынок и уделяет проблеме качества большое внимание, продукция более высокого качества идет на внешний рынок, а более низкого – на внутренний.

Тем не менее для всех предприятий актуальной является проблема мотивации работников для обеспечения качества выпускаемой продукции. Иногда поиск вариантов повышения данной мотивации является для предприятия единственным выходом. В итоге предприятия используют имеющиеся у них ресурсы для решения проблемы качества: возможность выйти на внешний рынок и отбирать необходимый персонал, используя преимущества высокой оплаты труда, либо при наличии весьма ограниченной ниши внутреннего рынка и скромных размеров прибыли «изошряться» в способах морального поощрения. В таком случае минимально допустимый уровень обеспечения качества – контроль над процессом производства через контроль над деятельностью работников, а максимальный – создание институциональных и экономически целесообразных системных практик.

Далее в статье проблема качества рассматривается в разных плоскостях:

- 1) институциональной, т.е. плоскости создания организационных структур по управлению качеством, внедрения процедур и сертификации систем управления качеством;
- 2) технологической, т.е. возможности предприятия в этой области, сырье, технологии, подготовка персонала и т.д.;
- 3) экономической, т.е. целесообразность затрачиваемых усилий, их смысл.

Замысел статьи возник в ходе реализации научно-исследовательского проекта «Менеджмент, трудовые отношения и формирование классов в современной России»⁵. Исследование было проведено на 52 предприятиях в ряде регионов Российской Федерации.

В объектное поле исследования попали предприятия различных отраслей, организационно-правовых форм собственности, преимущественно средних по численности персонала. Сбор информации осуществлялся посредством метода кейс-стади. Особенности методики сбора материала и сам материал обусловили основной фокус статьи – практики обеспечения качества, т.е. управленческие усилия, предпринимаемые в определенных рамках.

В статье используются условные коды предприятий (список обозначений см. в конце статьи), приводятся два вида цитат: из интервью с информантами (работниками предприятий, высшим, средним и линейным менеджментом); из отчетов исследователей⁶.

⁴ Специфика систем управления качеством в России. По результатам исследования Ассоциации менеджеров. <http://www.amr.ru/>

⁵ Проект осуществлен Институтом сравнительных исследований трудовых отношений (ИСИТО) совместно с Уорвикским университетом (Великобритания) под научным руководством С. Кларка и В. Кабиной при финансовой поддержке британского Совета по экономическим и социальным исследованиям (ESRC).

⁶ Материалы исследования представлены на сайте: http://www.warwick.ac.uk/fac/soc/complabstuds/russia/manstruct/management_structures.htm

Институциональные практики обеспечения качества

Политика повышения уровня качества приобретает комплексный характер и регулируется по всей технологической цепочке, звеном которой является предприятие. Современная разработка проблемы качества привела к идее комплексности, системности ее разрешения. Именно по этой причине попытки решить эту проблему отдельными крупными мероприятиями технического, организационного или экономического характера терпели неудачу как в зарубежной, так и в отечественной практике.

Обеспечение качества происходит за счет постоянно реализуемых процедур, которые могут затрагивать различные аспекты деятельности предприятия.

Комплексному решению проблемы качества предприятия способствует *объединение в холдинги с сохранением прежних научно-производственных и технологических связей*.

Так, положение предприятия ХЗ-3 на рынке тесно связано с деятельностью региональной калийной группы. Данная группа, по признанию экспертов, представляет пример стабильности и устойчивых рыночных взаимоотношений в регионе. Предприятия группы разрабатывают одно из крупнейших в мире по запасам месторождение калийно-магниевых солей и вместе контролируют 90% российского и 10% мирового рынка калийных удобрений. Изначально ОАО ХЗ-3 было создано с целью удовлетворения потребностей этих предприятий в проектных и научных разработках. В ближайшей перспективе на предприятии планируются изменения в области качества – внедрение в системы ISO-9001/2000.

Одно из направлений повышения качества продукции – *установление жестких требований к поставляемым комплектующим*.

Контроль качества на предприятии МЗ-5 начинается с «внешней» приемки поступающих на завод комплектующих и материалов. Отдел снабжения ведет поиск поставщиков по наиболее выгодной цене, отдел качества обеспечивает контроль соответствия цены и качества. В результате этап приемки является одним из важнейших в системе качества продукции. На данный момент у завода мало постоянных поставщиков, поскольку службами снабжения и контроля качества ведется регулярная работа по оптимизации поставок по качеству, срокам и цене. В числе постоянных партнеров – завод, поставляющий гидроаппаратуру. История сотрудничества с этим поставщиком показательна. Вначале было много нареканий по работе изделий поставщика, и МЗ-5 хотел отказываться от сотрудничества, но отношения удалось сохранить следующим образом: сегодня внешняя приемка осуществляется непосредственно на территории завода-поставщика, сотрудники отдела качества МЗ-5 проводят собственную маркировку изделий. Такая процедура позволила обеспечить стабильное качество на данном участке, за последний год не было ни одной рекламации по этому механизму. Далее осуществляется пооперационный контроль на каждом этапе производства.

Реальное повышение качества продукции происходит за счет *масштабного технического и технологического обновления производства*, в основном на базе импортного оборудования. Среди предприятий есть примеры, когда качество продукции (услуги) во многом определяется высоким уровнем технологии и оборудования. В ТК-1 работа сотовой сети постоянно контролируется измерительными приборами, вся техническая статистика собирается в отдельные файлы и обрабатывается специалистами. Анализ этих данных позволяет объективно оценить качество ее работы и выявить чей-то брак или неполадки. Оценка качества работы сотрудников производится *неформально другими подразделениями и службами* по линиям взаимодействия, причем практически всегда проблемы такого рода решаются, не выходя на более высокий уровень управления. При этом во главу угла ставятся прежде всего интересы дела, а не поиск виновного.

Противоположная ситуация в ШФ-2, где максимально исчерпаны изначальные технические возможности, оборудование требует частичной или полной замены, поэтому технология может выдерживать прежний уровень интенсивности только в ущерб качеству продукции и

росту несортовой доски (отходов). Организация производства не в состоянии быстро реагировать на возникающие проблемы, «человеческий фактор» как в управлении, так в производстве становится проблемой. Все эти сложности в той или иной мере осознаются руководством предприятия и управленцами разных уровней. Активно обсуждается вопрос формирования общей стратегии и реконструкции производства.

Большая часть предприятий пытается самостоятельно обновлять технологии и покупать новое оборудование. На совместном⁷ российском предприятии СМ-3 большая часть бурового оборудования заказывается за рубежом, поскольку российские производители не обеспечивают необходимого качества и сроков исполнения.

В течение последних нескольких лет ХЗ-3 инвестирует значительные средства в программу автоматизации проектных работ. В рамках программы предполагается приобретение компьютерной техники и программного обеспечения, а также внедрение компьютерных технологий в процесс проектирования. В 2003 г. на цели автоматизации было потрачено около 800 тыс. руб. (примерно 10% объема выполненных работ за год), в текущем году предполагается увеличение этой суммы почти до 2 млн. руб. Руководство предприятия стремится к изменениям, поскольку меняется конкурентная среда: ряд организаций в городе уже выполняли проектные работы с использованием компьютерных технологий, что обеспечивало им большую точность расчетов, качество чертежей и т.п. В конечном счете это определило развитие ситуации. Решение о необходимости широкой автоматизации принималось коллегиально генеральным директором, директорами по науке и проектной части, а также начальником планово-экономического отдела.

Справедливости ради стоит отметить, что устаревшее оборудование не является непреодолимым барьером для улучшения качества продукции. Некоторые предприятия используют для его преодоления *высокий научно-технический и конструкторский потенциал*. Так, МЗ-3 имеет свыше 120 единиц оборудования, большая часть из которого достаточно стара. В то же время специальное конструкторско-технологическое бюро завода оснащено современной техникой и новейшим программным обеспечением, что позволяет предприятию осуществлять замкнутый технологический цикл: от разработки новых изделий до сборки и испытания готового изделия, и выпускать продукцию по качеству выше среднероссийского уровня.

Внедряются новые и совершенствуются *существующие институты технического и лабораторного контроля*.

Центральную лабораторию МетЗ-4 сегодня можно считать даже не вспомогательным цехом, как это принято, а совершенно отдельным предприятием, своеобразной фабрикой аналитических методов. Основные задачи, которые она решает, – контроль за производимой продукцией. В год проводится 2 млн. элементоопределений, в стоках определяется 27 компонентов. Основные направления: контроль поступающего сырья, ведения технологии и готовой продукции; контроль выбросов и сбросов в окружающую среду. Кроме указанных – аттестация рабочих мест на предмет их санитарного состояния. Лаборатория имеет специальную лицензию на проведение работы. В процессе ее делаются анализы загазованности, необходимые замеры температуры, влажности, освещенности, уровня шума и вибрации.

Важный факт: лаборатория аккредитована на техническую компетентность и независимость. Прямое подчинение директору по качеству и сертификации, а через него – генеральному, дает ей полную независимость от каких-либо притязаний производителей. Для производственных цехов указания лаборатории являются «законом». Своевременность и достоверность результатов анализов обеспечиваются благодаря хорошей технической

⁷ Предприятие создано и работает совместно с партнерами одной из стран Западной Европы.

оснащенности и высокой квалификации специалистов: начальник лаборатории и его заместитель – кандидаты наук, практически весь лаборантский состав имеет высшее образование.

В 2004 г. лаборатория была аттестована на право разработки и метрологической экспертизы методик выполнения анализов. Это значит, что она добилась полной самостоятельности в своей деятельности. Во избежание переоценки своих возможностей и ошибки в лаборатории существует своеобразная система страховки. При работе с приборами делаются контрольные анализы – в начале, в середине и в конце смены. Как только один из них отклонился от стандарта, результаты всех предыдущих анализов аннулируются. Используются и шифрованные пробы, которые время от времени вновь поступают на анализ, но уже под другим шифром.

На предприятии СМ-3 отдел системного пилотирования занимается программным обеспечением контроля параметров буровых работ, разработкой и адаптацией систем измерения. Создание этого отдела позволило существенно улучшить качество работ, поскольку проходы стали контролироваться не вручную, а автоматически.

Расширяются организационные структуры управления качеством, повышается их статус. Осмысление современной ситуации привело к разработке систем управления качеством, а также к развитию методов комплексной стандартизации. В этой связи на ряде крупных предприятий возникла острая необходимость в координации работ по специальным функциям и задачам различных подразделений. Стали создаваться *подразделения, которые выполняют общие задачи по улучшению качества и координацию их реализации*, — отделы управления качеством.

На МЗ-5 должность директора по качеству появилась полтора года назад. В его подчинении находится отдел контроля качества (всего 14 человек), сотрудники которого (контролеры) распределены по цехам. Есть инженер по гарантиям на ремонт, который занимается накопительной документацией, анализом надежности узлов. Начальник отдела контроля качества координирует работу всей службы качества, к нему в течение дня стекается вся информация из цехов, он анализирует ситуацию.

Введение должности директора по качеству было обусловлено появлением необходимости в другом подходе к качеству. Во главу угла был поставлен анализ информации на рынке (данные об эксплуатации производимой продукции в течение гарантийного и постгарантийного периода). На начальном этапе работы предпринималась попытка анкетирования потребителей данных машин, но эффект был минимальный. Сегодня основной метод сбора информации – личные телефонные опросы эксплуататоров машин. На основе информации, получаемой от заказчиков, вносятся изменения по улучшению качества продукции (модернизация деталей и пр.). Гарантийный срок обслуживания выпускаемой продукции – 18 месяцев, в течение которого завод устраняет недостатки бесплатно, далее осуществляется платный ремонт. Реализуемая сегодня система контроля качества привела к тому, что сегодня на гарантийный ремонт принимается 5% проданных машин.

В СО-1 в структуре производственного департамента есть специальный отдел контроля, возглавляемый врачом-эпидемиологом, который отслеживает состояние объекта после обработки. Работа дезинфекторов проходит многоступенчатый контроль. Сразу после выполнения работ дезинфектор и заказчик осуществляют контроль эффективности обработки в соответствии с методическими указаниями и подписывают специальный акт. В регионах, где работают бригады, к этому процессу обязательно подключается бригадир. К тому же заказчик составляет письменный отзыв о работе, который дезинфектор должен предоставить в департамент. В течение месяца диспетчер финансово-аналитического отдела проводит обзвон тех клиентов, для которых услуги по обработке проводились по гарантии. Узнается их мнение по таким параметрам, как эффективность обработки, добросовестность работы дезинфектора и т.д.

На сравнительно небольшом предприятии Мет3-5 существует гибкая система распределения управленческих функций. Роль ведущего специалиста, руководителя функционального подразделения может возрастать из-за важности выполняемой им работы на данном отрезке организационного развития. Показательно, что на текущий момент значимые для предприятия направления связаны с разработкой системы менеджмента качества и комплектацией предприятия персоналом. Поэтому в системе отношений высоки статусы менеджера по стандартизации и тренера-консультанта.

В НХЗ-1 с введением на предприятии системы управления качеством в цехах появились уполномоченные, которые непосредственно отслеживают соблюдение технологических процессов, проводят внутренние аудиты, собирают необходимую информацию и предоставляют ее в управление системой качества. По словам экспертов, введение такой системы увеличило нагрузку и ответственность начальников цехов в плане соответствия деятельности подразделения требованиям качества.

Конечно, приведенные примеры не исчерпывают весь спектр имеющихся возможностей обеспечения качества на российских предприятиях, однако показывают отсутствие общепринятых практик и «творчество» самих предприятий, что являлось ответной реакцией на вызовы рынка. Справившись с ситуацией «выживания», предприятия начинают рассматривать вопросы стратегического плана. Нарождающейся тенденцией является освоение международных стандартов поддержания и обеспечения качества (ISO).

ISO – парадная вывеска предприятия или пропуск в цивилизованный рынок?

На большинстве исследованных нами предприятий или идет подготовка к сертификации по ISO, или система управления качеством уже сертифицирована. Такие стандарты носят формализованный характер, и их, на наш взгляд, необходимо рассматривать как элемент предсказуемости и прозрачности ведения бизнеса. Данные практики представляют собой некий выход на управленческий уровень обеспечения качества. Проявлением этого является введение западных стандартов управления качеством, например, ISO.

Значение данной системы заключается в том, что только качественная продукция открывает дорогу на платежеспособные рынки. Наличие сертифицированной системы управления качеством уже требуют не только зарубежные, но и российские партнеры исследованных предприятий.

Машиностроительный завод-3 (МЗ-3). Одним из требований основного заказчика МЗ-3 является наличие на предприятии международного сертификата. Если в ближайшее время завод не пройдет сертификацию, то он потеряет главного заказчика: *«Сначала заказчик требовал сертификации от прямых поставщиков, которые поставляют непосредственно запчасти.., это уже года три. При отсутствии сертификата с ними не сотрудничают, а так как мы являемся поставщиками технологического оборудования, до нас пока эта волна не докатывалась, но мы поняли, что к этому все подойдет скоро, и в этом году уже в договоре с заказчиком есть фраза: указать номер вашего сертификата»* (исполнительный директор). Отсутствие международной сертификации является основным препятствием для сотрудничества с иностранными партнерами. До последнего времени недостаток свободных средств и наличие заказчиков на отечественном рынке, которые не предъявляли подобных требований, отодвигали решение проблемы на неопределенный срок. *«Все это время мы знали, что когда-либо придется это сделать, но все откладывали до лучших времен»* (генеральный директор).

Внедрение таких стандартов требует пересмотра системы управления в целом, а не отдельных ее элементов. Качество обеспечивается, таким образом, особенностями всех процессов, происходящих в рамках не только предприятия, но и всей инфраструктуры производства. Вряд ли можно ожидать, что подобные системы будут сразу активно использоваться на большинстве предприятий, но интерес к подобному подходу отмечался на самых разных предприятиях, причем на некоторых эта система уже действует (НХЗ-1, МЗ-3,

МетЗ-1, ЭТ-1 и т.д.). Основным мотивом является желание усилить свою рыночную позицию.

Машиностроительный завод-3 (МЗ-3). С 2003 г. на заводе идет процесс внедрения системы менеджмента качества на основе положений МС ISO 9001-2000. На данный момент завершён первый этап – разработка и внедрение организационных документов. Последствием реализации проекта должна стать подготовка предприятия к получению международного сертификата качества, что позволит заключать более выгодные контракты с большим количеством клиентов.

Введение централизованных систем, основанных на ISO, – фактически будущее предприятий, но очень часто необходимость данного нововведения осознается только либо менеджментом, либо его отдельными представителями.

Завод строительных материалов-2 (СМ-2). *«Мы затеяли в начале прошлого года такую большую работу по сертификации системы качества на нашем предприятии по системе 9000. ...Я очень многое для себя осознал в этой подготовке к сертификации. ...Она помогла до конца выстроить систему управления на предприятии, как бы разложить по полочкам. Был написан стандарт по бизнес-планированию, стандарт по производственному планированию, по планированию закупок, по финансам, там тоже планирование, ну и эта моя система бюджетов... все это было прописано на уровне стандартов системы менеджмента качества. Системы эти по горизонтали согласованы... все понимают, кто чем занимается... это моя граница ответственности, это твоя граница ответственности... мы не только производим, мы делаем это правильно и умно, в итоге от нашей деятельности, как управленческой, так и производственной должна качественная продукция получиться»* (финансово-экономический директор).

Химический завод-3 (ХЗ-3). *«Ну, сейчас вот стали ISO 9000 осваивать. Это мы только в начале пути, и еще рано говорить о полезности этого дела»* (директор проектной части).

Как на Западе, так и в России существует определенный скептицизм в отношении внедрения и сертификации систем управления качеством продукции⁸. Так, на том же заводе МЗ-3 по результатам первого этапа инновационного цикла консультантами был подготовлен пакет документов для каждого управленца. Но ни один из опрошенных руководителей не ознакомился с ними. Администрация предприятия не контролирует ход этого инновационного процесса. Напрашивается вывод, что отношение руководства к инновационному проекту носит формальный характер. По мнению менеджеров, существующая на заводе система контроля качества и без того обеспечивает высокий уровень продукции, а получение сертификата лишь подтвердит успехи предприятия документом международного образца.

Ни одна самая совершенная система не является «панацеей» от всех бед, но данная система является «пришедшей с Запада», в силу этого достаточно распространенной в нашей стране. Станет ли это система эффективным механизмом улучшения деятельности предприятий или останется только «парадной вывеской» – вопрос времени. Сам факт появления общих правил делает рыночное взаимодействие более предсказуемым и ожидаемым. Поиск дополнительных форм обеспечения качества помимо привычных, рутинизированных практик свидетельствует не только о наличии проблемы как таковой, но и о потребности изменяться в соответствии с новыми требованиями рынка. По сути, данная система является в некоторой степени «вершиной» воплощения технологического аспекта решения проблемы качества на предприятии. Опасность же того, что это останется только «парадной вывеской», связана с экономическими причинами.

⁸ См., например, комментарий Дж. Седдона, автора книги «Дело против ISO 9000»: <http://money.guardian.co.uk/work/story/0,,613363,00.html>

Готово ли предприятие к реальным затратам не обязательно материальных, но управленческих и трудовых ресурсов для внедрения данной системы? Если предприятие использует систему ISO только как вывеску, это может означать, что реальной проблемы качества не существует, т.е. имеющийся уровень качества продукции вполне допустим и соответствует условиям рынка на данный момент. Однако если такие системы обеспечения внедряются «всерьез и надолго», то перед управленцами встает целый комплекс проблем, решение которых действительно демонстрирует изменение системы управления в целом, начиная от реакций на требования рынка и заканчивая изготовлением простейшей детали на предприятии.

Мотивационные практики обеспечения качества на уровне непосредственного производства

До сих пор на многих предприятиях воспроизводятся стандартные мотивационные практики достижения качества, отработанные в советской системе. Качество персонала фактически не изменяется, а новые способы непосредственного управления плохо укореняются. Это не повлияло на системные характеристики управления – качество выпускаемой продукции даже в этой ситуации привязывается к личности непосредственного исполнителя.

В советской системе управления качество контролировалось непосредственно на выходе продукта. Управление качеством во время производственного цикла осуществлялось и осуществляется до сих пор прежде всего визуально, преимущественно линейным менеджментом.

Завод строительных материалов-2 (СМ-2). ...Контроль осуществляется «визуально», мастерами и начальником цеха. При нахождении брака подход достаточно корректный: *«мы смотрим, часто бывает, что ошибка в чертеже... мы разбираемся»*. Зам. начальника ремонтного цеха особо подчеркивает, что *«в страх-то это тоже мы не превращаем... с палкой не стоим... тогда это не работа будет»*. За качественную работу начальник цеха может дополнительно премировать из своего фонда; если этого фонда не будет, такая возможность пропадет. Работники цеха (в основном ИТР) участвуют в ежемесячных собраниях по качеству у начальника цеха, цеховое руководство – в собраниях при главном инженере. Мастер горного цеха рассказал, что сверяется с технологической картой, в которой заложены параметры выпускаемого известняка. *«Стараясь поддерживать эти параметры – тоже визуально. Созваниваемся тоже с обжигом, у которых непосредственно работа от нас зависит. Довольны ли они нашим качеством выпускаемой продукции?»*⁹

Можно выделить несколько факторов, определяющих особенности такого наблюдения. Во-первых, стаж работы – работники с небольшим стажем подвергаются более частому наблюдению, нежели чем работники с существенным стажем. Во-вторых, ожидания, восходящие к прошлому опыту конкретного работника, существующие у линейного менеджера (мастера, бригадира и т.п.), – если раньше работник работал без брака, то с достаточно большой степенью вероятности можно предположить, что и в дальнейшем он будет себя вести подобным образом, соответственно и необходимость в контроле становится несколько меньше. В-третьих, репутация работника в целом – отношение к работе, позитивное или негативное (по мнению представителя линейного менеджмента). В-четвертых, наличие времени для контроля у линейного менеджера – если оно есть, тогда контроль осуществляется достаточно подробно, но если нет – тогда вопросы непосредственного наблюдения уходят на второй план. В-пятых, особенности производства (например, работа в ремонтном цехе) требуют индивидуального подхода со стороны работника, предполагают взаимный, совместный интерес работников разных уровней, как рядовых, так и вышестоящих.

⁹ Из отчета по кейсу СМ-2.

В любом случае для обеспечения прозрачности этой системы необходимо существование фиксированных и закрепленных в документах способов формализации контроля, которые осуществляются на этапе непосредственного выхода продукта специально созданными отделами труда и качества (ОТК). Ключевая проблема такого механизма поддержания качества заключается в значительных издержках производства – полностью готовый, но некачественный продукт на рынок выставлять недопустимо; соответственно в себестоимость качественных товаров включаются и полный производственный цикл брака, и стоимость его утилизации. Фактически повышение себестоимости продукта ограничивает его конкурентоспособность на рынке, что заставляет обращать на проблему качества достаточно пристальное внимание.

Здесь мы имеем дело с *двумя четко выраженными тенденциями*. С одной стороны, индивидуализация подхода к контролю качества, а с другой – спорадичность проявления этой функции управления на низовом уровне. В целом, можно предположить, что на этом уровне проблема качества – это проблема доверия/недоверия менеджера по отношению к работнику. Хотя это и свидетельствует о некоторой гуманизации управления, однако в целом проблему не решает, ибо доверие предполагает некоторую степень заинтересованности и рефлексивности не только со стороны менеджера, но и со стороны работника. Данная ситуация возможна только при условии создания целостной системы мотивации, когда интерес работника будет напрямую связан с различными видами поощрения, прежде всего материального. Выстраивание данной системы зависит от особенностей деятельности предприятия: история, место на рынке, контингент, территориальное расположение и т.д.

На ряде предприятий показатели качества становятся существенным фактором, влияющим на общий объем заработной платы. Для рабочих система оплаты труда сделанная, ее размер зависит от выполнения норм выработки и от качества изготовленной продукции. По каждой детали определен процент допустимого брака. Если рабочий в течение месяца делает несколько деталей, то премия не начисляется по тем видам деталей, где процент брака превышает допустимый, по остальным начисляется. Размер премии – 50% от зарплаты¹⁰. Это достаточно редкий пример, демонстрирующий систему мотивации, основанную на позитивной связи качества продукции и оплаты труда.

Чаше встречается другой вариант – негативное санкционирование (например, ШФ-1 – лишение премии и обязанность работника переделать бракованную продукцию). Система премирования в ее минимизированной форме вообще может не связываться с качеством работы, премирование и социальные выплаты имеют уравнительный характер и играют роль дополнительной материальной помощи (ХДК-1). Прямая связь качества труда и его оплаты до сих пор – одно из самых узких мест российской промышленности. В ситуации, когда качество работы является условием получения премии, значение данного стимула снижается при условии невысокого уровня заработной платы (например, 3–4 тыс. руб., ХЗ-4). Вопрос эффективности материального поощрения зависит от особенностей положения работника в целом – надбавки, которые невелики в абсолютном исчислении, могут выступать стимулом для работника в соотношении с общим объемом его заработной платы. Для усиления веса подобного стимулирования такие относительно небольшие надбавки могут подкрепляться моральными стимулами.

Таким примером морально-материального поощрения является институт личного клейма, по сути, имеющий исключительно моральное содержание и свидетельствующий о высоком уровне доверия к работнику, которое при этом не подкрепляется значимыми материальными поощрениями. В частности, на одном из заводов по выпуску кабеля возродили «личное клеймо» качества. Это клеймо гарантирует работнику минимум внешнего контроля со

¹⁰ Из материалов отчета по кейсу ХЗ-4.

стороны мастеров и бригадиров, хотя практически не обеспечивает денежных выплат¹¹. Аналогичная ситуация складывается на одном из заводов другого региона, однако там присутствуют минимальные добавки к зарплате, но существа дела это не меняет.

Металлургический завод-3 (МЗ-3). Полгода назад на заводе разработано «Положение о личных клеймах» и введена новая система контроля персонального качества. Работнику, который в течение полугода сдавал продукцию без брака, доверяется личный контроль за своей продукцией без предъявления отделу контроля качества. На данный момент 6 рабочих имеют личное клеймо. Они получают доплату за качество 300 руб. в месяц. Сейчас прорабатывается идея дифференциации личного клейма – введение «серебряного» и «золотого» клейма, которые будут отличаться размером доплат¹².

Другим примером выражения морального поощрения является возрождение практик определения лучших по профессии, конкурсов мастерства, введение рейтинга работников и т.п. Например, на СО-1 существует система показателей («эффективность обработки, добросовестность работы дезинфектора и т.д...»), на основании которых выстраивается рейтинг работника, или на предприятии ЭТ-1 проводится конкурс «Лучший по профессии» и т.п.

Можно говорить об *асимметрии санкционирования*: негативные санкции представлены в основном в виде материальных наказаний, а позитивные – преимущественно в виде моральных поощрений.

Предприятие по санитарной обработке-1 (СО-1). Как таковой системы премирования на предприятии нет, поэтому передовики получают общественное признание и некоторое материальное поощрение. ...Случаи некачественной работы менеджеров и дезинфекторов влекут за собой денежные штрафные санкции, что оговорено в «Положении о заработной плате»¹³.

В ситуации, когда данный механизм не работает, вопрос качества остается вопросом личного морального и профессионального этоса работника. Усиление внешнего контроля – вполне очевидная попытка восполнить отсутствие реальной системы мотивации, основанной на материальных стимулах. Эффективность такого подхода, безусловно, присутствует, но вряд ли ее можно считать оптимальной. По оценке одного из начальников цехов, отсутствие материального стимулирования – главная причина того, что рабочие не соблюдают элементарных норм сангигиены при выпуске мороженого (ХДК-1).

Предприятие пищевой промышленности-1 (ХДК-1). «...Вот я увидела, у меня работница плохо сделала, я ей “минус”. По 10 рублей давали, но это был стимул. Сейчас у меня никаких, ничего нет. Я не могу не наказать, ...только выговор или выгонять, они обижаются, а рублем было бы гораздо эффективнее. У нас вообще этого нет. ...В халате в туалет пойдет, руки не помыла, она ведь нарушает санитарный режим, а наказать ее я не могу. ...С людьми очень трудно работать сейчас. Раньше был стимул – премия, если ее лишат, будет хуже, старались. Сейчас люди, конечно, совсем другие... Система КТУ исчезла в связи с перестройкой, лет 12 назад (начальник цеха ХДК-1).

Однако можно утверждать, что эти тенденции индивидуализации ответственности внутренне разнородны. Практики контроля над качеством могут относиться как к отдельному человеку, так и выражаться в виде взаимного контроля в рамках одной производственной единицы (бригады, смены и т.п.). В ЭТ-2, например, применяется практика определения «производителей работ» для каждого планового задания.

¹¹ Из отчета ЭТ-1.

¹² Из материалов по кейсу МЗ-3.

¹³ Из отчета СО-1.

Электротехническое предприятие-2 (ЭТ-2). В каждой паре рабочих, направляемых на конкретный объект, выделяется старший рабочий, несущий перед мастером личную ответственность за выполнение задания и его качество. Обычно это опытный рабочий со стажем, зачастую им осуществляется персональное кураторство над менее квалифицированным рабочим¹⁴.

Предлагаются и другие способы – на ТФ-1 обсуждается идея поощрения тех, кто выявил брак, что является институциональной формой контроля над качеством выпускаемой продукции¹⁵.

Другой разновидностью индивидуализации контроля над выпускаемой продукцией является использование принципа «полной взаимозаменяемости» (СМ-3). Суть этого принципа может быть сведена к созданию ситуации, в которой работник вынужден постоянно соответствовать стандартам качества. Хотя это и индивидуализированная практика контроля, она имеет ярко выраженный системный характер – это самоорганизация работников. Указанный механизм поддержания качества подкрепляется высокой заработной платой и другими поощрениями. Таким образом, индивидуальная ответственность за качество продукта перерастает в коллективную. Общий уровень трудовой дисциплины очень высокий, поскольку стимулы для работы очевидные, а санкции неотвратимые.

Предприятие по производству строительных материалов-3 (СМ-3). *«Здесь лентяев нет, здесь люди приходят рабочие. Во-первых, они знают, что они здесь заработают, поэтому они работают за деньги в первую очередь. ...Поэтому их пинать особо не надо. ...Начальник смотрит, как человек работает со своей головой. ...Лишних людей в бригаде нет, один управляет буровой установкой, другой в это время выполняет какую-то другую функцию»* (бригадир СМ-3).

«Есть люди, которые сами инициативу проявляют, сами учатся, т.е. более такой подвижный, видно, он быстрее осваивает. Вот есть человек, он хорошо работает, но другие операции он не осваивает» (буровик СМ-3).

Подобные системы обеспечения качества существуют и на других предприятиях, но в иных вариантах, поскольку в основание этих систем закладываются различные факторы. Наряду с требованием постоянного соответствия стандартам и образцам может существовать и постоянная необходимость повышения квалификации, ежегодной аттестации и пр. Это может быть связано, например, со спецификой деятельности (работа с вредными/ядовитыми веществами и т.п.).

СО-1. Раз в год все производственные работники в обязательном порядке проходят курс повышения квалификации, который включает занятия по дератизации, газации, по работе с клиентами и т.д. и завершается аттестацией. Требование это достаточно жесткое, в случае, если человек аттестацию не проходит, ему снижается зарплата¹⁶. К проведению занятий привлекаются как собственные специалисты, так и преподаватели из медицинского университета и Центра Госсанэпиднадзора. Часть специалистов проходят повышение квалификации в местных и московских вузах и НИИ. Все эти меры позволяют поддерживать весьма высокий уровень квалификации персонала¹⁷.

При отсутствии прямой связи между качеством работы и материальным поощрением можно говорить о косвенной связи: в случае несоответствия работника предъявляемым к нему требованиям скорее всего последует увольнение. Когда заработная плата на данном

¹⁴ Из материалов отчета по кейсу ЭТ-2.

¹⁵ Хотя можно говорить о спорности этичности такого способа решения проблемы качества.

¹⁶ В момент проведения исследования на доске объявлений висел приказ-предупреждение о снижении заработной платы нескольким работникам, если они до определенного срока не пройдут курс повышения квалификации.

¹⁷ Из отчета СО-1.

предприятия превышает средний уровень по городу в целом, опасения работников по поводу такого развития ситуации выступают мощным стимулом для стремления к подобному соответствию. Качество обеспечивается не отдельными аспектами деятельности работников и управленцев, а заложено в основу бизнес-процессов, протекающих на предприятии, и в частности связано с корпоративной культурой. Такая система становится эффективной при условии интериоризации ценностей.

Телекоммуникационное предприятие-1 (ТК-1). *«...Все решается, неполадки устраняются. Мы же работаем не за страх, а за совесть. Приятно же, когда что-то сделаешь хорошо»* (начальник отдела планирования сети ТК-1).

Создание такой системы может носить и спонтанный характер, основываться скорее на интуиции, чем на экономическом расчете – в любом случае это достаточно эффективно.

ТК-1. ...Проблемы с качеством за последнее время стали возникать заметно реже, это ...связано ...с приобретением практического опыта работы: *«Умные, наверное, стали, научились. Поначалу у нас были проблемы, ставили станции не очень аккуратно, мы не знали, как надо. Вопрос частотного планирования очень многогранен. Делаешь один-два шага ошибочных, и можно угробить все и сделать плохое качество. Но потому, что сеть наша развивалась постепенно, мы поняли, как надо делать, что надо делать, как поддерживать качество»* (начальник отдела планирования сети ТК-1)¹⁸.

Получается, что каждое предприятие по-своему решает проблему качества, т.е. механизмы его поддержания создаются в зависимости от различных факторов (вид деятельности, территория, позиция на рынке и т.п.). Для традиционных российских предприятий характерно обращение к специализированным институтам, контролирующим качество «на выходе» (ОТК и пр.), для некоторых «новых» предприятий характерно помещение проблемы качества в иной контекст – качество продукции обеспечивается за счет качества бизнес-процессов (самой организации труда и т.п.). Это может быть создание ситуации материальной заинтересованности работников, использование неформализованных практик найма персонала (родственно-знакомственный найм, поощрение рабочих династий) и т.п.

Подход к качеству, его достижению, понимание проблемы остается в целом достаточно узким, особенности исходного материала (сырья), используемые средства труда, уровень квалификации работников, отсутствие их постоянного обучения новым технологиям, как правило, не входят в концепции обеспечения качества продукции на предприятиях. А слабым местом является тот факт, что вся ответственность ложится на непосредственных исполнителей (работников).

Системы мотивации работников не носят завершенного целостного характера, учитывающего все многообразие факторов, влияющих на качество выпускаемой продукции. Более того, доминирует технологический подход решения данного вопроса. Но в любом случае это всегда система, каждое предприятие пытается использовать все возможные способы воздействия на процесс производства. Одни апеллируют к советскому прошлому, в котором доминировало моральное поощрение. Основная ценность – положение рабочего в коллективе, повышение его статуса и престижа, тем самым не провоцируются споры по поводу разницы в заработной плате и выделяется минимальная социальная помощь в виде премии, что не оказывает значимого стимулирующего эффекта. Одним из важных оснований для апелляции к советскому прошлому является специфика контингента: если средний возраст рабочих достаточно высок, то позитивные воспоминания о социалистическом соревновании могут являться ресурсом оптимизации качества. Другие пытаются выстроить систему прямой зависимости качества работы и оплаты труда. Такая связь может существенно повышать издержки выпуска продукции, что является очень важным

¹⁸ Из отчета по кейсу ТК-1.

препятствием для введения этого механизма. Кроме того, далеко не всегда необходимость установления такого способа обеспечения качества диктуется рыночной ситуацией.

Машиностроительное предприятие-6 (МЗ-6). Главнейшим критерием оценки продукции является качество, которое «*стараясь держать на уровне*» (начальник основного цеха МЗ-6). При этом любопытна риторика по поводу качества – главное заключается не в том, чтобы его повышать, но в том, чтобы не снижать планки. Издержки производства в этом параде приоритетов занимают почетное второе место, однако реальных механизмов отслеживания этого параметра... нет. Способом их снижения рассматривается унификация производственных процессов (при возможности). Стандартизация и унификация производства рассматриваются в качестве способов сокращения производственных издержек¹⁹.

Успешность предприятия на рынке определяется в том числе способностью верно реагировать на приоритеты, наиболее важные для потребителя. Если таким приоритетом оказывается цена, тогда требования к качеству выпускаемой продукции невысоки. В то же время на том же самом предприятии может выпускаться продукт, рассчитанный на рынки, где приоритетом является качество. В этих условиях возможно повышение издержек и соответственно обеспечение его более высокого уровня.

Лесоперерабатывающий завод-2 (ЛПЗ-2). ...В 2004 г. – 766 тыс. т (согласно плану, на 110% выше 2003 г.). Примерно половина продукции идет на экспорт, а остальная реализуется на внутреннем рынке... В настоящее время бумага выпускается недостаточно высокого качества и не соответствует международным стандартам из-за устаревшей керамики. В результате чего на бумажном полотне можно обнаружить темные полосы. Такая бумага, как правило, реализуется на внутреннем рынке сбыта²⁰.

Таким образом, мы наблюдаем «замкнутый круг»: потребитель ограничен своим уровнем доходов и может покупать только тот товар, который ему по карману, а производитель не заинтересован в переключении на себя издержек, неизбежно возникающих при выпуске продукции более высокого качества. Выходом из этой ситуации может стать повышение покупательской способности потребителя. На данный момент возможности повышения качества производителем ограничиваются потребностями рынка.

В результате нововведения, стремление к пересмотру основ системы управления зафиксированы в основном на уровне высшего менеджмента, чаще всего среди молодых специалистов, получивших современное экономическое образование. Тем не менее вполне естественно, что источником нововведений должен являться именно топ-менеджмент, но пока инновации в области управления качеством не способны вытеснить старые рутинные практики, существующие и повторяющиеся прежде всего на низовом уровне.

Заключение

Возрастающее рыночное давление на предприятия заставляет их учитывать аспекты деятельности, не всегда имевшие в прошлом решающее значение, – например, качество продукции. Сегодня проблема качества решается на российских предприятиях различными способами, и менеджеры прибегают к самым разнообразным, зачастую уникальным, практикам. Некоторые предприятия сводят работу по обеспечению качества к непосредственному контролю над деятельностью работников. На других предприятиях эта работа осуществляется на более высоких уровнях – институциональном и технологическом.

¹⁹ Из отчета по кейсу МЗ-6.

²⁰ Из отчета по кейсу ЛПЗ-2.

Однако укрепляется тенденция к принятию менеджментом стратегических решений, и одним из выражений этого является обращение к освоению международных стандартов ISO на фоне преобладания непосредственного контроля за деятельностью работников предприятий. Это может быть связано с тем, что основные кадры как рядовых работников, так и линейного менеджмента сохраняются в своем прежнем качестве, поскольку рабочие социализируются в рамках существующей культуры производственных отношений.

Не менее важным является влияние экономического контекста обеспечения качества, суть которого может быть сведена к соответствию ресурсов предприятия требованиям рынка. Качество выпускаемого продукта, его уровень, равно как и механизмы обеспечения, задаются указанными рамками и являются, по сути, их результирующей. В этой ситуации залогом успешного управления качеством является умение сбалансировать давление рынка и возможности предприятия. Обратной стороной этого процесса оказывается простое воспроизводство моделей управления и существующих трудовых отношений, пересмотр проблемы качества в логику воспроизводства вписывается с большими трудностями – логика воспроизводства системы управления в целом побеждает необходимость «гонки за качеством».

Это свидетельствует о наличии общих представлений, согласно которым работник изначально, по умолчанию нацелен на качественное исполнение своих должностных обязанностей, а следовательно, на выходе имеет качественный продукт. На самом же деле, за такими представлениями кроется определенное отношение к данной проблеме в целом. Мы наказываем за явный брак, но не поощряем за работу высокого качества. Дешевая рабочая сила может обеспечить приемлемый, но невысокий его уровень. Если такая продукция востребована на рынке, то законы минимизации издержек и получения прибыли только в интересах узкого круга лиц, того же самого топ-менеджмента одерживают верх над стратегией развития – доминирует и преобладает по-прежнему стратегия выживания. Повышение качества ведет к повышению издержек, развитие позитивной мотивации рабочих, повышение их материальной заинтересованности требуют определенных вложений и, как следствие, на первом этапе могут привести к ограничению конкурентоспособности. Более приемлемый вариант – занять какую-то нишу на рынке и ориентироваться на определенный, часто невысокий уровень качества, который признается достаточным для данной рыночной позиции.

Таким образом, в каком-то смысле проблемы качества и не существует, если не рассматривать данную ситуацию в рамках стратегии развития. На уровне тактики и текущего состояния дел этот вопрос не проблематизируется. Если в советское время данная проблема не актуализировалась в силу дефицитного характера экономики, то в новой российской ситуации она не актуализируется по причине доминирования учета издержек в силу необходимости удержания определенной рыночной ниши.

Кодификатор предприятий

Код	Краткая характеристика предприятия
СМ-3	Предприятие по производству строительных материалов, крупный город
ТК-1	Телекоммуникационное предприятие, крупный город
МетЗ-3	Металлургическое предприятие, крупный город
ХЗ-3	Химическое предприятие, крупный уральский город
МЗ-5	Машиностроительное предприятие, крупный город
ШФ-2	Предприятие легкой промышленности
МЗ-3	Машиностроительное предприятие, крупный город
СО-1	Предприятие по санитарной обработке, крупный город
НХЗ-1	Нефтеперерабатывающее/химическое предприятие, крупный город
МетЗ-1	Металлургическое предприятие, крупный город
ЭТ-1	Электротехническое предприятие, крупный город
СМ-2	Предприятие по производству строительных материалов, малый город
ШФ-1	Предприятие легкой промышленности
ХДК-1	Предприятие пищевой промышленности, крупный город
ХЗ-4	Предприятие химической промышленности, крупный город
ЭТ-2	Электротехническое предприятие
ТФ-1	Предприятие легкой промышленности, крупный город
МЗ-6	Машиностроительное предприятие, крупный город
МетЗ-4	Металлургическое предприятие, крупный город
МетЗ-5	Металлургическое предприятие, крупный город
ЛПЗ-2	Лесоперерабатывающий завод, средний город

Дебютные работы



2-е место
Победитель конкурса 2006 г.
журнала «Экономическая социология»

ОСОБЕННОСТИ ЦЕННОСТНО-МОТИВАЦИОННОЙ СТРУКТУРЫ МУЖЧИН И ЖЕНЩИН В СФЕРЕ ТРУДА И ЗАНЯТОСТИ

Гладникова Екатерина Владимировна

студентка 3-го курса факультета социологии ГУ–ВШЭ

Введение

В недавнем прошлом в России произошли кардинальные перемены, затронувшие жизнь всего общества, в том числе мы наблюдали значительные трансформации в сфере занятости. Мы рассмотрим один из аспектов, касающихся области труда и занятости, – ценностно-мотивационную структуру. В центре нашего внимания будут гендерные различия в мотивах и ценностях, а также произошедшие изменения в данной сфере начиная с 1990-х годов.

В этой сфере наблюдаются два противоположных процесса. С одной стороны, под влиянием перемен во всем российском обществе происходит смещение трудовых мотивов и ценностей. С другой стороны, под влиянием мощной инерции воспроизводятся традиционные трудовые установки. В данной работе мы попробуем выявить основные направления изменений в данной сфере, а также зафиксировать сохранение традиционных установок.

Влияние «советского гендерного порядка» на современную ценностно-мотивационную структуру мужчин и женщин

Некоторые ученые, говоря о гендерных аспектах труда и занятости в современной России (в том числе и о ценностно-мотивационной структуре), обращают внимание на влияние советской идеологии, которая господствовала в нашей стране в прошлом. Так, британская исследовательница Сара Ашвин посвятила этому целую статью [Ашвин 2000]. На нее мы и будем опираться, рассматривая в данной работе проблему влияния советского трудового порядка на сегодняшний.

Под «советским гендерным порядком» мы понимаем «исторически заданный образец (паттерн) властных отношений между мужчинами и женщинами и дефиниции женского и мужского в данном обществе» [Ашвин 2000: 2]. В чем же состоял этот гендерный порядок в СССР? Прежде всего, предполагалось, что в семье должны были трудиться на оплачиваемой работе оба партнера – и мужчина, и женщина. Таким образом, казалось бы, в сфере занятости существует равенство мужчин и женщин. Однако в действительности это было не совсем так, заметные различия наблюдались как в характере занимаемых мужчинами и женщинами мест, так и в ценностно-мотивационной структуре представителей разных полов. Женщины, как правило, получали менее престижные места на рынке труда, соответственно менее оплачиваемые по сравнению с теми, что занимали мужчины (даже сложились представления о том, какая работа является «женской», а какая «мужской»; к этому мы вернемся ниже). Кроме того, женщина также представлялась как мать и «хранительница семейного очага», соответственно вся домашняя работа ложилась на ее плечи.

В результате такой идеологии, хотя женщина тоже вносила свою долю в семейный бюджет (гораздо меньшую, чем мужчина), в роли основного кормильца выступал все-таки мужчина. Поэтому трудовые мотивации и ценности имели значительные гендерные различия. У мужчин была более выраженная материальная (он должен был обеспечивать семью) и статусная (карьерная) мотивация. Женщины же больше ориентировались на условия труда: удобное место работы, подходящий график, наличие инфраструктуры на предприятии (например, детского сада), так как ее основной задачей являлось совмещение работы вне дома и выполнения домашнего труда. Важно то, что государство и общество поддерживало сложившийся порядок: мужчинам предоставлялись более оплачиваемые места, возможности карьерного роста, тогда как женщины не испытывали трудностей с устройством на работу с гибким графиком и пр. [Ярошенко 2002].

Однако после распада СССР ситуация в стране резко изменилась, в том числе и в сфере труда и занятости. При этом инертная ценностно-мотивационная структура работников адаптировалась к новым условиям не сразу. В частности, мужчины вынуждены были искать компромисс между поддержанием статуса и роли кормильца. Некоторые (оказавшись невостребованными на рынке труда со своей прежней специальностью) не смогли переориентироваться и пойти на менее квалифицированную должность вследствие высокой статусной, профессиональной мотивации, а также сильно выраженной мотивации самореализации.

Женщины же оказались в условиях, когда сильна мотивация «удобства труда», но государство не предоставляет гарантий соответствующих условий занятости. Кроме того, их мужья стали зарабатывать меньше, что негативно отразилось на семейном бюджете в целом. В этой ситуации женщины стали активнее вовлекаться в сферу занятости, однако «определяли себя в терминах способности выжить, а не в терминах позиции иерархии рынка труда» [Ашвин 2000]. Иными словами, мотивация «удобства труда» сменилась «мотивацией выживания».

В этом виде отголоски «советского гендерного порядка» мы наблюдаем и в сегодняшней ценностно-мотивационной структуре мужчин и женщин. Конечно же, мы не можем говорить об абсолютной инерции трудовых установок, частично они сохранились с советского времени, однако в значительной мере трансформировались. Рассмотрим, как происходил этот процесс.

Трансформация трудовых мотивов и ценностей в условиях переходного периода в России

В предыдущем разделе мы уже говорили о направлениях изменения трудовых ценностей и мотивов, однако обозначили лишь общие тенденции. Теперь проследим, как происходила трансформация, основываясь на результатах исследования, проведенного в республике Коми (анализ результатов представлен в статье С.В. Ярошенко «Женская занятость в условиях гендерного и социального исключения» [Ярошенко 2002]). Хотя в данном исследовании опрашивались только семьи, признанные бедными (по критерию официального прожиточного минимума), выявленные общие тенденции с большой вероятностью можно распространить на более широкие социальные слои.

Исследование показало, что у мужчин не произошло значительных изменений ценностно-мотивационной структуры, поэтому большее внимание уделяется женщинам. Автор выделила две основные трудовые ценности: высокая оплата труда и удобство труда, и разделила всех опрашиваемых женщин по данным критериям на 4 группы, а затем сравнила распределения по группам одних и тех же женщин в 1999 и 2001 гг. Вот в какой последовательности расположились эти группы в зависимости от наполненности:

1999 г.	Удобные условия занятости	Неудобные условия занятости
Высокая оплата труда	3-е место	–
Низкая оплата труда	1-е место	2-е место

Как мы видим, удобные условия занятости ценятся больше, чем оплата труда. Какие же изменения произошли за два года?

2001 г.	Удобные условия занятости	Неудобные условия занятости
Высокая оплата труда		↑↑
Низкая оплата труда	↓↓	

Направления изменений очевидны даже при рассмотрении такого небольшого периода. На смену ценности «удобства труда» у женщин приходит ценность высокой оплаты. Иными словами, женщины начинают сближаться с мужчинами в своем трудовом поведении, избирают традиционно мужские стратегии, ориентированные прежде всего на высокую заработную плату.

Можно сделать следующий вывод: в условиях трансформации российского общества в целом и трудовой сферы в частности наблюдается изменение ценностно-мотивационной структуры работников. Причем если мужчины более склонны сохранять прежние мотивации и ценности (статусные, профессиональные и материальные), то у женщин происходит частичная смена трудовых установок. Если попытаться представить ситуацию более наглядно, можно выделить два выхода, которые нашли женщины в условиях перемен:

- принятие традиционно «мужских» трудовых стратегий, ориентация на высокий заработок, карьерный рост (за счет трудовой мобильности);
- следование прежним трудовым стратегиям – ориентация на совмещение работы и домашнего труда (при доминирующем значении последнего) и, как следствие, невысокий заработок [Ярошенко 2002].

Влияние трудовой ценностно-мотивационной структуры мужчин и женщин на формирование «женских» и «мужских» сфер занятости

Выше мы уже несколько раз упоминали термины «женский» и «мужской» труд, стратегия, работа и т.п. Причем, с большой уверенностью мы предполагаем, что читатель понимал, о чем идет речь. Возникновение таких терминов даже в научном обиходе говорит о том, что в обществе сформированы довольно устойчивые гендерные стереотипы относительно занятости. Многие исследователи делят профессии на «женские», «мужские» и гендерно-нейтральные [Чирикова, Кричевская 2002; Ярская, Ярская-Смирнова 2002; Ашвин 2000; Olson, Friese, Detlesen 1990]. Данное деление относительно условно, хотя и имеет под собой некоторые основания. Сравним доли мужчин и женщин, занятых в различных сферах экономики (см. табл. 1) [Женщины и мужчины России 2001].

Мы видим, что такие сферы, как строительство, лесная промышленность и др., являются «мужскими», а такие, как общественное питание, связь, здравоохранение, образование, – «женскими». Целью данной работы не является характеристика сфер занятости с точки зрения гендерных различий, однако в контексте трудовой ценностно-мотивационной структуры некоторые из них мы рассмотрим подробнее. Причем, так как более значительные изменения произошли в трудовых установках женщин, нам будет интереснее в первую

очередь рассмотреть сферы, считающиеся женскими. Мы остановимся на двух областях – социальная сфера и бизнес (торговля).

Таблица 1. Доли мужчин и женщин, занятых в различных сферах экономики, Россия, 2001 г.

	Женщины	Мужчины	Распределение по полу,	
			%	
			женщины	мужчины
Занятые в экономике, всего				
тыс. человек	31229	33435		
%	100	100	48	52
В том числе:				
промышленность	19,6	30,0	38	62
сельское хозяйство	7,9	12,0	38	62
лесное хозяйство	0,1	0,5	18	82
строительство	2,8	9,1	22	78
транспорт	3,9	10,9	25	75
связь	1,9	1,1	61	39
оптовая и розничная торговля, общественное питание	19,0	10,4	63	37
жилищно-коммунальное хозяйство, непроизводственные виды бытового обслуживания населения	4,7	4,9	47	53
здравоохранение, физическая культура и социальное обеспечение	12,2	2,9	80	20
образование	14,7	3,3	81	19
культура и искусство	2,3	1,0	32	68
наука и научное обслуживание	1,7	1,3	54	46
финансы, кредит, страхование, пенсионное обеспечение	2,0	0,7	72	28
управление	5,1	9,1	34	66
другие отрасли	2,1	2,7	41	59

Источник: [Женщины и мужчины России 2001].

Здесь следует заметить, что выделенные нами выше два выхода женщин в условиях переходного периода (принятие «мужских» стратегий и сохранение прежних собственных) не соответствуют занятости в этих двух сферах (бизнес и социальная сфера). Естественно, в торговле оплата труда выше, чем в социальной сфере. Но было бы слишком большим упрощением считать, что все женщины, занятые в бизнесе, ориентированы на получение высокого дохода и отвергают ценность «удобства труда». Аналогично, не все женщины в социальной сфере ставят превыше всего возможность совмещения работы и семейных обязанностей, даже в ущерб зарплате. В обеих сферах присутствуют работники с разной мотивацией.

Социальная сфера

К социальной сфере мы относим культуру, образование, здравоохранение и т.д. Подробно гендерные аспекты занятости в социальной сфере изучались В.Н. Ярской [Ярская, Ярская-Смирнова 2002]. Признавая тот факт, что данная область традиционно считается женской, автор пытается выявить причины закрепления подобных гендерных стереотипов. Помимо соответствия работы в социальной сфере мотивации «удобства труда», чаще встречающейся у женщин, автор выделяет еще несколько причин.

Одна из них состоит в том, что каждая должность требует того, чтобы ее занял человек, обладающий определенным набором не только профессиональных, но и личных качеств.

Оказывается, что качества, которые необходимы работникам социальной сферы (эмпатия, любовь к детям – «социальное материнство» и т.д.), по природе больше присущи женщинам.

Другая причина, по мнению автора, опять же связана с гендерными различиями в мотивации. Помимо «удобства труда», для женщин важно, чтобы работа приносила моральное удовлетворение (например, помощь людям). А где, как не в социальной сфере, данная мотивация может быть реализована? Тогда как мужчины, ориентируясь на высокий заработок (в социальной сфере низкая средняя зарплата) и достижение высоких статусных позиций (работа в социальной сфере не является престижной), предпочтут другие области занятости.

Названные причины скорее объясняют, почему в данной области много женщин, у которых не доминирует материальная и карьерная мотивация. А как же быть с теми женщинами, для кого они значимы? Здесь мы выходим на еще одну причину, объясняющую, почему социальная сфера является преимущественно «женской». Именно в этой области у женщин высокие шансы реализовать указанные мотивы занятости. В социальной сфере на руководящих должностях наибольшая доля женщин [Ярская, Ярская-Смирнова 2002].

Хотя здесь нужно заметить, что термин «карьера» следует употреблять с оговоркой. Карьерный рост в социальной сфере, как правило, осуществляется не по ступеням иерархии: руководящий пост может занять лишь «свой человек», «человек системы».

Бизнес

Под занятостью в сфере бизнеса мы понимаем владение и управление собственным предприятием, работа на руководящих должностях в других предприятиях и организациях, осуществляющих коммерческую деятельность.

Традиционно бизнес считался мужской сферой деятельности. Почему же именно он в последнее время стал столь привлекательным для женщин? Одна из причин заключается в том, что многие другие отрасли, где можно получать высокие доходы, оставаясь наемным работником, закрыты для женщин из-за гендерных предпочтений работодателя [Козина 2002]. Здесь же женщина может открыть свое дело. Другая причина заключается в том, что такие сектора, как сфера услуг, торговля определенными видами товаров и пр., традиционно являются женскими. А именно они сейчас активно развиваются в России, соответственно, вовлекая все больше женщин в сферу бизнеса. Кроме того, в некоторых видах бизнеса существует необходимость проникать в узкие сегменты рынка, что лучше получается у женщин, чем у мужчин [Бабаева, Чирикова 1996].

Однако следует заметить, что уже на этапе входа в бизнес или занятия руководящей должности существуют различия между мужчинами и женщинами. Если мужчины чаще объясняют свой приход в бизнес-сферу собственным желанием, то женщины чаще ссылаются на сложившуюся ситуацию или выбор коллектива. Это во многом связано с различиями в ценностно-мотивационной структуре мужчин и женщин. К сожалению, мы не нашли эмпирических исследований мотиваций мужчин, занятых в сфере бизнеса. Однако можно предположить, что здесь доминируют те же мотивации, что у мужчин вообще, – высокий заработок, статусная и профессиональная мотивация, мотивация самореализации. Что касается женщин, занятых в сфере бизнеса, то здесь проведен ряд исследований [Бабаева, Нельсон 1992; Бабаева, Чирикова 1996; Турецкая 2001]. Опираясь на их результаты, проанализируем ценностно-мотивационную структуру женщин и, где это возможно, сравним с мужчинами.

Исследование, проведенное в 1989–1991 гг. (распад СССР, переход к новой экономической системе), позволило проследить, как менялась мотивация женщин, занятых в сфере бизнеса [Бабаева, Нельсон 1992]. На первом этапе исследования (1989 г.) мотивы женщин были практически такими же, как и у мужчин, в том числе выделялись три основных:

- собственные способности, творческий потенциал, деловитость, предприимчивость;
- желание освободиться от «административно-бюрократического гнета» начальства;
- стремление получать высокую зарплату.

Однако уже через два года на первое место вышли два мотива:

- стремление реализовать свои способности и получать высокую заработную плату;
- стремление заниматься любимым делом.

Для мужчин же ведущим остается мотив самореализации, причем он доминирует над материальным мотивом.

Более позднее исследование (1992–1993 гг.) позволило детализировать шкалу мотиваций участия женщин в бизнес-сфере (табл. 2) [Бабаева, Чирикова 1996].

Таблица 2. Шкала мотиваций участия женщин в бизнес-сфере

Мотивы	Число ответивших, %
Самореализация	40
Интерес	35
Материальная надежность, деньги	30
Забота о тех, кто рядом	25
Профессиональный рост	20
Самоутверждение	10

Помимо распределения мотиваций по уровню значимости были выявлены еще некоторые зависимости материальной мотивации у женщин. Оказалось, что чем больше усталость женщины, тем большее значение играл материальный фактор; а чем выше самооценка женщины и ее удовлетворенность жизнью, тем меньшую роль играли деньги.

Кроме того, наблюдалось смещение значимости различных мотивов в зависимости от возраста. Через 4–5 лет занятия бизнесом (особенно в возрастах от 32 до 45 лет) большую важность для женщины начинал приобретать профессиональный рост, они уже стремились действовать в рамках собственных высоких профессиональных требований; тогда как в начале карьеры респондентки характеризовали свою деятельность так: «любая работа, лишь бы двигалось дело».

Данная тенденция похожа на такой эффект, как увеличение роли профессиональной мотивации у мужчин, занимающихся бизнесом; хотя у женщин этот эффект выражен слабее. Такая зависимость структуры мотивов женщин от разных факторов свидетельствует о более подвижном характере мотивации у женщин, чем у мужчин.

Гендерные различия трудовых мотивов и ценностей в специфических группах работников

Мы охарактеризовали две области занятости (социальную сферу и бизнес) через призму трудовых мотивов и ценностей мужчин и женщин. Рассмотрим теперь гендерные различия в

ценностно-мотивационной структуре в различных специфических группах. В частности, остановимся лишь на двух из них:

- выпускники средних специальных и высших учебных заведений;
- представители так называемых «слабых групп» (научные работники, летчики и т.д.), которые в результате перехода России к новой экономической системе оказались невостребованными, мало востребованными или же востребованными, но низкооплачиваемыми.

Выбранные группы в некотором роде являются противоположными, если сравнивать их в категориях «постоянного – переменного». Выпускники только начинают свою трудовую деятельность, здесь постоянными являются идеология общества, трудовые нормы, тогда как трудовые мотивации и ценности еще не сложились и могут стать предметом выбора. В «слабых группах», наоборот, трудовые установки давно сформированы и устоялись, тогда как внешние условия занятости, идеология и экономическая ситуация изменились. Хотя, конечно, такое сравнение довольно упрощенное и сугубо теоретическое.

Выпускники средних специальных и высших учебных заведений

В 1999–2001 гг. Е.Л. Омельченко было проведено исследование, посвященное изучению стратегий занятости выпускников, результаты обобщены в статье «Стилевые стратегии занятости и их особенности» [Омельченко 2002]. Автор применила методику VALS, предполагающую классификацию на следующие типы: мотивационно-инновационный («бегущие»), стабильно-традиционный («идущие»); а также ввела еще две группы: «отстающие» и «догоняющие». Таким образом, все выпускники были поделены на четыре группы. Рассматривались различные аспекты стратегий занятости, мы же остановимся на тех из них, которые релевантны теме данной работы.

Автор говорит о значимых различиях в поиске работы. Выделяются «активные» (самостоятельный поиск и устройство на работу) и «пассивные» (использование родственных и других сетей или отказ от трудовой мобильности вообще с целью сохранения имеющегося статуса) стратегии поиска. Интересно, что добровольные «пассивные практики» оказались характерны для молодых *женщин* со средним специальным образованием, чаще других полагающихся на помощь родителей (обычно – отцов) и знакомых; у них отмечаются заниженные притязания по отношению к заработку. Активные практики характерны для *юношей и девушек* с высшим образованием, стиль жизни которых отличается высокой мобильностью, профессиональной амбициозностью и устойчивой адаптивностью к рыночным условиям. Для представителей этой группы характерна высокая ценность труда вообще и конкретной работы в частности. Причем работа «ценна не сама по себе, но как единственно возможный путь самореализации и продвижения, трамплин к более высоким амбициозным свершениям» [Омельченко 2002: 42].

Как мы видим, мотивация, считающаяся традиционно мужской, присутствует и у женщин, что объясняется переориентированностью молодого поколения в новых условиях. Молодежь также предлагает новые стратегии сопротивления гендерным барьерам. Ярко сопротивление гендерным порядкам и готовность к их преодолению проявились у молодых специалистов двух стилевых групп – «догоняющих подражателей» и «бегущих новаторов». Этих молодых женщин отличают высокая готовность к мобильности, личностному и карьерному росту, большие ожидания от будущего, актуализация соотнесения семейных планов с профессиональным ростом и его темпами.

Можно сделать вывод о том, что среди молодых работников мы видим распределение на указанные группы, уже не столь сильно коррелирующее с полом. Работники

«инновационного типа», ориентированные на высокую оплату труда и карьерный рост, встречаются как среди мужчин, так и среди женщин; то же касается и «традиционалистов».

«Слабые группы»

Здесь мы будем опираться на результаты эмпирического исследования, проведенного в 1998–2000 гг. в Москве, Самаре, Сыктывкаре, Ульяновске (4 волны). Результаты представлены в докладе И.П. Поповой «Профессионально-карьерная мотивация в адаптационных стратегиях “слабых групп” на рынке труда: гендерное измерение» на интернет-конференции «Поиск эффективных институтов для России XXI века» [Попова 2003].

Автор анализирует два типа мотивации – карьерную и профессиональную. Первая предполагает ориентированность на продвижение по службе, занятие более высоких должностей; второй тип мотивации – это ориентация на профессиональное содержание труда.

Доли мужчин и женщин, для которых профессиональная мотивация является доминирующей, примерно равны. Что же касается карьерной мотивации, то среди тех, у кого она сильно выражена, оказалось в два раза больше мужчин, чем женщин. Причем, что интересно, чем более выражена карьерная мотивация у респондента, тем больше у него объективных шансов на успех.

Кроме того, было проведено сравнение типа доминирующей мотивации и реального достижения успеха. Так, среди успешных и тяготеющих к успеху респондентов доли мужчин и женщин равны. А вот среди неуспешных и не тяготеющих к успеху респондентов доля женщин в два раза больше, чем доля мужчин. Это подтверждает вывод о том, что у мужчин карьерная мотивация выражена сильнее. Кроме того, мы видим, что женщины, не достигшие успеха, довольны своим положением и не стремятся его изменить.

Среди людей с сильно выраженной профессиональной мотивацией по критерию достижения успеха выделились две полярные группы: в одной из них наблюдался особо ошеломляющий успех, в другой – неудачи.

Что же касается гендерных стереотипов, то было выявлено, что в группе с высокой профессиональной мотивацией «гендерные стереотипы, оставляющие за женщиной пассивную приспособительно-выживательную мотивацию (если говорить о мотивах, которые “держат на месте”», выражены в наименьшей степени.

Помимо двух рассмотренных типов мотивации, автор выделяет еще один, характерный для женщин, – ориентированность на «гармонию с собой». Причем этот мотив присутствовал почти у всех женщин, добившихся успеха.

Несмотря на множество гендерных различий во всех типах трудовой мотивации, существует все же тип, присущий в равной степени обоим полам и появившийся в связи с переходным периодом в России. Он как бы стоит особняком и является одним из доминирующих мотивов и у мужчин, и у женщин в случае деформации карьерно-профессиональной мотивации под влиянием неблагоприятных структурных факторов. Речь идет о так называемых «ситуативных мотивах выживания». В настоящее время они встречаются довольно часто, что свидетельствует о кризисе профессиональной мотивации в России, как среди мужчин, так и среди женщин.

Обращает на себя внимание и тот факт, что у четверти женщин значительную роль играет мотив заботы об окружающих, у мужчин же он менее важен. В результате для женского бизнеса более характерна социальная ответственность.

Здесь мы рассмотрели мотивации, касающиеся непосредственно трудовой деятельности. Что же касается совмещения мотивов, ориентированных на семью и на работу, то исследователи признают, что несовместимость бизнеса и семьи – на самом деле миф [Турецкая 2001; Бабаева, Чирикова 1996]. Женщины, занятые в сфере бизнеса, успешно совмещают роли матери и бизнес-леди.

В связи с указанными особенностями мотиваций мужчин и женщин различаются и их стили ведения бизнеса. Например, «женские» предприятия меньше «мужских» и по численности работников, и по экономическим показателям [Чирикова, Кричевская 2000]. Возможное объяснение этому – желание женщин совмещать работу и семью, следовательно, нежелание создавать слишком большую фирму, которая отнимала бы много времени. Кроме того, женщины более осторожно начинают ведение бизнеса, они реже, чем мужчины, хотят быть единоличными собственниками фирмы [Бабаева, Чирикова 1996].

Что же касается женщин на руководящих постах, то здесь влияние ценностно-мотивационной структуры сказывается в различных стилях управления. Существует даже понятие «женского менеджмента» [Чепуренко, Обыденнова 2001; Чирикова, Кричевская 2000] в отличие от «мужского».

Заключение

В данной работе мы рассмотрели особенности трудовой ценностно-мотивационной структуры мужчин и женщин с различных точек зрения, охарактеризовали две сферы занятости через понятие ценностей и мотивов, а также рассмотрели трудовые установки в специфических группах работников. Мы постоянно проводили различия между «мужским» и «женским», однако возникает вопрос, откуда берется это противопоставление и каков механизм его воспроизводства в обществе?

Вряд ли можно однозначно ответить на вопрос о том, откуда идут корни противопоставления мужского и женского вообще, и не только в сфере занятости. Однако попытаться охарактеризовать порядок его воспроизводства все-таки можно. Аналитически здесь можно выделить три уровня:

- уровень государства. Имеется в виду господствующая идеология, нормы (официальные и неофициальные), социальная политика и т.д.;
- уровень работодателей. Речь идет о распространенности и устойчивости гендерных стереотипов среди нанимателей;
- уровень работников. Сами работники, являясь частью общества, принимают господствующие ценности, тем самым воспроизводя их.

Таким образом, гендерные различия в ценностно-мотивационной структуре появляются в результате пересечения многих факторов и являются довольно устойчивыми. Их изменение обычно происходит постепенно, резкие трансформации возможны лишь в периоды кардинальных перемен в жизни всего общества, как, например, это было в России в 1990-е годы.

Литература

- Ашвин С. Влияние советского гендерного порядка на современное поведение в сфере занятости // Социологические исследования. 2000. № 11. С. 63–72. <http://ecsocman.edu.ru/socis>
- Бабаева Л.В., Нельсон Л. Деловая активность в новых экономических структурах // Социологические исследования. 1992. № 5. С. 107–111. <http://ecsocman.edu.ru/socis>

- Бабаева Л.В., Чирикова А.Е. Женщины в бизнесе // Социологические исследования. 1996. № 3. С. 75–81. <http://ecsocman.edu.ru/socis>
- Женщины и мужчины России. 2001: Стат. сб. М.: Федеральная служба государственной статистики (Росстат), 2001.
- Козина И.М. Профессиональная сегрегация: гендерные стереотипы на рынке труда // Социологические исследования. 2002. № 3. С. 126–136. <http://ecsocman.edu.ru/socis>
- Омельченко Е.Л. Стилевые стратегии занятости и их особенности // Социологические исследования. 2002. № 11. С. 36–47. <http://ecsocman.edu.ru/socis>
- Попова И.П. Профессионально-карьерная мотивация в адаптационных стратегиях «слабых групп» на рынке труда: гендерное измерение // Доклад на Интернет-конференции «Поиск эффективных институтов для России XXI века». Федеральный образовательный портал «Экономика. Социология. Менеджмент». 2003. 27 октября – 27 декабря. <http://ecsocman.edu.ru/db/msg/130772.html>.
- Турецкая Г.В. Деловая активность женщин и семья // Социологические исследования. 2001. № 2. С. 67–73. <http://ecsocman.edu.ru/socis>
- Чепуренко А.Ю., Обыденнова Т.Б. Отношения в малом предпринимательстве: проблемы работающих женщин // Общественные науки и современность. 2000. № 4. С. 41–50. <http://ecsocman.edu.ru/ons>
- Чирикова А.Е., Кричевская О.Н. Женщина-руководитель: деловые стратегии и образ «Я» // Социологические исследования. 2000. № 11. С. 45–56. <http://ecsocman.edu.ru/socis>
- Ярошенко С.В. Женская занятость в условиях гендерного и социального исключения // Социологические исследования. 2002. № 3. С. 137–150. <http://ecsocman.edu.ru/socis>
- Ярская В.Н., Ярская-Смирнова Е.Р. «Не мужское это дело...» Гендерный анализ занятости в социальной сфере // Социологические исследования. 2002. № 6. С. 74–82. <http://ecsocman.edu.ru/socis>
- Olson I.E., Friese I.H., Detlesen E.G. Having It All? Combining Work and Family Life in a Male and Female Profession // Sex Roles. 1990. Vol. 23. P. 9–10.

Профессиональные обзоры**В СЕТИ БУДУЩЕГО ТРУДА
(обзор Интернет-ресурсов)¹****Шевчук Андрей Вячеславович**к. э. н., доцент кафедры экономической социологии
Государственного университета – Высшей школы экономикиE-mail: andreyshevchuk@mail.ru

Основным критерием отбора Интернет-ресурсов для данного обзора послужило наличие в открытом доступе большого количества полнотекстовых публикаций (книг, статей, исследовательских отчетов, статистических сборников и др.), посвященных будущему труда и занятости. Сайты в основном широкой направленности, позволяющей найти информацию по многим актуальным аспектам проблемы. Представленная на сайтах информация имеет научный, местами научно-популярный характер. Сайты откровенно ненаучного характера не рассматриваются.

<http://www.thefutureofwork.net>

Организация, действующая с 2002 г., объединяет исследователей, специалистов в области информационных технологий и управления персоналом (в основном из США). Членами организации являются как корпорации (в том числе такие крупные как Boeing Corporation, IBM, Hewlett Packard), так и индивиды (включая представителей малого бизнеса). Основателями организации, ее руководителями и ведущими исследователями являются Ч. Грантэм [[Charles Grantham](#)] и Дж. Уэре [[James Ware](#)]. Основные темы – организация труда высококвалифицированных специалистов, удаленная работа, деятельность глобальных (транснациональных) команд и т.п. На сайте в открытом доступе размещены материалы конференций, полнотекстовые статьи и исследовательские отчеты, а также выходящее с января 2005 г. ежемесячное издание [Future of Work Agenda \(Newsletter\)](#). Также функционирует [The Future of Work Weblog](#).

<http://www.leeds.ac.uk/esrcfutureofwork/>

Программа, запущенная британским Советом по экономическим и социальным исследованиям ([Economic and Social Research Council](#) – ESRC) в 1998 г., включает 27 проектов и объединяет более сотни ведущих исследователей из Великобритании. Охватывает широкий спектр вопросов, в том числе: реорганизация рабочего места, неквалифицированный труд, временная работа, работа на дому, неоплачиваемый труд, трудовые отношения, роль профсоюзов, гендерные аспекты, влияние глобализации, межстрановые сопоставления и др. На сайте в открытом доступе размещены материалы конференций и семинаров, полнотекстовые статьи и исследовательские отчеты, а также несколько номеров [The Future of Work Bulletin](#) за 2000 и 2002 гг.

¹ Работа выполнена при финансовой поддержке Научного фонда ГУ–ВШЭ.

Участники программы занимают сдержанную позицию относительно характера и темпов происходящих изменений, подчеркивая существующую преемственность в сфере занятости и трудовых отношениях, опираясь исключительно на эмпирическую основу. Интересен интерактивный тест о соответствии имеющихся навыков предполагаемой карьере: [Career Fitness Check](#).



<http://www.ecatt.com/>

Сайт проекта, финансируемого [Европейской комиссией](#), посвящен распространению электронной коммерции и новых форм труда в европейских странах, США и Японии. Содержит полнотекстовый итоговый отчет (2000 г.), отчеты по странам, многочисленные case studies, ссылки на интернет-ресурсы. Масса интересной информации.



<http://www.dol.govt.nz/futureofwork/>

Программа [Министерства труда Новой Зеландии](#) направлена на исследование тенденций в сфере занятости в стране. На сайте в открытом доступе размещены популярные тексты о различных аспектах проблемы (макроэкономические изменения, рабочее место, структура рабочей силы, профессиональная подготовка, баланс между работой и частной жизнью и т.п.), аннотации и полные тексты статей и исследовательских отчетов, а также нерегулярное издание [Future of Work Newsletter](#). Интересен также отдельный проект Министерства труда о балансе между работой и частной жизнью: [Work-Life Balance](#).



<http://www.actu.asn.au/public/futurework/>

Отдельная страничка на сайте Совета профсоюзов Австралии ([Australian Council of Trade Unions – ACTU](#)). Особое внимание уделяется проблемам социальной справедливости в контексте разворачивающихся изменений в системе занятости в Австралии. В открытом доступе размещены материалы конференций, полные тексты статей, исследовательских отчетов и др.

FUTURE OF WORK SEMINARS: <http://www.templeton.ox.ac.uk/oxifer/fws.htm>

Серия семинаров, организованных в 1993 г. Оксфордским институтом трудовых отношений ([Oxford Institute for Employee Relations](#)), с участием экспертов, представителей бизнеса, профсоюзов и правительства Великобритании самого высокого уровня. На страничке представлены материалы трех последних семинаров (2003 г.), посвященных в основном проблемам пенсионной системы.



<http://www.newwork.com/>

Один из старейших сайтов, посвященных будущему труда, функционирует с января 1996 г. Его идейным вдохновителем является консультант Г. Джонсон ([Gary Johnson](#)). Достоинством сайта является ежедневная новостная лента, которую вот уже более десяти лет каждое утро пополняет сам главный редактор. На сайте также размещены регулярно обновляемые колонки: [NetWorking](#), [Women in the New Economy](#), а также

множество различных статей. При этом сайт не очень хорошо структурирован, порой представляя собой нагромождение ресурсов.

JALA International, Inc. <http://www.jala.com/>

**Experts in telework - telecommuting
applied futures research**

Сайт международной группы консультантов, организованной «отцом телеработы» Дж. Ниллесом ([Jack Nilles](#)). Группа проводит исследования, тренинги и практические семинары по организации телеработы на предприятии. На сайте в открытом доступе размещены исследовательские отчеты, статьи и другие материалы (большинство датируется 1990-ми гг.), а также глава 4 [«Telework and Technology»](#) из бестселлера Ниллеса [«Managing Telework: Strategies for Managing the Virtual Workforce»](#) (N.Y.: John Wiley & Sons, 1998), которая время от времени обновляется автором. Хорошо структурированный и наполненный раздел ссылок [«Telework Links»](#) на релевантные интернет-ресурсы. Функционирует [блог](#). Также имеются интересные тесты:

- [Do-it-yourself Home Telework Cost-Benefit Analysis](#) – подсчет затрат и выгод (в денежных единицах) как работника, так и работодателя при переходе к телеработе на дому. Авторы сайта советуют показать расчеты работодателю;
- [Telework Job Suitability Test](#), являющийся фрагментом оригинального продукта [Telepicker™](#), позволяет оценить то, насколько ваша работа может выполняться в удаленном режиме.



<http://www.gilgordon.com/>

Персональный сайт Джила Гордона [Gil Gordon] – одного из ведущих специалистов по организации телеработы и виртуальных офисов; среди клиентов его консультационной фирмы такие крупные компании, как Ernst&Young, AT&T, Procter&Gamble. Хорошо структурированный источник по различным аспектам телеработы, содержащий статьи, исследовательские отчеты, рекомендации начинающим телеработникам. На сайте размещены выпуски первого журнала, посвященного телеработе, [«Telecommuting Review»](#), который с 1999 г. издается в сетевой версии (а до этого с 1984 г. существовал в печатном варианте). Журнал выходит в среднем два раза в месяц (в последний год регулярность нарушена) и представляет краткие, но содержательные обзоры и комментарии автора, касающиеся событий в мире телеработы.

Andrew Bibby – home page. <http://www.andrewbibby.com/>

Персональный сайт журналиста и консультанта Эндрю Бибби. На сайте содержатся отрывки из его книг, исследовательских отчетов, посвященных телеработе и роли профсоюзов в новых условиях, и др.



<http://telework.report.ru>

Портал, посвященный телеработе, является частью проекта [Report.ru](#). Его главное достоинство – авторские аннотации и рецензии экспертов на все представленные материалы, включая новостную ленту, русскоязычные и англоязычные статьи, книги, интернет-ресурсы (персоналии, общественные организации, консалтинговые компании, госорганизации и т.п.). Обширная подборка материалов, которая, однако, в последнее время пополняется нерегулярно.

Новые книги**ЛУЧШИЕ КНИГИ О БУДУЩЕМ ТРУДА
(обзор литературы)¹****Шевчук Андрей Вячеславович**к.э.н., доцент кафедры экономической социологии
Государственного университета – Высшей школы экономикиE-mail: andreyshevchuk@mail.ru

Зачастую в науке за теми или иными терминами скрываются определенные исследовательские парадигмы и сообщества ученых. В этом случае сам термин уже подразумевает постановку ряда конкретных вопросов, определенный исследовательский ракурс и даже сходные ценностные суждения. Не является исключением и такой термин, как «будущее труда». Это не просто словосочетание, допускающее любые толкования и подходы, а сложившаяся область исследований, имеющая своих классиков². Вот уже в течение нескольких десятилетий в свет выходят солидные монографии на эту тему, не считая многочисленных статей. Постараюсь выступить гидом в море литературы и представить наиболее интересные работы.

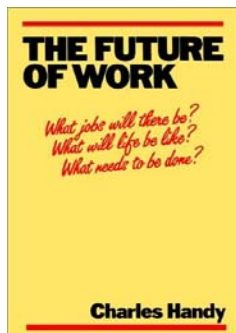
Задача этого обзора довольно скромна – помочь сориентироваться тем, кто впервые вступает на новое для себя исследовательское поле. Поэтому количество рассмотренных источников ограничено. Я постарался представить краткие данные о книге и ее авторе, месте работы в научных дискуссиях, основных идеях, а также не смог удержаться, чтобы не выразить личные впечатления (а порой и откровенные эмоции) от прочитанного. В списке есть несколько книг, которые, к сожалению, мне еще не удалось подержать в руках. Но обойти вниманием их нельзя, так как они признаны и активно обсуждаются научным сообществом. В этих случаях приходится полагаться на изложение оригинальных идей другими авторами и рецензии критиков.

Я просто был обязан представить все переведенные на русский язык работы в силу их большей доступности. Отрадным является тот факт, что в последние годы на прилавках российских магазинов появились действительно лучшие произведения о будущем труда. Русскоязычные и англоязычные источники приведены вперемешку в хронологическом порядке. Необходимо учитывать, что выбор книг, конечно, в определенной степени субъективен, как и мои оценки. Сосредоточимся в первую очередь на книгах, которые уже стали классическими, а о новинках в этой области я надеюсь регулярно информировать читателей журнала в дальнейшем.

При составлении обзора литературы по той или иной проблематике возникает известная трудность. С одной стороны, есть определенный набор ключевых идей в данной области, с другой – их материализация в конкретных источниках. Зачастую важные идеи представлены в качестве отдельной главы или раздела в книге, посвященной более широкому кругу проблем. В данном обзоре в основном представлены книги, целиком посвященные будущему труда, а несколько более общих работ приведены отдельным списком.

¹ Работа выполнена при финансовой поддержке Научного фонда ГУ–ВШЭ.

² См.: Шевчук А.В. О будущем труда и будущем без труда (футурологические дискуссии) // Экономическая социология. 2005. Т.6. № 3. С. 11–24.

Handy C. The Future of Work. A Guide to a Changing Society. Oxford: Basil Blackwell, 1984. 216 p.

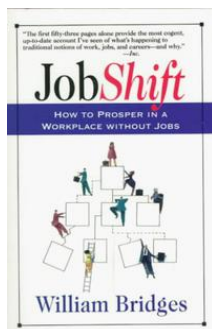
Не будет преувеличением сказать, что именно эта книга английского теоретика менеджмента Чарльза Хэнди во многом определила дальнейший ход современных дискуссий о будущем труда. Одно из первых систематизированных изложений основных тенденций в сфере занятости, многие из которых уже стали общепризнанными, а другие до сих пор жарко дискутируются в научном сообществе. Последние включают переход от полной к частичной занятости и самозанятости; от иерархий и бюрократии к сетям и партнерству; от традиционной внутриорганизационной карьеры к большей трудовой мобильности; старение населения, появление новых профессиональных ассоциаций и гильдий, развитие «третьего сектора» и др. Модельными стали не только поднятые в книге проблемы, но и предлагаемые пути их решения.

Пожалуй, самым известным достижением Ч. Хэнди является концепция «портфеля работ». Это образец индивидуальной стратегии занятости для современного мира, позволяющей найти компромисс между личными интересами и средствами для жизни, а также диверсифицировать риски в условиях нестабильного рынка труда.

Возможно, сегодня, по прошествии более чем двадцати лет эта книга представляет интерес в основном для узкого круга специалистов. Ведь многочисленные статистические выкладки устарели, а теоретические положения впоследствии были более глубоко развиты другими авторами. Однако умолчать о ее существовании я просто не имел права.

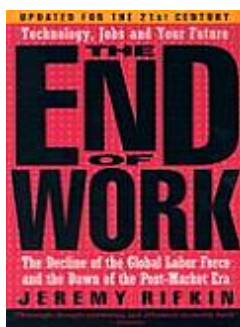
По моему мнению, ознакомиться с концепцией «портфельного работника» обязан каждый современный человек. К счастью, на русском языке опубликовано целых три книги Ч. Хэнди. Хотя я и указал фрагменты, касающиеся именно «портфеля работ», чтобы усвоить весь спектр идей автора, лучше читать целиком. При этом можно взять любую книгу на выбор, по сути, речь идет об одном и том же. В скобках (здесь и далее) указан год первого издания. Написано очень просто и доходчиво. Блестящее чтение!

- [Хэнди Ч. Время безрассудства. Искусство управления в организации будущего. СПб.: Питер, 2001.](#) (1989) С. 196–207. Полезным будет прочитать всю книгу целиком, в ней представлены все наиболее ценные идеи автора.
- [Хэнди Ч. По ту сторону уверенности. О новом мире внутри и вокруг организаций. СПб.: Питер, 2002.](#) (1995) С. 179–183.
- [Хэнди Ч. Слон и блоха. Будущее крупных корпораций и мелкого бизнеса. М.: Альпина Бизнес Букс, 2004.](#) (2001). С. 149–177.

**Bridges W. JobShift: How to Prosper in a Workplace Without Jobs. Reading, Mass. : Addison-Wesley, 1995. 276 p.**

Название книги американского консультанта [Уильяма Бриджеса](#), впервые изданной в 1994 г., может быть не без труда переведено как «Исчезновение рабочих мест». Ее главной темой является реструктуризация занятости. Бриджес предсказывает практически полное исчезновение внутри организаций традиционных рабочих мест, к которым прилагаются четкий набор обязанностей, полное рабочее время и гарантированная заработная плата. Но как он выражается, «хотя рабочие места [jobs] исчезают, по-прежнему остается немало работы [work], которую необходимо выполнять». Однако этот процесс будет организован иначе. Современные гибкие формы трудовой деятельности связаны с реализацией проектов на временной основе, а не с неизменными функциями.

У. Бриджес советует всем рассматривать себя как отдельную независимую хозяйственную единицу, своего рода компанию имени себя, которой надо научиться умело управлять в эпоху неопределенности и непостоянства. Значительная часть книги посвящена соответствующим практическим рекомендациям.



[Rifkin J. The End of Work. The Decline of the Global Labor Force and the Dawn of the Post-Market Era. N.Y.: Tarcher; Updated edition, 2004. 400 p.](#)

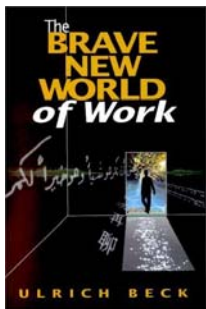
Американский футуролог [Джереми Рифкин](#) – автор нескольких нашумевших бестселлеров, среди которых и «Конец труда». Впервые книга была издана в 1995 г. В центре внимания автора трудосберегающий характер научно-технического прогресса. Дж. Рифкин рисует апокалиптическую картину практически полного исчезновения рабочих мест. Он не разделяет оптимизма тех, кто надеется на их массовое создание в новых производствах, утверждая, что сокращение потребности в непосредственном человеческом труде вследствие внедрения новых технологий является универсальной тенденцией, затрагивающей все сферы и отрасли экономики. В предисловии к изданию 2000 г. Дж. Рифкин делает прогноз, согласно которому в середине текущего столетия лишь 5% населения планеты, имея дело с высокими технологиями, смогут обеспечить все потребности человечества. Что ж, поживем – увидим.

Решая проблему «что делать» в мире без труда, Дж. Рифкин предлагает переориентировать интересы человека из сферы экономики на сферу обустройства социальной жизни, построение подлинного гражданского общества. Таким образом, будущее за развитием «третьего сектора», отличного как от бизнеса, так и от государства.

Русскоязычные рецензии на книгу см.:

http://www.nasledie.ru/oboz/N3-4_97/016.htm

<http://www.strana-oz.ru/?numid=12&article=553>



[Beck U. The Brave New World of Work. Oxford: Polity Press, 2000. 202 p.](#)

Немецкий социолог [Ульрих Бек](#) – один из активных участников дискуссий о будущем труда. Его основополагающая работа по этой проблематике – «Прекрасный новый мир труда», первоначально была издана в 1999 г. на немецком языке, затем переведена на английский.

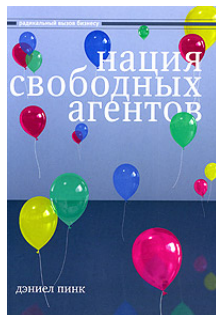
Пожалуй, это лучшее социологическое произведение о будущем труда. Не просто анализ экономических тенденций, а осмысление радикальных социальных изменений. Современное общество характеризуется как «общество труда», в котором все аспекты от самоидентификации до системы социальной защиты так или иначе связаны с участием в экономической занятости. Сегодня «общество труда» разрушается под давлением научно-технического прогресса и глобализации. У. Бек относится к критически настроенным исследователям, он не смотрит на мир труда сквозь розовые очки и анализирует множество негативных аспектов, связанных с ростом безработицы, широким распространением многообразных форм неполной занятости и возрастанием рисков. Порой создается впечатление, что в названии книги скрывается ирония. Однако в последних главах У. Бек рисует перспективу нового мира, где экономическая занятость, общественно-полезные гражданские инициативы, домашний труд, воспитание детей, образование в равной степени оценены обществом и вместе формируют действительно «прекрасный новый мир труда».

Я убежден, что эта книга заслуживает скорейшего перевода на русский язык. А пока что см. переводы избранных отрывков из книги:

<http://www.academy-go.ru/Site/GrObsh/Publications/Beck1.shtml>.

Тема будущего труда поднимается и в других произведениях У. Бека, которые уже изданы в России. Можно порекомендовать следующие отрывки:

- [Бек У. Общество риска. На пути к другому модерну. М.: Прогресс-Традиция, 2000.](#) (1986) Гл. VI.
- [Бек У. Что такое глобализация? Ошибки глобализма – ответы на глобализацию. М.: Прогресс-Традиция, 2001.](#) (1997) С. 107–116, 243–246, 260–262 (в свободном доступе размещен полный текст книги).
- [Бек У. Безработный капитализм.](#) (1996) (перевод статьи У. Бека из журнала «Der Spiegel»)



[Пинк Д. Нация свободных агентов. Как новые независимые работники меняют жизнь Америки. М.: Издательский дом «Секрет фирмы», 2005. 228 с.](#)

Книга американского исследователя [Дэниела Пинка](#), в оригинале увидевшая свет в 2001 г., – настоящая ода свободному труду. Он утверждает, что на смену «человеку организации» индустриальной эпохи приходит независимый работник, который сам определяет, что, когда и где ему делать. По подсчетам Д. Пинка, «нация свободных агентов» насчитывает в США не менее 33 млн. человек, или четверть всех занятых,

включая 16,5 млн. фрилансеров (или «солистов», как их называет сам автор), 3,5 млн. временных работников и 13 млн. микропредпринимателей. Книга прекрасно структурирована: каждая из 19 глав посвящена отдельному аспекту жизни свободных агентов: трудовой этике, организации времени, трудностям и перспективам развития. Особый интерес представляет анализ формирования инфраструктуры, обслуживающей независимых работников, и их объединений. Эмпирическим материалом послужили многочисленные интервью автора с независимыми работниками и анкетные опросы на собственном сайте.

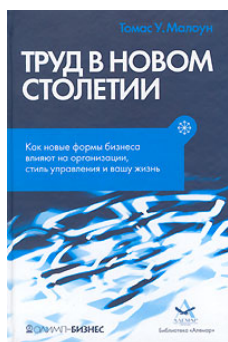
В целом картина будущего предстает в радужных тонах. Совсем ненадолго автор снимает розовые очки, описывая реалии трудовой жизни временных работников, которые фирмы нанимают через специальные агентства. Работе явно не хватает критичности. Тем не менее, чрезвычайно познавательная и увлекательная книга. Читается на одном дыхании.



[Как сбалансировать работу и личную жизнь. М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. 202 с.](#)

Книга представляет собой тематическую подборку статей разных лет (1980–1998) из авторитетного журнала [Harvard Business Review](#). На английском языке вышла в свет в 2000 г. «Work and Life Balance», как это выглядит в оригинале, – самостоятельная исследовательская область, которой в зарубежной науке посвящено немало работ. Данная подборка позволяет познакомиться с ней поближе. Круг рассматриваемых тем включает:

организацию дистанционной работы; создание альтернативных рабочих мест; вопросы совмещения работы и воспитания детей, в частности, смену ролевых моделей мужчин и женщин; проблемы переутомления и выбора другой карьеры. В статьях приводятся примеры успешной практики, анализируются ошибки, делаются практические рекомендации. Проблема баланса между работой и личной жизнью актуальна для любого человека. Формат сборника позволяет читать выборочно без риска потери общей логики.



Малоун Т.У. Труд в новом столетии. Как новые формы бизнеса влияют на организации, стиль управления и вашу жизнь. М.: Олимп-Бизнес, 2006. 272 с.

Самый свежий подарок российскому читателю. В США книга [Томаса Малоуна](#) вышла не многим ранее – в 2004 г. Вообще-то в оригинале она называется «Future of Work», однако у переводчиков на этот счет, видимо, были свои соображения. Так как мне довелось читать книгу в оригинале, у меня есть и другие вопросы к переводу, который я не могу оценить на «отлично».

В действительности тематика работы несколько шире заявленной и связана с разнообразными аспектами деятельности современных организаций, включая вопросы экономической демократии, этики и т.п. В основе авторской концепции изменений лежит идея о сокращении коммуникационных издержек, которые обуславливают те или иные формы организации. Стилизованное изложение экономической истории предусматривает последовательную смену следующих механизмов принятия решений: независимого, централизованного и децентрализованного. Особый интерес представляет анализ электронного фрилансинга (e-lance). Этот термин кстати был введен в науку именно Т. Малоуном в одной из более ранних статей. В целом весьма насыщенная работа по организационным изменениям с массой конкретных примеров, которой, однако, несколько не хватает глубины.

В заключение обратим внимание на фрагменты еще нескольких работ известных мыслителей, в которых рассматривается проблематика будущего труда:

Арендт Х. Vita Activa, или о деятельной жизни. СПб.: Алетейя, 2000. 448 с.

Книга немецкого философа Ханны Арендт впервые была опубликована еще в 1960-е гг. Проблематика этого глубокого социофилософского произведения значительно шире интересующей нас темы. При этом в ней содержится немало интересных идей относительно истории становления общества труда и его дальнейших перспектив. Х. Арендт не испытывает чрезмерного оптимизма относительно освобождающей миссии новых технологий, замечая: «вот оно, работающее общество, готовое освободиться от оков труда, но этому обществу едва уже только понаслышке известны те высшие и осмысленные деятельности, ради которых стоило бы освобождаться». Книга прежде всего полезна с точки зрения постановки проблем. Как и многие философские произведения, читается, мягко говоря, непросто. Так же трудно порекомендовать определенный фрагмент, так как интересующие нас идеи распределены по всему тексту. Лучше пролистать.

Дарендорф Р. Современный социальный конфликт. Очерки политики свободы. М.: РОССПЭН, 2002. С. 186–196.

Рекомендованный фрагмент называется «Без работы». В этом небольшом тексте сконцентрирован глубокий социологический анализ «общества труда» и его современного кризиса. Как говорится, чувствуется рука мастера. Критичный взгляд Р. Дарендорфа на современные тенденции, тем не менее, не означает идеализации прошлого. Напротив, его взгляд устремлен в будущее. Р. Дарендорф убежден, что социальная оценка и социальная защищенность не должны зависеть от профессионального статуса, и призывает в интересах свободы провозгласить право не работать: «...гражданскими правами не торгуют. По данной причине отделение гражданского статуса от профессии означает прогресс, и, как сильно хозяевам мира труда того ни хотелось, они не смогли бы повернуть этот процесс вспять».

Бауман З. Индивидуализированное общество. М.: Логос, 2002. Гл. 1. С. 21–38.

В отрывке «Возвышение и упадок труда» основное внимание сосредоточено на распаде устойчивой связи между трудом и капиталом, которая лежала в основе индустриального общества. З. Бауман пишет: «Избавившись от лишнего груза громоздкого оборудования и многочисленного персонала, капитал путешествует налегке, не более чем с ручной кладью: портфелем, портативным компьютером и сотовым телефоном. Это новое качество летучести сделало долгосрочные соглашения излишними и одновременно неразумными: они могут затруднять передвижения, тем самым сдерживая конкурентоспособность и ограничивая возможность повышения производительности». В целом пессимистический взгляд на будущее труда.

На этом, я думаю, необходимо остановиться. О книгах не стоит долго говорить, их нужно читать!

СТАКАН ПОХМЕЛЬНОГО КЕФИРА

(размышления над «Ящиком водки» А. Коха и И. Свиноаренко)

Барсукова Светлана Юрьевна

д. соц. н., доцент кафедры экономической социологии ГУ–ВШЭ

Email: svbars@mail.ru

Прочитала «Ящик водки». Понравилось. Тут все достойно внимания. Мужчины. Двое. Умные. Что уже немало для тех, кто понимает. Якобы под водочку обсуждают двадцать российских лет (1982–2002). Размышлять под их диалог – своего рода интеллектуальное удовольствие. Скажу больше: временами накатывал восторг. Но общего впечатления не испортил. Словом, в щенячьи радости типа «читаем запоем» я, слава Богу, не впала. Читала нормально. Обычно заваривала себе чаек – и вперед. Напиток, сами понимаете, сильно проигрывающий водке. Потому и мысли рождались не феерические. Не то, что у авторов, у которых временами все свиристело и произрастало так, что дух захватывало. Не скрою, зависть разбирала: всякую ерунду мелят, а свой кайф ловят. Мне как-то о бартере Крыма на Калининград и переселении китайцев в Чечню читалось кисло. Впрочем, это вечное чувство трезвого завистника.

Слава Богу, хоть стиль зависти не вызывал. Я про мат. Ну, раз им так доходчивее кажется. Может, кто и вправду иначе не поймет. Дело хозяйское. Хотя иногда казалось, что мат переходит в стилистическое излишество: ну хватит, все уже поверили, что вы ребята отвязные, можно уже и пореже сплевывать. Расслабьтесь. Нет, до конца продержались...

Те, кто высоко ценит свое время (не то, что я), могут пропустить первые полтора тома. И начинать с 1990 года («девятой бутылки»). Это когда Кох уже во власти был. Или уже вне ее. Слово «уже» здесь ключевое, потому что человек, там побывавший, знает много, а говорит мало. Что резко отличает его от всех остальных. Бутылки, потраченные на годы, предшествующие хождению Коха во власть, по мне, так и сэкономить можно было. Впереди еще довольно любопытные годы. Хотелось бы до 2008 дотянуть. Чего зря деньги тратить.

На нашей кухне и не такие тонкие рефлексии о Перестройке звучали. А уж предположения «за бабки или по любви» СССР развалили – под водочку это непременно. Кому повезло меньше (или больше?), и круг общения беспощадно обделен влюбленными в политику профанами, читайте на здоровье первые тома. Может, что-то новое для себя откроете. Мне не удалось. Нормальный разговор умных и даже очень умных мужиков. Якобы (по легенде) нетрезвых. К моему опыту это ничего не добавило. И совсем другое дело Кох, побывавший во власти. Это уже человек с уникальным опытом. Здесь даже реплики интересны, а комментарии заменяют вагоны книжек про то, как устроена российская власть. Я не говорю про художественные достоинства этих комментариев. Тут шутки неуместны – это действительно здорово.

И второе напутствие желающему сэкономить время. Я лично им к концу читыва овладела. Простите за бестактность, но ведь из лучших побуждений... Пропускайте Свиноаренко. Это опять очень индивидуально. Может, кого и порадует. Меня узнаваемость образа быстро стала утомлять. Хороший человек, даже очень хороший. Неглупый. Бывалый. Ненавидит коммунистов. Всегда в оппозиции. При любой власти. Бей жлобов – спасай Россию. Походные байки травит. В перерывах – про женщин. Как это мило. Но как этого много. И в книге, и в жизни. Кохов в моей жизни не было. Новизна оглушительная. Авторский тандем сродни советской торговле: хочешь вкусенького, так и килечку прихвати.

Кох за двадцать лет прошел путь от ночного дворника до рядового российского миллионера (фирма по недружественному поглощению), побывав и мэром, и вице-премьером, и

подследственным. Просто и со вкусом выполненная биография. Как говорили старшие товарищи на пионерских сборах: «Время такое нам выпало». Об этом времени и книга.

Я немногим младше. Вроде бы старт один – аспирантура, защита, НИИ. Нас с ребенком трое в общежитской семиметровке. Швабра уборщицы как аналог коховской метлы. Короче, блестящий старт. Блестит, аж глаз режет. 20 лет упорных попыток притушить этот блеск. И вот он уже ностальгически мерцает, и как-то даже пикантно под водочку объяснить отличие простого дворника от ночного. От метлы до восьми унитазов на даче – чем не символ социальной мобильности? Недосчитавшись унитазов в своей квартире (дались они мне, даже неудобно как-то), жадно припала к книге. Чего ж я вице-премьером не стала? Или на худой конец мэром? И поглощать я очень даже согласна. В смысле недружественно.

Кох просто красавец! Так доходчиво мне еще никто не объяснял. То про недостаточное упорство, то про гендерные стереотипы начинают... А ларчик просто открывался. Мишка Дмитриев позвонил и в мэры позвал. Потом Чубайс. И уже не в мэры. Оно и понятно, кто ж Дмитриева с Чубайсом сравнивает. Короче, не зря вместе по молодости время коротали. Тусили, как говорит мой сын. Так всей тусовкой во власть и пошли. Чтоб не скучно было. Ни им, ни нам. Понятно, что в основе лежал не бытовой алкоголизм, а тяга к переустройству мира (хоть и близко, но не путать). Поэтому и собирались не просто так, а по поводу. Отбирались самые-самые. Между прочим, и это без шуток, при коммунистах не каждый отважится, задрав штаны, на либеральные сходки бегать. Так и сформировалась команда «младореформаторов». У меня нет сомнений в том, что только так и правильно. Можно подумать, что Петр I Меншикова на конкурсной основе рекрутировал. Или Грозный Скуратова по резюме отбирал. Великое дело – социальные сети. Как батут подкидывают. А конкурсные отборы – это на уровне менеджеров по торговле памперсами. Есть великое слово «свои», и оно переживет всех, кто вещает про профессионализм, плюрализм и прочие «измы». Не понятно только, чего Кох, так доходчиво мне это объяснивший, не любит, как бы это помягче выразиться, принципы кадровой политики Путина. Те же они. Родимые.

В стране, где на эстраду выходит Стас Пьеха, в политику должна прийти Маша Гайдар. По законам жанра. Потому что жанр у них один. А политик у нас в стране в единственном числе. И имя его все знают.

В общем с непопаданием во власть я разобралась и успокоилась. Не с теми пила и власть кляла. А так бы топтала сейчас Галапагоссы... Не привелось. Нормально. Забрехала надежда, что также доходчиво мне про врата бизнеса объяснят. И опять Кох красавец! Ни гу-гу. При этом все ходы записаны: ушел в бизнес, задолжал, отдал. Это в анонсах глав. Содержание же не подхватывает эту тему. Совсем. Подробности, видимо, из скромности опущены. И то верно. Ну, кому интересно, как отдается долг в 20 миллионов долларов. Широким народным массам это знание категорически ни к чему. Зачем голову забивать? Такой кредит грозит лишь тем, кого связывает с кредитором крепкая мужская дружба. Как Коха, например. Кредит без всяких гарантий, под честное слово. Кох долг вернул. Жить-то хочется. «Работали как лошади – и вернули». Хорошее объяснение, а главное информативное. Нет, все-таки гуманисты авторы. Книга носит заботливый прикладной характер. Как отрабатываются такие долги, я не узнала, зато краткий курс по самогоноварению прошла.

Кох все-таки молодец! Я искренне восхищена. Молчит достойно. Как-то поднадоели рвущие душу байки про первый заработанный миллион. Исключительно на ниве ударничества. Где бы ниву такую найти. И ударить по ней. А еще модно про любовь к прогрессу. Все накручивали гайку на винтик, а я придумал винтик в гайку вворачивать. Так и заработал первый рубль. С шестью нулями. Короче, про винтики коховских миллионов мы не узнали. И слава Богу. Есть в этой недосказанности что-то порядочное.

Мелькнула, правда, крамольная мысль, что у предпринимательского успеха Коха ноги из прежних должностей растут. Что ходка во власть не прошла бесследно. Что борзые щенки у

нас разве что мяукать не умеют. Но я ее гоню. Сказано же, везде практически задаром трудился. А я такая. Как научилась в пионерии старшим верить, особенно когда они про приход коммунизма говорили, так с тех пор и верю. Как Коху.

Особенно понравилось про Гуся и Березу. Согласитесь, есть в этом что-то возбуждающее: погонялами олигархов величать. Какая прелесть! Столько подробностей я даже про своих соседей не знаю. Мы-то по недомыслию думали, что были при Ельцине Дума, кабинет министров, партии. Общество, в конце концов. Ничего, что я о нем вспомнила? Никого не оскорбила? Оно ведь у нас, пардон, негражданское. Группы интересов мерещились. Борьба между ними. Миражи, одним словом. Выяснилось, что были лишь два еврея. Все остальное эластично преобразовывалось под их желания. И дергали они за ниточки истории то от души, то от живота. Смешные обществоведы искали закономерности в конвульсивных подергиваниях куклы. Как вам такое видение? Можно, конечно, спорить. Но с кем? С человеком, который кукловодов видел за работой? Это как спорить о вкусе устриц с теми, кто их ел.

Сюжет про НТВ дорогого стоит. Интересно, как сейчас себя чувствуют люди, которые под песни Окуджавы («возьмемся за руки, друзья!..») держали свечи в стаканах, борясь за свободу слова. При условии, что они читали Коха. Думаю, что конфузливо. Он как всегда все опошил. И горящие глаза, и надрыв в голосе, и лидеров демократии на трибуне. Тем, казалось бы, уже ничем не навредить. Нет, есть еще резервы. В изложении Коха история с НТВ никак не тянет на героический эпос. Скорее, дешевый водевиль: свара олигархов, баня с участием министра, юрист с дипломом врача... И поверх всего этого раскрасневшийся в праведном гневе Киселев, припавшие к экранам соотечественники, возмущенное мировое сообщество. Этот жанровый диссонанс оскорбляет мое эстетическое чувство.

Вообще книга оставляет впечатление, что единственный способ не остаться в дураках – держаться подальше от массовых шашаев. Подальше от митингов, чтобы потом не было мучительно больно. От выборов. От партий. От всего героического и эпохального, что при ближайшем рассмотрении оказывается национальным лохотроном, где роли расписаны заранее, где все просчитано в режиме «стимул – реакция». Аполитичность как брезгливость к жульничеству. Аполитичность как аристократизм кулаков. Ничего подобного авторы не говорят. Может быть, и не думают. А я думаю. Теперь.

Дни нынешние судятся авторами строго. Не нравится им приход к власти чекистов. Решительно не нравится. Только власти не страшно. Поэтому и выходит книга таким тиражом (суммарно – 40 тыс. экземпляров). Еще скажите, что это исключительно благодаря коммерческому успеху издания. Что ж это за чекисты такие, если коммерсанта политической грамотности не обучили. Не в коммерции дело. Книга при всем обличительном пафосе укрепляет систему. Самые тупые легко примут издание «такого» за признак свободы слова. А это уже часть электората. Простите, общества. Другая часть, вникнув в технологию переизбрания Ельцина, возложит цветы к ногам Вешнякова. Третьи, рассмотрев вблизи персоналии, ставшие эмблемой 1990-х, сильно усомнятся в неказистости чеканных профилей питерской гвардии. А четвертые и пятые за компанию присмиреют. Фарш-то назад все равно не проворачивается... К тому же к пьяным у нас всегда добродушно-снисходительное отношение. Им многое можно. Можно, например, произносить слова про необходимость слома системы силами гражданского общества. Отчего ж не произнести? Тем более, что вся книга про отсутствие даже намека на него. Можно со всей большевистской прямоотой сказать, что думаешь о некоторых. А о некоторых не сказать. Можно даже нарядиться в анархиста. У каждой страны свои карнавалы.

Нравится мне эта книга. Это честно. Отвратительного в ней много. Босаяцкая удадь, погоня за эпатажем, подчеркнутый цинизм, воинствующий дилетантизм. Но есть в ней то, что все перевешивает и не отпускает. Книга отрезвляет. Как ни пили авторы, а послевкусие от прочтения – сплошной кефир. Похмельный. Не самый радостный напиток. Зато полезный.

Исследовательские проекты

ПРАКТИКИ ХОЗЯЙСТВЕННОЙ КОНКУРЕНЦИИ НА РЫНКАХ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

Межрегиональный исследовательский проект

Руководитель проекта: З.В. Котельникова, аспирант кафедры экономической социологии, сотрудник Лаборатории экономической социологии ГУ–ВШЭ.

Руководители региональных групп: Н.П. Рыжова, к.э.н., старший преподаватель Амурского государственного университета (Благовещенск); Е.С. Фидря, аспирант Северного международного университета (Магадан), К.Д. Титаев, аспирант Европейского университета в Санкт-Петербурге (Иркутск).

Сроки реализации проекта: февраль – декабрь 2006 г.

Финансирование: Образовательно-исследовательский центр «Con-text» (Томск) в рамках проекта «Научное сообщество» (2005–2007 гг.) при финансовой поддержке Фонда Форда.



Проект осуществляется силами молодых преподавателей, аспирантов и студентов четырех городов: Благовещенск, Иркутск, Магадан, Москва. Всего участвует 11 человек.

Помимо сугубо исследовательской задачи, проект нацелен на обучение молодых специалистов профессиональной деятельности, а также формирование межрегиональных исследовательских связей.

Программа исследования

В современной России наблюдается постоянный рост доли торговли в структуре национальной экономики и ее положительное влияние на общеэкономическую ситуацию в целом. Несмотря на благоприятное развитие розничной торговли уровень конкуренции на рынках потребительских товаров, по мнению большинства экспертов, остается умеренным, на протяжении 2000-х гг. он менялся незначительно.

Тем не менее при обработке данных Госкомстата РФ¹ мы обнаружили, что в розничной торговле происходит увеличение доли предприятий, которые считают конкуренцию со стороны других организаций значимым фактором, ограничивающим их деятельность: в I квартале 2003 г. этот показатель составил 51%, а в I квартале 2005 г. – 66%. Интересно, что ни один другой показатель (недостаточный платежный спрос, недостаток финансовых средств, сложности получения кредита, высокий уровень налогов и др.) не демонстрирует возрастающую динамику.

Возникает вопрос: почему все больше предприятий розничной торговли ощущают влияние конкуренции со стороны других организаций, когда по объективным оценкам уровень конкуренции на рынках потребительских товаров остается относительно неизменным? Мы

¹ Обследование деловой конъюнктуры в розничной торговле за 2000–2005 гг. Госкомстат РФ.

полагаем, что ответ на этот вопрос может дать изучение практик конкурентного поведения предприятий розничной торговли и их вариации в последнее время.

Эксперты сходятся во мнении, что за 2000-е гг. рынок потребительских товаров претерпел существенные структурные и институциональные изменения². Последние, как правило, подразумевают трансформацию организационных форматов предприятий и практик ведения бизнеса.

В настоящее время конкурентная политика большинства организаций розничной торговли не связана с ценовой конкуренцией, неценовой конкуренцией за потребителя или процессами слияния и поглощения. Эти формы конкурентной борьбы определенно присутствуют, но играют значимую роль лишь в отдельных сегментах рынка. В целом же в розничной торговле конкуренция ведется по поводу: создания новых форматов организации торговли; увеличения контроля над процессом движения товаров со стороны предприятий розничной торговли; изменения схем взаимодействия фирм-конкурентов и ожидаемого повышения уровня конкуренции.

Цель исследования состоит в том, чтобы представить типологию практик конкурентного поведения предприятий розничной торговли и обозначить тенденции их трансформации на рынках потребительских товаров в современной России.

Методология исследования. Теоретическим основанием являются новый институциональный подход (Н. Флигстин), культурный подход (М. Аболафия, П. Димаджио), сетевой подход (М. Грановеттер) в новой экономической социологии.

Под *конкуренцией* мы понимаем «социально укорененное экономическое действие, институционально оформленное и культурно обусловленное, подразумевающее межфирменную борьбу за возможности установления контроля над рынком»³. Общая исследовательская логика проекта схематично представлена на рис. 1.

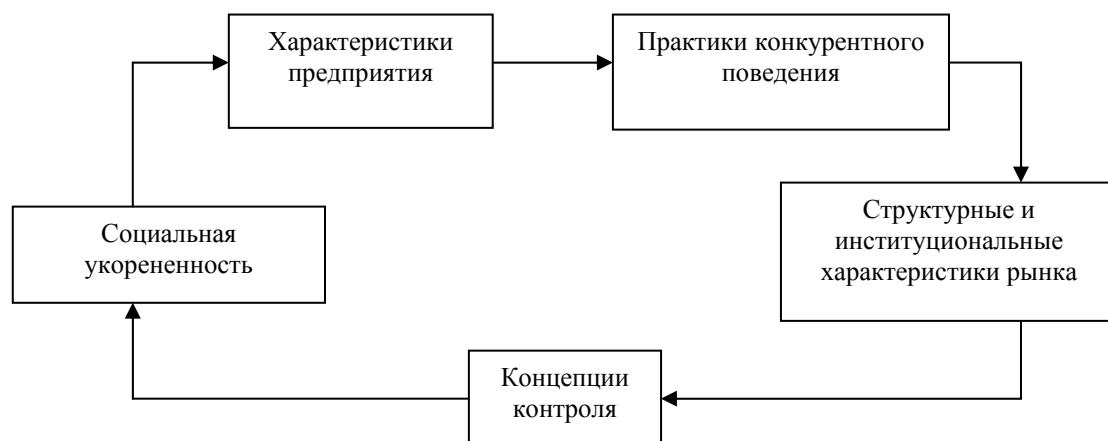
В рамках проекта разрабатываются следующие **тематические блоки**:

- локальные культуры и правила, регулирующие конкурентное поведение на рынках потребительских товаров;
- используемые предприятиями способы установления контроля над рынком;
- способы интеграции и выстраивания отношений между конкурентами;
- деловые стратегии развития предприятий.

² См., например: Радаев В.В. Динамика деловых стратегий российских розничных компаний под воздействием глобальных торговых сетей // Российский журнал менеджмента. 2005. Т. 3. № 3. С. 3–26; Радаев В.В. Захват российских территорий: деловые стратегии розничных компаний в 2000-е гг. Препринт WP4/2005/03. М.: ГУ–ВШЭ, 2005. <http://ecsoclab.hse.ru>; Разработка концепции нормативно-правового регулирования внутренней торговли Российской Федерации / Рук. иссл. группы А.В. Орлов. По заказу МЭРТ РФ. 2005; Современное состояние потребительского рынка России / Официальный документ Комитета ТПП РФ по развитию потребительского рынка (по состоянию на 01.01.05 г.). <http://www.tpprf.ru/ru/main/committee/komtorg/analitm/doclad/>

³ Abolafia M.Y., Biggart N.W. Competition and Markets: An Institutional Perspective // Socio-Economics: Toward a New Synthesis / Ed. by A. Etzioni, P.R. Lawrence. Armonk; L.: M.E. Sharpe, 1991. P. 211.

Рис. 1. Общая исследовательская логика проекта



Описание эмпирического объекта

Эмпирическим объектом исследования являются предприятия розничной торговли современной России, в том числе:

- по товарной специализации – предприятия продовольственного рынка и рынка бытовой техники (исключаются компьютерные фирмы и предприятия, торгующие сотовыми телефонами);
- по организационному формату – розничные сети, независимые магазины, открытые рынки и киоски.

Соответственно в каждом регионе рассматриваются две товарные отрасли: продовольственный рынок и рынок бытовой техники; на каждом рынке отбираются предприятия, представляющие четыре названных организационных формата (по два предприятия для каждого формата). Единицей обследования является топ-менеджер или собственник предприятия. Предполагаемое количество единиц выборочной совокупности в каждом регионе составляет 16.

Географически объект ограничен четырьмя кейсами: Иркутск, Благовещенск, Москва, Магадан, что объясняется следующими причинами.

1. Данные города представляют рынки, развитие которых обусловлено разными факторами. Московский рынок – наиболее насыщенный и устоявшийся, задающий тон общему развитию розничной торговли России; иркутский рынок – это рынок «пересечения товарных потоков», поскольку город является одним из крупнейших транспортных узлов России; на благовещенский рынок сильно влияет приграничное положение города; магаданский рынок – чистый представитель локальных рынков. Таким образом мы сможем с большой вероятностью выделить общие черты российской ситуации, исключив фактор региональной специфики.
2. Данные города представляют рынки, где экономическая власть принадлежит игрокам разных организационных типов. Московские розничные сети ориентированы преимущественно на борьбу с западными сетями. В Иркутске ведется борьба между столичными и местными сетями. В Благовещенске и Магадане, где столичных сетей нет, идет процесс формирования локальных сетей, причем наиболее активно внедряются новые форматы магазинов (супермаркеты, торговые центры). Таким образом мы сможем выделить особенности и различия в развитии розничной торговли в России и формировании конкурентных практик предприятий.

Методы исследования: структурированное глубинное интервью и анализ документов (вторичная обработка статистических данных и аналитических отчетов). Предполагается, что интервью строится на общих тематических блоках, конкретный состав которых варьируется в зависимости от региона. Выбор методов объясняется ориентацией на описание практик и построение теоретической типологии.

Эмпирическая база данных проекта формируется из трех источников.

⇒ Данные Госкомстата РФ:

- обследование деловой конъюнктуры предприятий розничной торговли (2000–2005 гг.);
- обследование наличия сети в розничной и оптовой торговле (2004 г.).

⇒ Данные структурированного глубинного интервью с руководителями / собственниками предприятий.

⇒ Другие доступные материалы: эмпирические данные, отчеты, официальные документы, интервью, экспертные оценки и т.д.

Ожидаемые результаты

1. Сборник работ участников проекта «Практики хозяйственной конкуренции в розничной торговле современной России».
2. Построение исследовательской межрегиональной сети и отработка формата рабочего взаимодействия с учетом преодоления территориальных ограничений.

Способ организации работы исследовательских коллективов

Одна из сложностей работы межрегионального коллектива является организация взаимодействия территориально удаленных исследовательских команд. В данном проекте мы решили ее путем создания закрытого исследовательского сайта, структура которого включает:

- библиотеку по теме исследования;
- банк эмпирических данных;
- форум (в том числе приглашаются внешние эксперты);
- новостную ленту;
- документы и тексты участников проекта.

Работа через сайт имеет очевидные преимущества: свободный доступ для всех участников к ресурсам проекта, открытая коммуникация, взаимная экспертиза и т.д. Например, закрытый исследовательский сайт позволяет разместить необходимую литературу по изучаемой теме и устранить проблемы, которые возникают в силу того, что не все вузы могут позволить себе сформировать достойный библиотечный фонд или оплатить право пользования зарубежными и отечественными электронными библиотеками (JSTOR, EBSCO, ProQuest и др.⁴).

⁴ Многие студенты, преподаватели и исследователи даже не знают о существовании таких ресурсов: по результатам опроса, проведенного в апреле 2006 г. Федеральным образовательным порталом «Экономика. Социология. Менеджмент», 50,3% ответивших не знают, что это такое; 31,9% знают о ресурсах, но не имеют к ним доступа (общее число ответивших – 2791 человек). Подробнее см.:

http://ecsocman.edu.ru/db/poll_results.html?pub_id=273521

Учебные программы

СОВРЕМЕННЫЙ СТРАТИФИКАЦИОННЫЙ АНАЛИЗ

Государственный университет – Высшая школа экономики
Московская Высшая школа социальных и экономических наук

Радаев Вадим Валерьевич

Курс читается в рамках совместной магистерской программы «Комплексный социальный анализ» в качестве обязательного курса (первый год обучения).

Продолжительность курса: 43 аудиторных часа (14 недель), в том числе: 30 часов лекций и 13 часов семинарских занятий.

Цель курса – дать систематизированное представление об основных понятиях и направлениях современной стратификационной теории; представить набор стратификационных инструментов для эмпирического анализа российского общества.

БАЗОВОЕ УЧЕБНОЕ ПОСОБИЕ:

Радаев В.В., Шкаратан О.И. Социальная стратификация. 2-е изд. М.: Аспект Пресс, 1996.
(или: 1-е изд.: М.: Наука, 1995).

Тема 1. Исходные понятия социальной стратификации

Социальная структура и социальная стратификация. Номинальные и реальные группы. Критерии стратификации: социальные, экономические, политические, профессиональные. Взаимосвязь структуры, сознания и действия как основная проблема классового анализа. «Объективная» и «субъективная» стратификация. Декомпозиция статусов и социальная маргинальность. Исследование как стратифицирующая деятельность.

Понятие стратификационной системы. Основные типы систем: физико-генетическая, религиозно-этническая, корпоративно-сословная, социально-профессиональная, классовая, этакратическая, культурно-нормативная, культурно-символическая, пространственная. Общество как комбинация стратификационных систем (на примере России).

Основная литература

Вебер М. Класс, статус и партия // Социальная стратификация / Отв. ред. С.А. Белановский. Вып. 1. М., 1992. С. 19–38 (или: *Weber M.* Economy and Society. Vol. 2. P. 926–940; *Giddens A., Held D.* (eds.). Classes, Power, and Conflict: Classical and Contemporary Debates. L.: Macmillan, 1982. P. 60–73.

Дэвис К. Концептуальный анализ стратификации // Социальная стратификация / Отв. ред. С.А. Белановский. Вып. 1. М., 1992. С. 139–159.

Ленски Г. Статусная кристаллизация: непертикальное измерение социального статуса // Социологический журнал. 2003. № 4. С. 126–140.

Радаев В.В. Экономическая социология: Учеб. пособие. М.: ГУ–ВШЭ, 2005. Гл. 20. С. 392–408.

Радаев В.В., Шкаратан О.И. Социальная стратификация. М.: Аспект Пресс, 1996. Гл. 3. С. 49–58 (или: М.: Наука, 1995. С. 44–51). http://www.ecsoc.ru/books_description_ru.php

Дополнительная литература

Богомолова Т.Ю., Саблина С.Г. Статусная рассогласованность как аспект социальной стратификации: презентация классической концепции // Рубеж. 1999. № 10–11. С. 58–65. <http://ecsocman.edu.ru/rubezh>.

Вахитайн В.С. Резидентность как фактор социальной стратификации // Экономическая социология. 2002. Т. 4. № 3. С. 120–135. <http://www.ecsoc.msses.ru/Newcomer.php>.

Вебер М. Основные понятия стратификации // Социологические исследования. 1994. № 5. С. 147–156. <http://ecsocman.edu.ru/socis>

Гидденс А. Социология. М.: Эдиториал УРСС, 1999. С. 196–232.

Ильин В.И. Социальное неравенство. М.: Институт социологии РАН, 2000. Ч. 2 и 3.

Радаев В.В., Шкаратан О.И. Социальная стратификация. М.: Аспект Пресс, 1996. Введение, гл. 2. http://www.ecsoc.ru/books_description_ru.php.

Marshall G. Repositioning Class: Social Inequality in Industrial Societies. L.: Sage, 1997. P. 1–13.

Runciman W.G. Towards a Theory of Social Stratification // The Social Analysis of Class Structure / Ed. by F. Parkin. L.: Tavistock Publications, 1974. P. 55–68.

Turner B.S. Status. Buckingham: Open University Press, 1990. Ch. 1. P. 1–16.

Waters M. Succession in the Stratification System // Conflicts about Class: Debating Inequality in Late Industrialism / Ed. by D. Lee, B. Turner. L.: Longman, 1996. P. 71–83.

Тема 2. Социальная мобильность

Понятие социальной мобильности, ее основные виды и формы. Социальная мобильность и открытость общества. Исторические тенденции социальной мобильности (П. Сорокин). Американские исследования социальной мобильности (Р. Бендикс, С. Липсет, О. Данкен, Р. Хаузер). Британские исследования социальной мобильности (Д. Гласс, Дж. Голдторп, Э. Хит). Характер социальной мобильности в современной России.

Основная литература

Радаев В.В., Шкаратан О.И. Социальная стратификация. М.: Аспект Пресс, 1996. Гл. 8. С. 184–199 (или: М.: Наука, 1995. Гл. 8). http://www.ecsoc.ru/books_description_ru.php

Сорокин П. Социальная стратификация и мобильность / Человек, цивилизация, общество. М.: Политиздат, 1992. С. 373–424.

Erikson R., Goldthorpe J.H. The Constant Flux. Oxford: Clarendon Press, 1992. P. 1–27.

Lipset S.M., Bendix R., Zetterberg H. Social Mobility in Industrial Society // Social Stratification: Class, Race, and Gender in Sociological Perspective / Ed. by D. Grusky. Boulder: Westview Press, 1994. P. 250–259.

Дополнительная литература

Берто Д., Берто-Вьям И. Наследство и род: трансляция и социальная мобильность // Вопросы социологии. 1992. Т. 1. С. 106–122.

Богомолова Т.Ю., Тапилина В.С., Ростовцев П.С. Влияние мобильности населения по доходам на изменение неравенства // Экономическая социология. 2002. Т. 3. № 1. С. 72–86. <http://www.ecsoc.msses.ru>

Blau P.M., Duncan O.D. The American Occupational Structure. N.Y.: Wiley, 1967. Ch. 5. P. 163–205 (или: Social Stratification: Class, Race, and Gender in Sociological Perspective / Ed. by D. Grusky. Boulder: Westview Press, 1994. P. 317–329).

Goldthorpe J.H. Social Mobility and Class Structure in Modern Britain. Oxford: Clarendon Press, 1980. Ch. 1–2, 9.

Heath A. Social Mobility. Glasgow: William Collin Sons, 1981. Ch. 1–2. P. 3–77.

Marshall G. Repositioning Class: Social Inequality in Industrial Societies. L.: Sage, 1997. P. 1–13.

Stewart A., Prandy K., Blackburn R.M. Social Stratification and Occupations. L.: Macmillan, 1980.

Тема 3. Неомарксистский анализ

Исходные положения марксовой теории классов. Многоликость неомарксизма. От теории собственности к теории трудового процесса. Концепция деквалификации и новая классовая структура. Марксистский структурализм: отказ от экономического детерминизма и примат классовой борьбы. Исторический марксизм: класс как отношение. Аналитический марксизм и проблемы эксплуатации. Советский и постсоветский марксизм: классовый и стратификационный анализ.

Основная литература

Радаев В.В., Шкаратан О.И. Социальная стратификация. М.: Аспект Пресс, 1996. Гл. 5. С. 105–121 (или: М.: Наука, 1995. Гл. 5. С. 81–94). http://www.ecsoc.ru/books_description_ru.php

Райт Э.О. Марксистские концепции классовой структуры // Рубеж. 2000. № 15. С. 35–84. <http://ecsocman.edu.ru>

Дополнительная литература

Маркс К., Энгельс Ф. Манифест Коммунистической партии. Соч. 2-е изд. Т. 4. С. 424–436.

Монсон П. Марксизм // Современная западная социология: теории, традиции, перспективы / Под ред. П. Монсона. СПб.: Нотабене, 1992. С. 109–156.

Braverman H. Labor and Monopoly Capital: The Degradation of Work in the Twentieth Century. N.Y.: Monthly Review Press, 1974.

Gorz A. Farewell to the Working Class: An Essay on Post-Industrial Socialism. L.: Pluto Press, 1982. P. 1–21.

Poulantzas N. On Social Classes // Classes, Power, and Conflict: Classical and Contemporary Debates / Ed. by A. Giddens, D. Held. L.: Macmillan, 1992. P. 101–111.

Scase R. Class. Buckingham: Open University Press, 1994.

Thompson E.P. The Poverty of Theory and Other Essays. L.: Merlin Press, 1978. P. 35–91.

Van Parijs P. A Revolution in Class Theory // The Debate on Classes / Ed. by E.O. Wright. P. 213–242.

Wright E.O. (ed.). The Debate on Classes. L.: Verso, 1990. P. 3–43.

Yanowitch M. Social and Economic Inequality In the Soviet Union: Six Studies. N.Y.: White Plains; M.E. Sharpe, 1977. P. 3–11 (перевод см.: *Радаев В.В., Шкаратан О.И.* Социальная стратификация. М.: Аспект Пресс, 1995. С. 182–190).

Тема 4. Функционалистский анализ

Основные принципы функционализма. Первые исследования статусных позиций (У. Уорнер и др.). Развитая система категорий социальной стратификации (К. Дэвис, У. Мур, Т. Парсонс и др.). Ценностно-нормативное единство общества и шкалы социального престижа. Ограничения функционализма. Советский марксизм и скрытый функционализм.

Основная литература

Дэвис К., Мур У. Некоторые принципы стратификации // Социальная стратификация / Отв. ред. С.А. Белановский. Вып. 1. М., 1992. С. 160–177 (или: *Bendix R., Lipset S.M.* (eds.). Class, Status, and Power: Social Stratification in Comparative Perspective. 2nd ed. N.Y.: Free Press, 1966. P. 47–53).

Парсонс Т. Аналитический подход к теории социальной стратификации // Социальная стратификация / Отв. ред. С.А. Белановский. Вып. 1. М., 1992. С. 114–137; или: *Парсонс Т.* О структуре социального действия. М.: Академический проект, 2000. С. 354–380.

Радаев В.В., Шкаратан О.И. Социальная стратификация. М.: Аспект Пресс, 1996. С. 93–97 (или: М.: Наука, 1995. С. 26–28, 75–80). http://www.ecsoc.ru/books_description_ru.php

Warner W.L. et al. Social Class in America // Social Stratification: Class, Race, and Gender in Sociological Perspective / Ed. by D. Grusky. Boulder: Westview Press, 1994. P. 190–196.

Дополнительная литература

Весоловски В. Некоторые замечания относительно функциональной теории стратификации // Социальная стратификация / Отв. ред. С.А. Белановский. Вып. 1. М., 1992. С. 207–221 (на англ. см.: *Bendix R., Lipset S.M.* (eds.). Class, Status, and Power. P. 64–69).

Дэвис К. Концептуальный анализ стратификации // Социальная стратификация / Отв. ред. С.А. Белановский. Вып. 1. М., 1992. С. 139–159.

Заславская Т.И., Рывкина Р.В. Социология экономической жизни. Новосибирск: Наука, 1991. Разд. 3.

Парсонс Т. Новый аналитический подход к теории социальной стратификации // Парсонс Т. О структуре социального действия. М.: Академический проект, 2000. С. 563–637.

Радаев В.В. Экономическая социология: Учеб. пособие. М.: ГУ–ВШЭ, 2005. Гл. 21. С. 415–418.

Уорнер Л. Социальный класс и социальная структура // Рубеж. 1999. № 10–11. С. 42–57. <http://ecsocman.edu.ru/rubezh>

Тема 5. Неовеберинский анализ

Исходные положения веберовской стратификационной теории. Социальное действие и классовая структуризация. Власть как основа стратификационных критериев. Множественность оснований стратификационного деления. Класс как рыночная позиция. Понятие статусной группы. Партия и мобилизация коллективного действия. Неовеберинские эмпирические исследования. Неовеберинский анализ в России.

Основная литература

- Радаев В.В., Шкаратан О.И.* Социальная стратификация. М.: Аспект Пресс, 1996. Гл. 5. С. 121–139 (или: М.: Наука, 1995. Гл. 5. С. 94–109). http://www.ecsoc.ru/books_description_ru.php
- Dahrendorf R.* Class and Class Conflict in Industrial Society // Social Stratification: Class, Race, and Gender in Sociological Perspective / Ed. by D. Grusky. Boulder: Westview Press, 1994. P. 82–93.
- Goldthorpe J., Marshall G.* The Promising Future of Class Analysis // Repositioning Class: Social Inequality in Industrial Societies / Ed. by G. Marshall. L.: Sage, 1997. P. 49–64 (или в работе: Conflicts about Class: Debating Inequality in Late Industrialism / Ed. by D. Lee, B. Turner. L.: Longman, 1996. P. 98–109).
- Parkin F.* Marxism and Class Theory: A Bourgeois Critique. L.: Tavistock Publications, 1979. P. 44–73 (или в работе: Social Stratification: Class, Race, and Gender in Sociological Perspective / Ed. by F. Grusky. Boulder: Westview Press, 1994. P. 141–154).

Дополнительная литература

- Радаев В.В.* Стратификационный анализ постсоветской России: неовеберинский подход // Способы адаптации населения к новой социально-экономической ситуации в России / Отв. ред. И.А. Бутенко. Вып. XI. М.: Московский общественный научный фонд, 1999. С. 46–59. <http://www.ecsocman.edu.ru/db/msg/277772.html>
- Bechhofer F., Elliot B.* (eds.). The Petite Bourgeoisie: Comparative Studies of the Uneasy Stratum. L.: Macmillan, 1981. P. 38–70, 182–200.
- Giddens A.* The Class Structure of Advanced Societies // Social Stratification: Class, Race, and Gender in Sociological Perspective / Ed. by F. Grusky. Boulder: Westview Press, 1994. P. 131–140.
- Giddens A.* Power, the Dialectic of Control and Class Structuration // Social Class and the Division of Labour / Ed. by A. Giddens, G. Mackenzie. Cambridge: Cambridge University Press, 1982. P. 29–45.
- Holton R.* Has Class Analysis a Future? // Conflicts about Class: Debating Inequality in Late Industrialism / Ed. by D. Lee, B. Turner. L.: Longman, 1996. P. 37–40.
- Lockwood D.* The Blackcoated Worker: A Study in Class Consciousness. L.: Allen and Unwin, 1958. P. 201–213.
- Parkin F.* Max Weber. L.: Routledge, 1993. P. 90–108.
- Runciman W.G.* How Many Classes Are There in Contemporary British Society? // Sociology. 1990. Vol. 24. No. 3 (August). P. 377–396.

Тема 6. Новые подходы к социальной стратификации

Современные сдвиги в социально-профессиональной структуре населения. Сегментация рынка труда как форма стратификации. Класс и гражданство. Активная роль государства в формировании социальной структуры. Стратификация и потребительские классы. Стратификация и гендерные отношения. Стратификация и расово-этнические отношения. Постструктурализм и классовая борьба (новая французская социология).

Основная литература

- Радаев В.В., Шкаратан О.И.* Социальная стратификация. М.: Аспект Пресс, 1996. Гл. 6. С. 139–165 (или: М.: Наука, 1995. Гл. 6). http://www.ecsoc.ru/books_description_ru.php
- Esping-Andersen G.* The Three Worlds of Welfare Capitalism. Cambridge: Polity Press, 1990. P. 9–34.
- Sarre P.* Race and the Class Structure // Changing Social Structure / Ed. by C. Hamnett et al. L.: Sage, 1989. P. 125–132.
- McDowell L.* Gender Divisions // Changing Social Structure / Ed. by C. Hamnett et al. L.: Sage, 1989. P. 159–169.
- Hamnett C.* Consumption and Class in Contemporary Britain // Changing Social Structure / Ed. by C. Hamnett et al. L.: Sage, 1989. P. 200–215.

Дополнительная литература

- Бурдые П.* Социальное пространство и генезис «классов» // Вопросы социологии. 1992. Т. 1. С. 17–36 (или: *Бурдые П.* Социология политики. М.: SocioLogos, 1993. С. 55–97).
- Бурдые П.* Структура, габитус, практика // Журнал социологии и социальной антропологии. 1998. Т. 1. № 2. С. 44–59. <http://ecsocman.edu.ru/jssa>
- Бурдые П.* Различение (фрагменты книги) // Западная экономическая социология: Хрестоматия современной классики / Сост. и науч. ред. В.В. Радаев; пер. М.С. Добряковой и др. М.: РОССПЭН, 2004.
- Barbalet J.M.* Citizenship: Rights, Struggle and Class Inequality. L.: Open University Press, 1988.
- Crompton R.* Class and Stratification: An Introduction to Current Debates. Cambridge: Polity Press, 1993.
- Marshall G.* Repositioning Class: Social Inequality in Industrial Societies. L.: Sage, 1997. P. 1–30.
- Miles R.* Racism and Class Structure: Migrant Labour in Contemporary Capitalism // Divided Nation / Ed. by L. McDowell et al. L.: Hodder & Stoughton, 1989. P. 93–110.
- Saunders P.* A Nation of Home Owners. L.: Unwin Hyman, 1990.
- Szelenyi S.* Women and the Class Structure // Social Stratification: Class, Race, and Gender in Sociological Perspective / Ed. by D. Grusky. Boulder: Westview Press, 1994. P. 577–582.

Тема 7. Теории элит

Структурные и меритократические подходы в теории элит. Правящая элита и массы (Г. Моска). «Железный закон олигархии» (Р. Михельс). Циркуляция элит (В. Парето). Элита и восстание масс (Х. Ортега-и-Гассет). Институциональный подход (Р. Миллс). Группы «вето» (Д. Рисман). Репутационный подход и механизм принятия решений. Наступление технократов. «Новый класс» в системе советского типа (М. Джилас). Трансформация элит в постсоветском обществе.

Основная литература

- Радаев В.В., Шкаратан О.И.* Социальная стратификация. М.: Аспект Пресс, 1996. Гл. 7. С. 166–183 (или: М.: Наука, 1995. Гл. 7) http://www.ecsoc.ru/books_description_ru.php
- Giddens A.* Elites in the British Class Structure // The Sociology of Elites. Vol. 1 / Ed. by J. Scott. Aldershot: E. Elgar, 1990. P. 3–30.
- Kornhauser W.* «Power Elite» or «Veto Groups» // Class, Status, and Power / Ed. by R. Bendix, S.M. Lipset. N.Y.: Free Press, 1966. P. 210–218; или: *Scott J.* (ed.). The Sociology of Elites. Vol. 1. Aldershot: E. Elgar, 1990. P. 68–76.

Дополнительная литература

- Ашин Г.К., Охотский Е.В.* Курс элитологии. М.: Спортакадемпред, 1999.
- Вайда М.* Проблема «новой элиты» // Путь. 1992. № 1. С. 254–258.
- Миллс Р.* Властвующая элита. М.: Иностранная литература, 1959. С. 25–31.
- Ортега-и-Гассет Х.* Восстание масс // Вопросы философии. 1989. № 3–4.
- Радаев В.В.* Трансформация элит и становление национальной элиты в постсоветской России // Роль государства в развитии общества: Россия и международный опыт / Под ред. М.К. Горшкова и др. М.: РНИСиНП, 1997. С. 207–216.
- Aron R.* Social Class, Political Class, Ruling Class // Class, Status, and Power / Ed. by R. Bendix, S.M. Lipset. N.Y.: Free Press, 1966. P. 201–210.
- Giddens A.* Elites and Power // Social Stratification: Class, Race, and Gender in Sociological Perspective / Ed. by D. Grusky. Boulder: Westview Press, 1994. P. 170–174.
- Scott J.* Who Rules Britain? Cambridge: Polity Press, 1991.

Тема 8. Подходы к анализу социальных масс

Понятие массы и ее основные формы. Масса и стирание классовых различий. Толпа как органическое скопление публики. Эффекты толпообразования, его циклический характер. Структура толпы и ее внутренние «иерархии». Коммуникация в толпе. Динамика субъективных порогов безопасности. Толпа как «ловушка социальности». Техники манипулирования толпой.

Основная литература

- Московичи С.* Век толп. М.: Центр психологии и психотерапии, 1996. С. 46–56.
- Радаев В.В.* Уроки «финансовых пирамид», или что может сказать экономическая социология о массовом финансовом поведении // Мир России. 2002. Т. XI. № 2. С. 39–70. <http://www.hse.ru/journals/main.htm> или <http://www.socio.ru/wr/>.

Дополнительная литература

- Кузина О.Е.* Иллюзии рациональности: влияние коллективных представлений на инвестиционное поведение вкладчиков «финансовых пирамид» // Вопросы социологии. 1998. Вып. 8. С. 143–157.

- Кузина О.Е.* Формирование доверия в массовом инвестиционном поведении // Социологический журнал. 1999. № 1–2. С. 171–181 (<http://www.nir.ru/sj/sj/sj99-kuz.html>).
- Левада Ю.А.* Человек, толпа и масса в общественном мнении // Экономические и социальные перемены: Мониторинг общественного мнения. 1997. № 5. С. 7–12.
- Маккей Ч.* Патологические распространенные заблуждения и безумства толпы. М.: Альпина, 1998.
- Назаретян А.П.* Агрессивная толпа, массовая паника, слухи. СПб.: Питер, 2004.
- Радаев В.В.* Возвращение толпы: анализ поведения вкладчиков «финансовых пирамид» // Вопросы социологии. 1998. Вып. 8. С. 100–142.
- Радаев В.В.* Техники формирования инвестиционного поведения населения: на примере вкладчиков «финансовых пирамид» // Куда идет Россия / Под общ. ред. Т.И. Заславской. М.: Аспект Пресс. 1998. с. 247–259. <http://ecsocman.edu.ru/db/msg/246420.html>
- Cohen B.* The Edge of Chaos: Financial Booms, Bubbles, Crashes and Chaos. N.Y.: John Wiley & Sons, 1997.
- Kindleberger C.P.* Manias, Panics, and Crashes: A History of Financial Crises. 4th ed. N.Y.: Wiley, 2000. P. 28–35, 108–109.
- McPhail C., Wohlstein R.* Individual and Collective Behavior within Gatherings, Demonstrations, and Riots // Annual Review of Sociology. 1983. Vol. 9. P. 579–600.
- McPhail C.* Stereotypes of the Crowd and Collective Behavior Revisited // Constructing Complexity: Symbolic Interaction and Social Forms / Ed. by M. Katovich, D. Miller, S. Saxton. Greenwich, CN: JAI Press, 1997.
- Radaev V.* Return of the Crowds and Rationality of Action: A History of Russian «Financial Bubbles» in the mid-1990s // European Societies. 2000. Vol. 2. No. 3. P. 271–294.

Тема 9. Теории средних классов

Многообразие подходов к выделению средних классов. Старые и новые средние классы (Р. Миллс и др.). Противоречивость классовых позиций и интеграция средних классов в неомарксистские схемы (Э.О. Райт). «Обслуживающий класс» (К. Реннер, Дж. Голдпорп). Неовеберовские исследования средних слоев (Ф. Бичхофер, Д. Локвуд, Х. Ньюби). Взлет и падение «общества среднего класса».

Основная литература

- Butler T.* The Debate over the Middle Classes // Social Change and the Middle Classes / Ed. by T. Butler, M. Savage. L.: UCL Press, 1995. P. 26–36.
- Sarre P.* Recomposition of the Class Structure // Changing Social Structure / Ed. by C. Hamnett et al. L.: Sage, 1989. P. 102–113.
- Wright E.O.* (ed.). The Debate on Classes. L.: Verso, 1989. P. 323–348.

Дополнительная литература

- Balzer H.* (ed.). Russia's Missing Middle Class: The Professions in Russian History. Armonk, N.Y.: M.E. Sharpe, 1996. P. 293–320.

- Crompton R.* Class and Stratification: An Introduction to Current Debates. 2nd ed. Cambridge, UK: Polity Press; Malden, MA, USA: Blackwell, 1998. P. 89–93.
- Giddens A.* The Class Structure of Advanced Societies. L.: Hutchinson, 1973. P. 177–197.
- Goldthorpe J.* The Service Class Revisited // Social Change and the Middle Classes / Ed. by T. Butler, M. Savage. L.: UCL Press, 1995. P. 313–329.
- Lockwood D.* The Blackcoated Worker: A Study in Class Consciousness. 2nd ed. Oxford: Clarendon Press; N.Y.: Oxford University Press, 1989. P. 217–262.
- Mills C.W.* White Collar: The American Middle Classes. N.Y.: Galaxy Book, 1956.
- Savage M. et al.* Property, Bureaucracy and Culture: Middle Class Formation in Contemporary Britain. L.: Routledge, 1992. P. 9–131.

Тема 10. Подходы к выделению российских средних классов

Средний класс как стратификационная категория и сложная мифологема. Структура мифа о среднем классе и его эволюция. Множественность средних классов как принципиальный подход. Социально-профессиональные критерии выделения среднего класса. Материальные критерии выделения среднего класса. Идентификационные критерии выделения среднего класса. Способы пересечения разных средних классов. Ядро и периферия средних классов. Понятие обобщенного среднего класса.

Основная литература

- Аврамова Е.М.* Субъективный средний класс // Средние классы в России: экономические и социальные стратегии / Под ред. Т.М. Малевой. М.: Гендальф, 2003. С. 145–149. <http://pubs.carnegie.ru/russian/>
- Малева Т.М.* Что такое «обобщенный средний класс» // Средние классы в России: экономические и социальные стратегии / Под ред. Т.М. Малевой. М.: Гендальф, 2003. С. 211–222. <http://pubs.carnegie.ru/russian/>
- Овчарова Л.Н.* Средний класс по признакам материальной обеспеченности // Средние классы в России: экономические и социальные стратегии / Под ред. Т.М. Малевой. М.: Гендальф, 2003. С. 32–35. <http://pubs.carnegie.ru/russian/>
- Радаев В.В.* О социологическом и идеологическом понимании среднего класса (вместо введения) // Средние классы в России: экономические и социальные стратегии / Под ред. Т.М. Малевой. М.: Гендальф, 2003. С. 14–26. <http://pubs.carnegie.ru/russian/>
- Радаев В.В.* Социально-профессиональный средний класс // Средние классы в России: экономические и социальные стратегии / Под ред. Т.М. Малевой. М.: Гендальф, 2003. С. 86–100. <http://pubs.carnegie.ru/russian/>

Дополнительная литература

- Беляева Л.А.* Средний класс: проблемы формирования и развития в России // Мир России. 1996. № 2. С. 117–131.
- Заславская Т.И.* Бизнес-слой российского общества // Социологические исследования. 1995. № 3. С. 3–12. <http://ecsocman.edu.ru/socis>
- Заславская Т.И., Громова Р.А.* К вопросу о «среднем классе» российского общества // Мир России. 1998. № 4. С. 3–22.

- Здравомыслов Г.А.* Российский средний класс – проблемы границ и численности // Социологические исследования. 2001. № 5. С. 76–85. <http://ecsocman.edu.ru/socis>
- Радаев В.В.* Средний класс в России, или к появлению нового мифа // Знание-сила. 1998. № 7. С. 74–78.
- Саблина С.Г.* Кристаллизация статуса средних слоев в современной России // Социологический журнал. 2000. № 1–2. <http://www.nir.ru/sj/sj/sj1-2-00sabl.html>
- Средний класс в России: количественные и качественные оценки / Авт. коллектив: Е.А. Авраамова, Л.М. Григорьев и др. Бюро экономического анализа. М.: ТЕИС, 2000. Гл. 1 <http://www.budgetrf.ru/Publications/Magazines/bea/report/2000/bea042000analysis/bea042000analysis000.htm>
- Тихонова Н.Е.* Средний класс в современном российском обществе. М.: РОССПЭН, 1999. С. 83–95.
- Трусова А.И.* Динамика среднего класса в России 1990-х гг. // Экономическая социология. 2001. Т. 2. № 5. С. 79–111. <http://www.ecsoc.msses.ru>

Тема 11. Позиционные и поведенческие характеристики российских средних классов

Структура капиталов социально-профессионального среднего класса. Понятие обычных и инновационных практик повседневного поведения. Циклы инновационной деятельности. Средний класс как проводник инновационных практик. Трудовая активность. Предпринимательство и самозанятость. Потребительская и финансовая активность.

Основная литература

- Радаев В.В.* Социально-профессиональный средний класс (Структура капиталов среднего класса. Кто попадает в средний класс) // Средние классы в России: экономические и социальные стратегии / Под ред. Т.М. Малевой. М.: Гендальф, 2003. С. 109–121, 124–128. <http://pubs.carnegie.ru/russian/>
- Радаев В.В.* Обычные и инновационные практики в деятельности российского среднего класса // Мир России. 2003. Т. XII. № 4. С. 89–119 (или: Обычные и инновационные практики // Средние классы в России: экономические и социальные стратегии / Под ред. Т.М. Малевой. М.: Гендальф, 2003. С. 390–428). (<http://pubs.carnegie.ru/russian/>)

Дополнительная литература

- Ильин В.И.* Государство и социальная стратификация советского и постсоветского обществ, 1917–1996 гг. Сыктывкар: Изд-во Сыкт. ун-та, 1996. С. 198–215.
- Радаев В.В.* Социально-профессиональный средний класс // Средние классы в России: экономические и социальные стратегии / Под ред. Т.М. Малевой. М.: Гендальф, 2003. С. 101–108, 121–123, 128–144. <http://pubs.carnegie.ru/russian/>
- Радаев В.В.* Обобщенный средний класс и социально-профессиональный средний класс // Средние классы в России: экономические и социальные стратегии / Под ред. Т.М. Малевой. М.: Гендальф, 2003. С. 236–242. <http://pubs.carnegie.ru/russian/>
- Рощина Я.М.* Стиль жизни средних классов // Средние классы в России: экономические и социальные стратегии / Под ред. Т.М. Малевой. М.: Гендальф, 2003. С. 351–380. <http://pubs.carnegie.ru/russian/>
- Рывкина Р.В.* Эксперты о среднем классе в России // Экономические и социальные перемены: мониторинг общественного мнения. 1993. № 6. С. 19–22.

Средний класс в России: количественные и качественные оценки / Авт. коллектив: Е.А. Аврамова, Л.М. Григорьев и др. Бюро экономического анализа. М.: ТЕИС, 2000. Гл. 2.

Тихонова Н.Е. Средний класс в современном российском обществе. М.: РОССПЭН, 1999. С. 95–150.

Хахулина Л.А. Субъективный средний класс: доходы, материальное положение, ценностные ориентации // Экономические и социальные перемены: мониторинг общественного мнения. 1999. № 2. С. 24–34.

Тема 12. Теории нижних слоев и андекласса

Основные подходы к изучению рабочего класса. Деиндустриализация и исчезновение пролетариата. «Обуржуазивание» рабочего класса. Угрозы пролетаризации «низших средних» классов. Формирование культуры рабочего класса. Исследования «андекласса». Безработица, этничность и другие факторы формирования андекласса. Культура бедности.

Основная литература

Morris L. Dangerous Classes: The Underclass and Social Citizenship. L.; N.Y.: Routledge, 1994. P. 80–110; или: Моррис Л. Понятие underclass'a // Экономическая социология. 2000. Т. 1. № 1. С. 67–91. <http://www.ecsoc.msses.ru>

Sarre P. Recomposition of the Class Structure // Changing Social Structure / Ed. by C. Hamnett. L.: Sage, 1989. P. 113–120.

Wilson W.J. The Truly Disadvantaged: The Inner City, the Underclass, and Public Policy // Social Stratification: Class, Race, and Gender in Sociological Perspective / Ed. by D. Grusky. Boudler: Westview Press, 1994. P. 560–567.

Дополнительная литература

Балабанова Е.С. Стратегии совладания с жизненными трудностями: самостоятельность или зависимость? // Экономическая социология. 2002. Т. 3. № 3. С. 59–78. <http://www.ecsoc.msses.ru>

Braverman H. Labor and Monopoly Capital: The Degradation of Work in the Twentieth Century. N.Y.: Monthly Review Press, 1974.

Goldthorpe J. Intellectuals and the Working Class in Modern Britain // Social Stratification and Economic Change / Ed. by D. Rose. L.: Hutchinson, 1988. P. 39–56.

Goldthorpe J., Lockwood D., Bechhofer F., Platt J. The Affluent Worker in the Class Structure. Cambridge: Cambridge University Press, 1969. P. 3–27.

Marshall G. Proletarianization in the British Class Structure? // Marshall G. Repositioning Class: Social Inequality in Industrial Societies. L.: Sage, 1997. P. 126–143.

Morris L. Classes, Underclasses and the Labour Market // Conflicts about Class: Debating Inequality in Late Industrialism / Ed. by D. Lee, B. Turner. L.: Longman, 1996. P. 184–195.

Thompson E.P. The Making of the English Working Class. L.: Gollans, 1963.

Тема 13. Подходы к измерению бедности

Общее понятие бедности. Абсолютная и относительная концепции бедности. Объективные и субъективные подходы к измерению бедности. Депривационный подход к изучению бедности. Совмещения подходов. Глубина бедности. Застойная бедность. Работающие бедные и специфика их поведения.

Основная литература

Бедность: альтернативные подходы к определению и измерению М.: Моск. центр Карнеги, 1998. С. 15–20. <http://pubs.carnegie.ru/russian/>

Овчарова Л.Н., Прокофьева Л.М. Альтернативные подходы к определению бедности // Куда идет Россия: трансформация социальной сферы и социальная политика / Под общ. ред. Т.И. Заславской. М.: Аспект Пресс, 1998. С. 209–218. <http://ecsocman.edu.ru/db/msg/246420.html>

Радаев В.В. Работающие бедные: велик ли запас прочности // Социологические исследования. 2000. № 8. С. 28–37. <http://ecsocman.edu.ru/socis>; или: Экономическая социология. 2000. Т. 1. № 1. С. 25–36. <http://www.ecsoc.msses.ru>

Дополнительная литература

Абрахамсон П. Социальная эксклюзия и бедность // Общественные науки и современность. 2001. № 2. С. 158–166. <http://ecsocman.edu.ru/ons>

Брейтуэйт Дж. Старые и новые бедные в России // Бедность в России: Государственная политика и реакция населения / Под. ред. Дж. Кругман. Вашингтон: Всемирный банк, 1998. С. 33–74.

Красильникова М.Д. Структура представлений о бедности и богатстве // Экономические и социальные перемены: мониторинг общественного мнения. 1997. № 1. С. 23–26.

Красильникова М.Д. Субъективные оценки уровня бедности в России // Экономические и социальные перемены: мониторинг общественного мнения. 2000. № 6. С. 40–45.

Можина М.А. (отв. ред.) Бедность: взгляд ученых на проблему. М.: ИСЭПН РАН, 1994.

Муздыбаев К. Переживание бедности как социальной неудачи: атрибуция ответственности, стратегии совладания и индикаторы депривации // Социологический журнал. 2001. № 1. <http://www.nir.ru/sj/sj/sj1-01muz.html>

Радаев В.В. Кто поможет работающим бедным // Pro et Contra. 2001. Т. 6. № 3. С. 63–79. <http://pubs.carnegie.ru/russian/>

Тихонова Т.Е. Феномен городской бедности. М.: Летний сад, 2003. Гл. 1.

Ярошенко С.С. Бедные северного села трансформирующейся России: двойное исключение // Экономическая социология. 2001. Т. 2. № 5. С. 59–78. <http://www.ecsoc.msses.ru>

Atkinson A.V. Poverty in Europe. Oxford: Blackwell, 1998. P. 10–51.

Milanovic B. Income, Inequality, and Poverty during the Transition from Planned to Market Economy. Washington, D.C.: The World Bank, 1998.

Townsend P. Poverty in the United Kingdom: A Survey of Household Resources and Standards of Living. Allen Lane: Penguin Books, 1979. Ch. 1, 2.

Тема 14. Конец классового анализа?

Класс второстепенен: структуралистская критика классового анализа. Класс умер: пост-структуралистская критика классового анализа. Массовизация общества и возникновение толп. Глобализация общества и индивидуализация стилей жизни. От классового к статусному подходу. Перспективы стратификационных исследований в современной России.

Основная литература

Ионин Л.Г. Культура и социальная структура // Социологические исследования. 1996. № 3. С. 31–42. <http://ecsocman.edu.ru/socis>

Радаев В.В. Заключение (Класс умер?) // Средние классы в России: экономические и социальные стратегии / Под ред. Т.М. Малевой. М.: Гендальф, 2003. С. 429–430. <http://www.carnegie.ru/ru/pubs/books>

Lee D., Turner B. Introduction: Myths of Classnessness and the «Death» of Class Analysis // Conflicts about Class: Debating Inequality in Late Industrialism / Ed. by D. Lee, B. Turner. L.: Longman, 1996. P. 1–20.

Pahl R. Is the Emperor Naked? // Conflicts about Class: Debating Inequality in Late Industrialism / Ed. by D. Lee, B. Turner. L.: Longman, 1996. P. 89–97.

Дополнительная литература

Бурдые П. Социальное пространство и генезис «классов» // Вопросы социологии. 1992. Т. 1. С. 17–36 (или: *Бурдые П.* Социология политики. М.: SocioLogos, 1993. С. 55–97).

Giddens A. Power, the Dialectic of Control and Class Structuration // Social Class and the Division of Labour / Ed. by A. Giddens, G. Mackenzie. Cambridge; N.Y.: Cambridge University Press, 1982. P. 29–45.

Marshall G. Repositioning Class: Social Inequality in Industrial Societies. L.: Sage, 1997. P. 13–18, 49–64 (with J.H. Goldthorpe).

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.: Longman, 1996. P. 60–70.

Pakulski J., Waters M. The Death of Class. L.: Sage, 1996.

Ориентировочные темы письменных работ

1. Как связаны структура, сознание и действие социальной группы?
2. Как измерить открытость общества?
3. Каковы позитивные и негативные следствия статусного рассогласования?
4. Что означает исследование как «стратифицирующая деятельность»?
5. Каковы различия в воспроизводстве основных стратификационных систем?
6. Как комбинировать стратификационные системы?
7. По каким направлениям неомарксисты ревизовали ортодоксальную марксистскую теорию?
8. В чем состоят сходства и различия между марксистским и функционалистским подходами?

9. Что лежит в основе функционалистского подхода к социальной стратификации?
10. Каковы преимущества и недостатки плюралистических стратификационных подходов?
11. В чем заключаются различия класса и статусной группы в неовеберианской традиции?
12. В чем состоят сходства и различия между марксистским и неовеберианским подходами?
13. Что означают «реальные классы» в отличие от «классов на бумаге»?
14. Может ли существовать классовая борьба без классовой структуры?
15. Что нового вносят гендерные исследования в теорию социальной стратификации?
16. Вытеснит ли этничность классовые отношения?
17. Как выделять элитные группы?
18. Насколько радикальной была трансформация элит в постсоветской России?
19. Почему толпа уничтожает классы?
20. Каковы возможности структурирования и управления массами?
21. Сколько средних классов существует в обществе?
22. Что такое обслуживающий класс, и чем он отличается от среднего класса?
23. Хорошо ли работает миф о среднем классе в постсоветской России?
24. Может ли возникнуть «общество среднего класса»?
25. Сколькими способами можно выделить средние классы?
26. Как разделить обычные и инновационные формы активности класса?
27. Каковы исторические причины депролетаризации рабочего класса?
28. Исчезает ли рабочий класс в процессе деиндустриализации?
29. По каким критериям выделяют современный андекласс?
30. Что такое культура бедности?
31. Каков наилучший способ определения и измерения бедности?
32. Каковы признаки исчезновения классового общества?
33. Каковы элементы мифологических построений в стратификационной теории?
34. Какие новые социальные группы возникли в постсоветской России?

Конференции

О конференции «СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ В СОВРЕМЕННОЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ ПРАКТИКЕ» памяти А.О. Крыштановского

Ю.Н. Толстова, И.В. Ефремова

Email: method@hse.ru

14–15 апреля 2006 г. в ГУ–ВШЭ состоялась Всероссийская научная конференция «Социологические методы в современной исследовательской практике», посвященная памяти первого декана факультета социологии, организатора и первого заведующего кафедрой методов сбора и анализа социологической информации ГУ–ВШЭ Александра Олеговича Крыштановского (1955–2005)¹. Организаторами конференции выступили факультет социологии ГУ–ВШЭ, Институт социологии РАН (ИС РАН), Московская высшая школа социальных и экономических наук (МВШСЭН), Фонд «Общественное мнение» (ФОМ), ГфК-Русь, SPSS-Русь, Консалтинговая группа «Русинфомар», Исследовательский комитет по методологии и методам Российского общества социологов (РОС).

Состав участников

На конференцию собрались ведущие социологии России. Число зарегистрированных участников конференции превысило 220 человек. Среди них были представители Балашова, Барнаула, Белгорода, Владимира, Волгограда, Воронежа, Екатеринбурга, Жуковского, Иванова, Ижевска, Казани, Калининграда, Краснодара, Красноярска, Липецка, Новороссийска, Новосибирска, Новочеркаска, Омска, Перми, Пскова, Ростова-на-Дону, Самары, Санкт-Петербурга, Саратова, Ставрополя, Тольятти, Чебоксар, Челябинска. Были гости из Астаны, Киева и Минска. Обсуждались наиболее острые проблемы в области методологии прикладных социальных исследований, а также проблемы обучения специалистов методам социологического исследования.

Презентация книги А.О. Крыштановского

Накануне конференции вышла в свет книга А.О. Крыштановского «Анализ социологических данных с помощью пакета SPSS» (М.: ГУ–ВШЭ, 2006). На конференции состоялась ее презентация. В основе этого учебного пособия лежит курс лекций по анализу социологических данных, читавшийся автором на протяжении ряда лет на факультете социологии ГУ–ВШЭ и МВШСЭН. Кроме лекций Александра Олеговича в книгу вошло несколько его статей и биографический очерк.

¹ Внезапная кончина Александра Олеговича произвела шокирующее действие на всех, кто его знал. Стихийно был организован ряд интернет-страничек, посвященных памяти этого человека. Там ярко освещается личность Крыштановского, его отношение к людям, отношение к нему его соратников и учеников. См.:

http://www.hse.ru/infopage/persona/k/kryshtanovsky_a_o.htm

http://www.hse.ru/temp/2005/08_02_aok.shtml

<http://www.polit.ru/science/2006/04/20/krysht.html>

Пленарные заседания

На пленарных заседаниях конференции выступил ряд известных специалистов в области методов социологических исследований, руководители и сотрудники нескольких крупных исследовательских центров, занимающихся изучением общественного мнения².

- *А.А. Ослон* (президент Фонда «Общественное мнение»). Практика и методы исследования общественного мнения в России»
- *В.И. Паниотто* (директор Киевского международного института социологии). Методологические особенности проведения экзит-полов в Украине
- *Г.И. Саганенко* (профессор Санкт-Петербургского Института культуры). Статус социальной реальности в социологии
- *Г.Г. Татарова* (г.н.с. ИС РАН, зав. кафедрой ГУГН). Типологический анализ как исследовательская стратегия
- *Ю.Н. Толстова* (зав. кафедрой методов сбора и анализа социологической информации ГУ–ВШЭ). Субъективный фактор в процессе использования математического аппарата для решения социологических задач
- *И.Ф. Девятко* (зав. кафедрой анализа социальных институтов ГУ–ВШЭ). Причинность в обыденном сознании и в социологическом объяснении
- *В.В. Семенова* (г.н.с. ИС РАН). Возможности сочетания качественных и количественных методов в социологических исследованиях
- *Е.Б. Галицкий, Е.Г. Галицкая* (ФОМ, ГУ–ВШЭ). Многомерный анализ данных в задачах построения интегральных индикаторов в социологических и маркетинговых исследованиях
- *А.М. Демидов* (генеральный директор ГФК-Русь). Социологические методы маркетинговых исследований на различных этапах жизненного цикла продукта/услуги
- *А.Г. Левинсон* (зав. отделом Левада-Центра, проф. ГУ–ВШЭ). Применение качественных методов в маркетинговых исследованиях: Что нового?
- *О.М. Маслова* (рук. группы ИС РАН). Спецсеминар по методам наблюдения на старших курсах (на примере опыта ГУ–ВШЭ и ГУГН)
- *Е.С. Петренко* (ФОМ). Как люди отвечают на вопросы анкет (когнитивные аспекты личных интервью)
- *А.Х. Кутлалиев* (зав. отделом ГФК-Русь). Развитие методов анализа данных в прикладных исследованиях за последние полвека
- *Л.Б. Косова* (НИСП). О [Едином архиве социологических данных \(ЕАСД\)](#)
- *Н.И. Ростегаева* (ИС РАН). О [Банке данных социологических исследований \(БДСИ\)](#).

² При описании выступлений докладчиков мы пользовались записями, сделанными Н. Деминой, н.с. Интерцентра (МВШСЭН).

Секции

Секция 1. Опросные методы в социологических исследованиях

Руководители: М.С. Косолапов (Москва, ИС РАН), Д.М. Рогозин (Москва, МВШСЭН)³

- *Бурлуцкая М.Г.* (Екатеринбург, Уральский государственный педагогический университет). Исследования потребительского поведения в маркетинге: между «человеком экономическим» и «человеком социологическим»
- *Мягков А.Ю.* (Ивановский государственный энергетический университет). Почему респонденты редактируют свои ответы
- *Филинская Л.В., Горбенко А.В.* (Липецк, Центр маркетинга и рекламы «Nice advice»). Особенности замера узнаваемости депутата регионального парламента в период между избирательными кампаниями
- *Журавлева И.В.* (Ивановский государственный энергетический университет). Дескриптивные модели эффекта интервьюера
- *Журавлева С.А.* (Ивановский государственный энергетический университет). Стратегия «разумной достаточности» и поведение респондентов в телефонном интервью
- *Проскурина Д.А.* (Ивановский государственный энергетический университет). Использование системы САТІ для исследований эффекта интервьюера в телефонном интервью: «за» и «против»
- *Караханова Т.М.* (ИС РАН). Изучение повседневности методом бюджета времени
- *Власова О.И.* (Екатеринбург, Российский профессионально-педагогический университет). Проблемы подготовки интервьюеров для проведения поселенческих опросов
- *Токарев В.В.* (Волгоград, центр социологических и маркетинговых исследований «Аналитик»). Систематические ошибки в прикладных исследованиях и ротация альтернатив
- *Кравченко А.В.* (Барнаул, ИК «СОЦИС»). Восприятие интервьюерами своей профессиональной деятельности (на примере сотрудников ИК «СОЦИС», г. Барнаул)
- *Лантева С.В.* (Ивановский государственный энергетический университет). Опыт применения техники RRT: особенности организации опроса

Секция 2. Анализ социологических данных в прикладных социальных исследованиях

Руководители: А.Г. Буховец (Воронеж, АГУ), А.Х. Кутлалиев (Москва, ГФК-Русь)

- *Юдин Г.Б.* (ГУ–ВШЭ). «Кластеры на факторах»: pro et contra
- *Угольницкий Г.А.* (Ростовский государственный университет). Некоторые приложения математических методов в социологических исследованиях
- *Пенина О.В.* (Саратовский государственный технический университет). Применение метода конечных элементов при прогнозировании цен на товарно-сырьевых рынках
- *Токарев В.В.* (ЦСМИ «Аналитик»). Систематические ошибки в прикладных исследованиях и ротация альтернатив
- *Захарова Е.В., Константинова Е.Б.* (Уральский государственный университет им. А.М. Горького). Особенности использования многомерных методов анализа в прикладных социальных исследованиях

³ Координаты всех участников конференции можно узнать по адресу: method@hse.ru

- *Буховец А.Г.* (АГУ). Математическое моделирование классификационных задач в типологическом анализе.
- *Бурлов А.В.* (ЗАО «Балтимор-Холдинг»). Принципы адаптации метода репертуарных решеток Дж. Келли к массовым опросам
- *Давыдов А.А.* (ИС РАН). Прогнозирование социальных явлений с помощью «нейронных» сетей
- *Шмельков А.В.* (ЦСМИ «Аналитик»). Q-методология в маркетинговых исследованиях: возможности и ограничения
- *Шмакова И.Г.* (ONIX Management). Использование техники «сортинга» для непрямого выявления критериев оценки продукта
- *Молчанов А.Ю.* (ИМСА). Использование Choice-Based Conjoint (CBC) в маркетинговых исследованиях
- *Бердышев К.В.* (АРМИ-Маркетинг). Применение непараметрических критериев и мер близости в маркетинговых исследованиях
- *Шушкова Н.В.* (Пермский государственный технический университет). Исследование идентификации в производственной среде при помощи анализа количественных данных

Секция 3. Новые исследовательские направления и подходы в социологической методологии

Руководители: В.И. Паниотто (Киев, КМИС), Г.Г. Татарова (Москва, ИС РАН)

- *Гладарев Б.С.* (Центр независимых социологических исследований, Санкт-Петербург). Опыт применения дневникового метода в социологических исследованиях
- *Готлиб А.С.* (Самарский государственный университет). Оппозиции «мягкое-жесткое», «качественное – количественное» интервью: продолжение дискуссии
- *Давыдов А.А.* (ИС РАН). Прогнозирование социальных явлений с помощью «нейронных» сетей»
- *Запорожец О.Н.* (Самарский государственный университет). Визуальная социология: в поисках границ
- *Зеликова Ю.А.* (Европейский университет в Санкт-Петербурге и исследовательская группа «ЭКРО»). Милость к падшим: отношение населения Петербурга к бездомным
- *Паутова Л.А.* (Омский государственный университет). Интегративный подход в социологическом изучении социального сознания на примере сознания стабильности)
- *Темницкий А.Л.* (МГИМО). Проблема интерпретации и операционализации категории «социокультурность»
- *Шилова В.А.* (ИС РАН, Москва). Методология интенционального подхода к анализу коммуникативных процессов
- *Гончарова Ю.А.* (Ставропольский государственный университет). Возможности использования контент-анализа в исследовании молодежной субкультуры
- *Григорьева М.В.* (Ивановский государственный энергетический университет). К методологии измерения гомосексуальности
- *Гриценко Г.Д., Маслова Т.Ф.* (Ставропольский государственный университет, Северо-Кавказский социальный институт). Применение «активной социологии» в исследовании проблем интеграции вынужденных мигрантов в местное сообщество

- *Дурасанова Т.П., Волкова О.А.* (Саратовский государственный университет им. Н.Г.Чернышевского). Современная специфика применения социологических методов в прикладных исследованиях социальной политики
- *Матрунич А.В.* (Псковский Вольный институт). Факторы, влияющие на выбор вуза абитуриентом
- *Ледяев В.Г.* (ГУ–ВШЭ). Основные методы определения субъектов политической власти: сравнительный анализ
- *Лукичев П.Н.* (Южно-Российский государственный технический университет, Новочеркасский политехнический институт). Демократические выборы с позиции теории вероятностей
- *Петров В.Н.* (Кубанский государственный университет). Методология и методические решения в социологическом исследовании миграционных процессов
- *Прохоров Ю.А.* (Среднерусское агентство маркетинговых и социальных исследований). Социологические методы в инновационной диагностике
- *Пучков П.В.* (Саратовский государственный технический университет). Социологический анализ проявления геронтологического эбьюзинга (на примере ЦСОН Кировского района г. Саратова)
- *Романович Н.А.* (Российский институт общественного мнения). Экстремальная социология: о «кодексе» наркомана и нетрадиционных методах опроса заключенных
- *Харченко К.В.* (Белгородский государственный университет). Социальное взаимодействие в рамках материальной стороны жизни: контент-анализ студенческих биографических эссе

Секция 4. Качественные методы сбора информации в прикладных социальных исследованиях

Руководители: М.Л. Власова (Москва, «Русинформар»), О.Т. Мельникова (Москва, МГУ)

- *Левинсон А.Г.* (Левада-центр). Академические и коммерческие качественные исследования: откуда ждать нововведений?
- *Шмакова И.Г.* (ONIX Management). Использование техники «сортинга» для непрямого выявления критериев оценки продукта
- *Полухина Е.В.* (МВШСЭН). Проблема оптимального размера фокус-группы: методика контент-анализа высказываний респондентов
- *Желдак М.А.* («Qualitative Quest»). Проективные методы в маркетинговых исследованиях: возможности и ограничения
- *Фаткуллин В.* (РА «Барабан»). Принятие управленческих решений на основе результатов маркетингового исследования: проблемы дискommunikации между заказчиком и исследователем
- *Воловик Е.А.* (Консалтинговая компания «Sims-group»). Социолог в поле качественного социологического исследования
- *Романов П.В., Васина Е.Н.* (Саратовский государственный технический университет). Эмпирическая социология, качественные методы исследования и редакционная политика академических журналов
- *Науменко Е.А.* (МГИМО). Метод анализа нарративов и его применение в исследовании потребительского поведения
- *Королевская О.В.* (Самарский государственный университет). Опыт использования биографического метода при изучении мест памяти

- *Мельникова О.Т.* (МГУ им. М.В. Ломоносова, РОМИР). Методологические аспекты качественного исследования: валидность, надежность, репрезентативность
- *Савинская О.Б.* (ИС РАН). Субъективность в качественном исследовании: новые подходы к пониманию проблемы
- *Веселкова Н.В.* (Екатеринбург, Уральский государственный университет им. А.М. Горького). Зачем качественным методам консерватизм
- *Афонская О.А.* (Ивановский государственный энергетический университет). Индивидуальные предпосылки успешного установления раппорта в персональном интервью
- *Клюкина Э.С.* (Кольский филиал Петрозаводского государственного университета). Нарративное интервью в пространстве исследования отдельного случая

Секция 5. Социологические методы исследования обыденного и научного сознания

Руководитель: И.Ф. Девятко (Москва, зав. кафедрой анализа социальных институтов ГУ–ВШЭ)

- *Мавлетова А.* (ГУ–ВШЭ). Обыденные классификации рисков: новый подход к исследованию
- *Абрамова Н.* (ГУГН). Метод концептуальных картв оценочных исследованиях образования: принципы и опыт реализации
- *Кожанов А., Абрамов Р.* (ГУ–ВШЭ). Академическая компетенция и обыденное социальное знание: опыт применения экспериментального подхода к исследованию
- *Котликова (Филькина) А.* (ИС РАН). Методология описания «Иныз/субкультут/»: метафора перевода

Студенческая секция

Руководители: Ю.Н. Толстова (Москва, ГУ–ВШЭ), О.Б. Божков (Санкт-Петербург, Социологический институт РАН).

Круглый стол «Проблемы обучения специалистов методам социологического исследования»

Ведущая: О.В. Терещенко (Минск, Белорусский государственный университет)

- *Божков О.Б.* (Социологический институт РАН, Санкт-Петербург). Образ социологии и проблемы адаптации студентов-социологов к профессии
- *Мазаев Ю.Н.* (РГСУ). Проблемы освоения студентами методологии и методики социологического исследования в формате учебного спецпрактикума
- *Стрельникова А.В.* (РГГУ). Исследовательские данные: эффективное использование и стандарты социологического образования
- *Горяченко Е.Е.* (ИЭиОПП СО РАН; Новосибирский государственный университет). Подходы к обучению методам социологических исследований: опыт Новосибирского Государственного университета
- *Терещенко О.В.* (Белорусский государственный университет). Преподавание статистики как мета-дисциплины количественной методологии

Круглый стол «On-line исследования в России: методические и прикладные аспекты»

Ведущая: И.Ф. Девятко (Москва, ГУ–ВШЭ)

- *Шашкин А.* (директор, GMI Россия). Особенности проведения панельных исследований в сети Интернет
- *Сканави А.* (начальник отдела Интернет-исследований, MASMI Россия). «Он-лайн монитор» как инструмент создания социологического и поведенческого портрета пользователей Рунета и механизм для создания он-лайн панели
- *Kerr R.* (Customized Research Department, ACNielsen-Russia). Online Versus Offline: Practical Considerations of Conducting Online Research in Russia
- *Хазеева Н.М.* (ведущий специалист по маркетинговым исследованиям, страховая компания «РОСНО»). Российский рынок он-лайн маркетинговых исследований

О путях развития контактов специалистов по методам социологических исследований и о роли конференции памяти А.О.Крыштановского в этом процессе

Лучший способ увековечивания памяти ученого-организатора – это продолжение его дела. Проведение конференции явилось одним из шагов в соответствующем направлении. Но сам замысел конференции послужил поводом для серьезных размышлений ее организаторов о том, в каком состоянии находится тот раздел отечественной социологии, который можно назвать «Методы социологических исследований». Ниже мы представляем некоторые соображения по этому вопросу, связанные также с анализом истории проведения «методных» конференций в СССР и России. Наша цель – оценить значение конференции памяти А.О. Крыштановского для отечественной социологии.

Весьма симптоматичным, на наш взгляд, является то, что само название конференции родилось далеко не сразу (и, соответственно, не сразу был очерчен круг проблем, рассмотрение которых на конференции было бы целесообразно).

Сначала был сделан крен в область методов сбора и анализа информации в маркетинговых исследованиях. Объяснялось это, во-первых, тем, что именно в этой области в России в основном работают исследователи, использующие и совершенствующие интересующие социолога методы сбора и анализа данных. Во-вторых, многие студенты-социологи сегодня ориентированы на будущую работу именно в маркетинговых компаниях; в связи с этим встает вопрос об эффективных способах подготовки таких кадров. В-третьих, А.О. Крыштановский, памяти которого была посвящена конференция, уделял большое внимание внедрению высоких методических стандартов применения социологических методов в маркетинговые исследования, полагая, что факультет социологии ГУ–ВШЭ призван готовить профессиональные кадры для сферы прикладных, в первую очередь маркетинговых, исследований (следует признать, что методолого-методическое обеспечение отечественных маркетинговых исследований не всегда соответствует высокому профессиональному уровню; идея объединения социологической науки и маркетинга практически отсутствует, в отличие от западных стран, где широко распространена практика тесного сотрудничества маркетинговых компаний и университетов).

Однако после бурных споров стало ясно, что положение дел требует несколько иной постановки вопроса. Было принято решение не ограничивать круг рассматриваемых сфер

применения социологических методов, а в качестве одной из целей конференции выдвинуть «разведывательную»: проанализировать, что делается в стране с методами социологических исследований, и на базе полученной информации прийти к решению о созыве в будущем (через год-полтора) более масштабной конференции.

История процесса постепенного обогащения методного арсенала отечественной социологии говорит о том, что подобные конференции проводить весьма целесообразно и что долгое их отсутствие чревато большими дефектами в качестве проводимых в стране социологических исследований. Естественно, что плодотворная деятельность в любой отрасли науки требует проведения регулярных встреч специалистов.

Во второй половине XX в. российскими учеными было получено много теоретически интересных и практически полезных результатов в области методологии и методов социологических исследований. Особенно это касалось методов анализа данных и применения опросных методик. С середины 1990-х гг. появились некоторые результаты и в области качественных методик. И совершенно ясно, что не последнюю роль в этом процессе играли «методные» конференции.

В 1967 г. ССА (Советская социологическая ассоциация) совместно с Институтом конкретных социальных исследований (современный Институт социологии РАН) провели совещание «Количественные методы в социальном исследовании», в 1978 г. – Всесоюзную научную конференцию «Проблемы применения математических методов и ЭВМ в социологических исследованиях», в 1989 г. – Всесоюзную конференцию «Методы социологических исследований». Из наиболее значимых выступлений на конференции 1978 г. был составлен сборник⁴. Что касается конференции 1989 г., то были опубликованы тезисы всех прозвучавших на ней выступлений⁵.

К началу 1990-х гг. в России (СССР) было издано около 70 сборников, посвященных методам социологических исследований (в основном – математическим). Без преувеличения можно сказать, что почти в каждом из них можно найти статьи, вносящие существенный вклад в развитие мировой науки.

Но затем процесс замедлился. Специализированных конференций по методам социологических исследований с 1989 г. не проводилось. На I и II Всероссийских социологических конгрессах (2001 и 2003 гг.) проблемы, связанные с «методной» тематикой, были рассмотрены в весьма ограниченном объеме.

Современное положение дел, как уже отмечалось, резко отличается от ситуации начала 1990-х гг. Многие специалисты в области методов социологического исследования перешли в сферу маркетинга. В последние годы именно здесь активно разрабатываются новые методические подходы, осваиваются передовые западные технологии. Однако чаще всего соответствующие достижения или остаются известными в рамках одной фирмы, или публикуются на Западе. Отечественных работ, посвященных методам социологических исследований, за последние полтора десятка лет появилось крайне мало⁶. Имеется явный дефицит учебников (напомним, что высшее социологическое образование в стране существует с 1989 г., первые выпускники-профессионалы появились в 1994 г.). Мы резко

⁴ Математические методы в социологическом исследовании. М.: Наука, 1981.

⁵ Методы социологических исследований // 3-я Всесоюзн. конф. Вып. I–V. М.: ИС АН СССР, 1989.

⁶ Нельзя не отметить, однако, наличие существенного положительного момента: организации в 1991 г. журнала «Социология–4М», который благодаря самоотверженным усилиям его создателей не только не умер, но становится все более значимым для отечественной социологии.

отстали от Запада по разработке новых социологических методов, по практическому использованию того, что имеется в арсенале мировой науки.

Казалось бы, ясно, что успешное движение вперед требует прежде всего налаживания системы проведения регулярных отечественных конференций по методам социологических исследований. Организаторы конференции памяти Крыштановского надеялись получить ответ на вопрос о том, что думает об этом российская научная общественность. И ответ был получен. Участники конференции пришли к единодушному мнению о необходимости организации через год-полтора «большой» Всероссийской конференции по методам социологических исследований и обеспечения того, чтобы подобные встречи стали традиционными. Сомнений в этом, кажется, ни у кого не было.

Призываем читателя принять активное участие в организации новой конференции, высказать свои пожелания на этот счет, сделать подготовку конференции своим личным делом. Ждем ваших писем.

Ю.Н. Толстова

Международный проект
**РОССИЙСКИЙ МОНИТОРИНГ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОЛОЖЕНИЯ
И ЗДОРОВЬЯ НАСЕЛЕНИЯ**

24 апреля 2006 г.

Вступительное слово. *П.М. Козырева*, Институт социологии РАН

Обзор основных результатов 14-го раунда «Российского мониторинга экономического положения и здоровья населения (1992-2006 гг)». *Барри Попкин*, Университет Северной Каролины в Чэпел Хилле (США)

Обсуждение:

Губайдуллин Э.С., комитет Совета Федерации по социальной политике Федерального Собрания Российской Федерации; *Радаев В.В.*, первый проректор ГУ–ВШЭ; *Савостьянова В.Б.*, депутат Государственной Думы Российской Федерации; *Соловьев А.К.*, начальник Управления актуарных расчетов Пенсионного Фонда Российской Федерации; *Юдаева К.В.*, научный руководитель Центра стратегических разработок

- **Постоянная и временная бедность в России.** *Денисова И.А.*, Центр экономических и финансовых разработок (ЦЭФИР), *Брэдфорд Ф. Миллз*, Virginia State University (США)
- **Быть «бюджетником» – удачный выбор или несчастная судьба?** *Гимпельсон В.Е.*, Исследовательский центр трудовых отношений ГУ–ВШЭ
- **Дифференциация заработной платы и феномен работающих бедных в России.** *Лукьянова А.Л.*, Исследовательский центр трудовых отношений ГУ–ВШЭ
- **Моделирование последствий налоговых и социальных реформ.** *Халеева Ю.В.*, Центр экономических и финансовых разработок (ЦЭФИР)
- **Карьерные стратегии работников бюджетной сферы.** *Сурков С.В.*, Независимый институт социальной политики
- **Переход от учебы к работе выпускников учебных заведений.** *Роцин С.Ю.*, кафедра экономики труда и народонаселения экономического факультета ГУ–ВШЭ
- **Питание и здоровье населения России.** *Батулин А.К.*, Институт питания Российской Академии медицинских наук
- **Социально-экономические детерминанты курения в России.** *Арженовский С.В.*, Ростовский государственный экономический университет