

ЭФОРУМ

№ 2 (13) апрель, 2009 г.

БЮЛЛЕТЕНЬ

 ЛАБОРАТОРИИ
 ЭКОНОМИКО-
 СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ
 ИССЛЕДОВАНИЙ

ЗНАКОМИМСЯ.....2 **УЗНАЕМ**6 **УЧИМСЯ**10; 14 **ШУТИМ**17

 О новом языке
 перформативности
 в социологии: интервью
 с Виктором Вахштайном

 Перформативность
 и финансовый кризис:
 интервью с Дональдом
 Маккензи

 Арт-синема и арт-хаус:
 альтернативы массовому
 кинематографу
 и киноиндустрии

 Экономическая
 социология от А до Я:
 азбука для взрослых

Конный бизнес в России

Уважаемые читатели!

Перед Вами апрельский бюллетень Лаборатории экономико-социологических исследований «ЭСФорум». Его содержание фокусируется на идее альтернативности, на тех направлениях, которые возникают в противовес мейнстриму, ослабляя, а иногда и разворачивая его. В этом номере большинство статей в той или иной степени имеют отношение к созданию таких альтернатив – позитивизму, рыночной экономике, голливудскому кино, высокой науке и пр. «Вот, новый поворот, и мотор ревет, что он нам несет: пропасть или взлет, омут или брод?» – таков лейтмотив данного выпуска.


В нашей рубрике «Знакомимся» мы публикуем интервью с деканом факультета социологии и политологии МВШСЭН Виктором Вахштайном, в котором он рассуждает о новом, формирующемся в социологии дискурсе – перформативности. По его мнению, теоретики, занимающиеся этой идеей, предпринимают попытки радикального изменения привычного для современной науки языка описания.

Относительно последствий, к которым указанные попытки могут привести, размышляет один из зачинателей этого предприятия – профессор Университета Эдинбурга Дональд Маккензи. В рубрике «Узнаем» мы представляем перевод интервью «Перформативность и финансовый кризис», которое профессор дал электронному ньюслеттеру «Accounts». Кроме того, Дональд Маккензи рассказывает о главных причинах нынешнего финансового кризиса.

В рубрике «Учимся» помещены два эссе. В первом автор (студентка маги-



стратуры факультета социологии ГУ ВШЭ Мария Правдина) производит разбор понятий «арт-синема» и «арт-хаус», противопоставляемых массовому кинематографу и киноиндустрии, а также кратко излагает историю их возникновения. Вторая же работа под названием «Конный бизнес в России» подготовлена студенткой 3-го курса факультета социологии ГУ ВШЭ Екатериной Ярыгиной. Она попыталась разобраться в некоторых особенностях становления и организации отечественного конного рынка.

В рубрике «Шутим» мы начинаем публикацию азбуки «Экономическая социология: от А до Я». Ее автор – профессор ГУ ВШЭ Вадим Радаев. Когда-то мы уже издавали отдельные фрагменты этой азбуки, но то были лишь пробные наброски. А теперь это настоящий законченный букварь. Начиная с апрельского номера, мы предлагаем Вашему вниманию его полную и окончательную версию. 

Увлекательного вам чтения!
 Создатели «ЭСФорума»

О новом языке перформативности в социологии:



Виктор Вахштайн

к.соц.н., декан факультета социологии и политологии МВШСЭН, старший научный сотрудник Центра фундаментальной социологии ИГИТИ ГУ ВШЭ

– Виктор, сейчас у нас на кафедре – экономической социологии ГУ ВШЭ – распространяется инфекционное заболевание под названием «перформативный подход к анализу рынков». Пока оно имеет скрытый характер: говорить о нем боятся, тем более что даже те, кто уже им заразился, не до конца понимают, в чем состоит суть этого подхода.

– Инкубационный период заболевания... Вирус должен вызреть.

– Однако очевидно, что идея перформативности включает две составляющие. Первая берет свое начало в работах Брюно Латура и Мишеля Каллона и связана с социологией вещей. Вторая восходит к тезису о перформативности экономической теории – что экономика как наука формирует реальность, которую изучает. Насколько взаимосвязаны эти составляющие? В какой мере каждая из них конституирует перформативный подход?

– С перформативностью складывается забавная ситуация. Если мы спросим десять человек, присутствующих на одном семинаре, о том, что такое перформативность, мы не получим внятного, связного образа. И потому есть серьезное сомнение в том, что так называемый перформативный подход, который, конечно, пока никакой не подход, а про-

интервью с Виктором Вахштайном

сто совокупность интуиций, может быть оформлен. При том, что эти интуиции, безусловно, привнесены в экономическую социологию из общего плавильного котла, называемого современными теоретическими дискуссиями. В каком-то смысле это здорово, потому что в экономической социологии эти идеи находят применение: здесь есть эмпирические референты, поддающиеся описанию в понятиях этого языка. Например, теории практик. Нет никаких теорий практик, и мы это знаем. Тем не менее есть люди, такие как Вадим Волков и Олег Хархордин, которые с высокой долей научной добросовестности этот хаос упорядочивают, создавая теорию практик. При этом они совершенно искреннее признают, что практика упорядочивания, которую они используют, это и есть практика создания теории практик, т.е. перформативное действие. После чего легитимным становится вопрос: а есть ли хоть что-то, что объединяет разные теории практик или объединяет разные теории перформативности?

С теориями перформативности дело обстоит еще хуже, поскольку если теории практик выстроены вокруг некоторого общего набора аксиом, то перформативный подход к рынку такого набора аксиом не имеет. До тех пор пока не будет сформирован консистентный корпус текстов, все авторы которых так или иначе причисляют себя к перформативистам и подписываются под общим набором аксиом, манифестируя тем самым, что они «принимают как не требующее доказательств то, что...» и далее по пунктам. (Кстати, в теории практик это можно сделать, и это делается.) Я – не специалист по экономической социологии, и потому мне сложно сказать, есть ли такой набор аксиом у перформативного подхода к анализу рынков. Однако, думаю, было бы интересно проследить, как сами интуиции перформативности, изначально возникающие в лингвистической философии, трансформируются через призму ис-

следований науки и техники (STS) и приходят в социологию рынков. Если нам удастся реконструировать некий исходный, дотеоретический образ, который разделяют все теоретики перформативного подхода, тогда можно будет говорить о том, что такой подход существует.

– **Подход характеризуется набором аксиом?**

– Да. Сложнее сказать, насколько он им определяется? Но это уже другой вопрос. На основании аксиом мы можем выстраивать связную систему концептов. Но нужен аксиоматический базис – то, что будет принято на веру как интуитивно достоверное некоторым количеством самостоятельных теоретиков-исследователей. Вот, например, объект-центричная социальность Карин Кнорр-Цетины и акторно-сетевой подход Джона Ло и Брюно Латура имеют некоторый общий набор аксиом, хотя это и абсолютно разные проекты.

– **Не получается ли так, что формирование подхода – это не столько процесс поиска аксиом, сколько лаборатория, планомерно занимающаяся его институционализацией?**

– Институционализация – это нечто другое. Это когда десять человек выйдут в футболках, на которых спереди будет написано «перформативность», а на спине – «подход к рынку», и порвут их на себе как тельняшки... А вот лаборатория здесь действительно имеет место как лаборатория по созданию языков. Языки же создаются на базе «...не нами принятых идеализаций». Если мы попытаемся реконструировать дотеоретический образ мира на основе работ Латура, Каллона и Ло, то обнаружим, как справедливо замечает Олег Хархордин, «картину мира, еще от стойков идущую». Я бы к стойкам так далеко не восходил, но точно обратился бы к Жиллю Делёзу, для которого центральной была именно интуиция мира как столкновения бессубъектных сил. И тогда

получается, что действующий рас- творен в сети действий. Для нас те- перь нет субъекта действия. Точнее, разница между субъектом и объек- том действия стирается, поскольку смысл имеет только само действова- ние. Действовать, по выражению Ла- тура, значит опосредовать действия других. Действие есть опосредова- ние, и всякое опосредование есть действие. Действий, «зажатых» меж- ду другими действиями, нет. Нет прямых действий, и нет тех, на кого действие направлено. Такова карти- на эмерджентной перформативнос- ти. Отсюда потом появляется идея актанта. Почему мы говорим, что столы действуют, или, как в знамени- той статье Мишеля Каллона, дейст- вуют морские гребешки? Они дейст- вуют, потому что они вовлечены в сеть отношений действовани- я. Им делегированы какие-то действия, и они определенным образом могут эти действия ределегировать. Они – актанты. Как следствие возникает и внимание к материальным объек- там. Без них эта картина со-действия и противо-действия оказывается не- полной. В целом же речь идет о ра- дикальном переописании того, что есть действие *per se*. Действие те- перь – никоим образом не практика, не веберовское осмысленное дейст- вие, но наложение действий, выпол- ненных в разных форматах (как ска- зали бы фрейм-аналитики). Причем, если про формат еще говорить мож- но, то про действующего – уже нель- зя. Действующий становится про- должением того, что он делает. Ко- нечно, создатель фрейм-анализа Ир- винг Гофман любил повторить, что «нет людей и их действий, есть дей- ствия и их люди...», но такой разгул перформативности ему не снился да- же в страшных дотеоретических снах.

– **А если все-таки допустить, что происходит становление нового подхода...**

– Я бы не говорил о подходе. Тут речь идет не о подходе, а о языке. Потому что за словом «подход» сто- ит метафора, когда что-то есть само по себе, а ты просто к нему подхо- дишь с разных сторон: можно по- дойти так, можно – сяк... Но все, что дано науке, дано ей в языке.

Именно в языке конституируется предмет исследования. И вопрос тогда формулируется чуть-чуть ина- че: есть ли «язык перформативнос- ти» в социологии?

– **Вот именно с разных сторон... Получается, что, развивая новый язык, сторонники идеи перфор- мативности создают ситуацию, когда все то, что было сделано до них, канет в прошлое.**

– Это вероятно, но не очевидно. По- тому что так часто, как в XX в., сло- во «поворот» не использовалось ни- когда. Культурный поворот, лингви- стический поворот, поворот к матери- альному. Но «поворот» – это не все- гда «поворот к»; чаще это «поворот от». Поворот к культуре – это пово- рот от экономики. Поворот к матери- альному – это поворот от символи- ческого. Поворот к чему-то – это всегда попытка замены одного набо- ра аксиом другим. Теоретики, работа- ющие с идеей перформативности, предпринимают попытки радикаль- ного переописания, создают язык, отказываясь от базовых не только для языка науки, но и для языка всей американской и европейской культу- ры различий, как, например, субъект и объект, или одушевленное и неодушевленное. Стратегия «схло- пывания» одних различий и заме- на их другими различиями – испы- танное оружие теоретической борьбы. Таким образом, поворот – это всегда попытка разорвать с ка- ким-то наследием.

Впрочем, если перейти к составле- нию прогнозов, то я бы сказал, что ничего страшного не произойдет. Новые понятия, так или иначе, свя- жутся с другими аксиомами.

– **По Вашему мнению, какие су- ществуют возможности для тако- го «связывания»?**

– Они свяжутся сами; в тот момент, когда язык появляется и доказывает свое право на существование, он пе- рестаёт быть «тайным оружием» теоретиков. И происходит «merging» – сползание языков, по сути, возврат...

– **Часть понятий будет заимство- вана из одного языка, часть – из других?**

– Именно. Потому что радикальное переописание, на котором настаива- ют, например, сторонники акторно- сетевого подхода, в полной мере не- возможно. Слишком многим при- шлось бы пожертвовать. И в значи- тельной степени подобная жертва оз- начала бы разрыв со здоровым смыс- лом науки. Конечно, очень интересно изучать сеть между рыбаками, уче- ными и моллюсками. Но в тот мо- мент, когда среднестатистический доцент среднестатистического Урю- пинского университета прочтет про моллюсков, а точнее, про продолже- ние их собственных моллюсковых действий, а вернее – про продолже- ние действий, которые были им деле- гированы, а еще вернее – об элемен- тах сети, опутывающей все в мире, включая моллюсков, морские камни, лодки, рыбаков, весла, научные лабо- ратории, Латура с Каллоном и его са- мого, доцента Урюпинского универ- ситета, он почувствует, что его где-то обманывают. И как только он почув- ствует себя обманутым, язык окажется на пути к тому, чтобы стать «мерт- вым языком». Порывая со здоровым смыслом, даже если говорить о здра- вом смысле академических ученых, мы, возможно, создаем очень краси- вую, интересную, богатую интерпре- тативными возможностями, однако, увы, не очень жизнеспособную схе- му. Поэтому, если мы, например, по- смотрим, что такое работы Карин Кнорр-Цетины сегодня, то увидим, что они вполне традиционны. Да, она пишет про объект-центричную соци- альность, во многом опирается на Мартина Хайдеггера, в каком-то смысле возвращается к онтологии, пытается посмотреть, что там по ту сторону языка описания, но в целом исходит из довольно традиционного понимания социального мира.

– **Как Вы считаете, сторонники идеи перформативности занима- ются социологией науки или со- циологией повседневности? По- нятно, что субъекта для них нет, но что является объектом? Пер- формативность – это проект про- тив науки или попытка расши- рить ее объяснительные возмож- ности, принимая во внимание роль объектов в формировании реальности?**

– Даже то, что начинается со слов «нам нужна радикальная ревизия науки» с выходом на уровень эмпирического исследования, все равно заканчивается расширением объяснительных возможностей. В эмпирических исследованиях невозможно использовать в качестве ресурса мысли только Каллона или только Латура. Всегда будет привлечен кто-то еще. Так и происходит сращение языков – традиционных и радикальных. Для человека, который будет изучать машинную коммуникацию, Латур в чем-то рядоположен Люси Сачмен, Люси Сачмен – Гарольду Гарфинкелю, а Гарфинкель – более традиционным теоретикам. В тот момент, когда возникает потребность применения понятийного ряда на практике, происходит возврат к традиционному, слияние теоретических языков.

– Каким же образом можно использовать одновременно несколько теорий с разными основаниями?

– Три года назад в ГУ ВШЭ был семинар¹, на котором собрались экономсоциологи и экономисты. Один из его участников сказал: «Коллеги, я не понимаю, о чем вы здесь спорите: экономика, экономическая социология... Наука – это ящик с инструментами. Видите, вам подходит дрель, и берете дрель. Подходит ножовка – берете ножовку. А если не хватает, вы склеиваете скотчем ножовку и молоток и работаете этим. Что еще нужно?» Инструментальная метафора, представление о том, что теории есть просто инструмент для нашей работы, выводит нас на вопрос «смотря для чего». Якобы, хотите – берите акторно-сетевую теорию, хотите – работайте с перформативностью, как она понималась раньше в философии языка, хотите – добавьте что-нибудь экзотическое типа феноменологии или символического интеракциониз-

ма. Однако тут есть маленькая проблема: теоретические языки опираются не на одни только аксиомы, в основании теории лежит метафора. И потому, если мы изучаем, скажем, рынок как систему транзакций или как сеть распределенных в пространстве и времени взаимодействий, метафоры могут быть совместимыми, а могут быть несовместимыми. Несовместимые на аксиоматическом уровне метафоры не позволяют нам одновременно оперировать несколькими теориями. Мы должны реконструировать базовые метафоры языков, – такие, например, как актант, взаимоналожение сил или пространство у Джона Ло, привносящего в социологию некоторые понятия топологии, – и посмотреть, каковы пределы совместимости разных метафор. И тогда мы видим, что в работе Брюно Латура «Об интеробъективности»² отнюдь не осуществляется революция, а происходит развитие традиционных подходов в социологии; и что, например, в изучении денег как материальных объектов в повседневных коммуникациях базовая метафорика фрейм-анализа совместима с концепциями Джона Ло – они одинаково фокусируют внимание исследователя. Несколько лет назад Айман Тимошина в «Шанинке»³ написала очень любопытную магистерскую диссертацию на эту тему. Что такое деньги не с точки зрения социологии денег, а с точки зрения социологии повседневности? Материальная вещь. Да, экономисты пренебрегают материальной формой денег. Однако, как только в отечественном кафе вы оставляете чаевые большой горстью монет, материальная форма начинает приобретать значение: она переводит взаимодействие с официантом в другой фрейм – фрейм милостыни. У нас не принято оставлять горсть монет, даже если там будет 100–200 руб. Можно, конечно, не относиться к деньгам как к материальным объек-

там, но когда вы понимаете, что у вас нет мелких банкнот, чтобы оставить на чай, или когда вам не дают разменять крупную купюру в маршрутке, вы осознаете, что деньги материальны. С точки зрения повседневных взаимодействий деньги – это материальные объекты. Это то, что нам говорит социология повседневности. В этот же момент акторно-сетевая теория дает нам язык для «говoreния» о деньгах как о материальных вещах: сетевая формула денег, деньги как существующие одновременно в нескольких пространствах, топологическая комплексность денег, соположение денег и материальных тел. Появляется язык с разными концептами, который позволяет говорить о деньгах не как об элементе экономической системы значений, а как о материальном объекте, «живущем» наряду с другими материальными объектами, укорененном в повседневной ситуации взаимодействия и обладающем перформативностью. Только перформативность здесь другого порядка. Перформативность денег как их способность перевести взаимодействие в другой формат, способность к рефреймингу. И тогда включается еще один теоретический язык, и мы видим, что вместе они позволяют описать и проинтерпретировать довольно внятный класс легко узнаваемых ситуаций.

– Значит, в исследовании вполне могут «уживаться» такие разные теоретические каркасы...

– Одновременное применение разных концептов может обернуться дурной эклектикой: «вот еще есть один модный мужик, он сказал вот то-то и то-то, эта тетка ему возразила, а мы дальше пойдём и проведем пять интервью». Искусение синтезировать дрель и ножовку, как бы они ни сопротивлялись, порой непреодолимо. Для того чтобы этому искусению противостоять, нужно учиться относиться к проектированию исследования как к работе архитектора. В фундамент лягут метафоры и аксиомы. Несущие конструкции и стены будут выполнены из концептов. Концепты будут четко операционализированы, и в соответствие каждому из них будет внятно поставлен оперант (наблюдаемый

¹ Речь идет о семинаре, прошедшем под руководством Евгения Ясина в рамках серии «Экономическая политика в условиях переходного периода» 26 сентября 2007 г. С докладом «Какой модели человека принадлежит будущее – экономической, социологической?» выступил Вадим Радаев. Ему оппонировали Сергей Афонцев и Ростислав Капелюшников // http://p1.hse.ru/temp/2007/09_26_seminar.shtml.

² Латур Б. Об интеробъективности // Социология вещей / под ред. В. Вахштайна. М.: Изд. дом «Территория будущего», 2006. С. 169–198.

³ Неформальное название Московской школы социальных и экономических наук, произошедшее от фамилии ее создателя и первого ректора – Теодора Шанина.



референт понятия). Это обеспечит, как минимум, узнавание мира в различениях: «о, это – проявление делегирования, или это – перформативность». Когда происходит такое «объясняющее схватывание», теоретический язык работает – различает и объясняет. И тогда эмпирические референты, т.е. все то, что мы сумеем распознать в реальности благодаря теоретическим языкам, окажется прочно привязанным к фундаменту аксиом и несущим конструкциям концептов. Это как с игрой «Second Life»⁴, где деньги виртуальны, а паттерны повседневного поведения проявляются так, как если бы деньги, передаваемые игроками из рук в руки, были абсолютно материальны.

– Но ведь в игру «Second Life» и совершенно реальные деньги вкладываются⁵...

– Да. Но благодаря тому, что существует обменный курс американского доллара на Linden Dollar, проис-

ходит конвертация опыта. За счет конвертации опыта становятся возможными ситуации, когда, например, ФБР предъявляет создателям «Second Life» иск о неуплате налогов казино, существующем на территории «второй жизни».

– Иначе говоря, события игры начинают распознаваться как реальные...

– Именно так. Из-за того, что курс установлен и можно перевести деньги из одного мира в другой, события игры становятся реальностью первого порядка, начинают восприниматься наряду с событиями повседневного мира. Таким образом, конвертируемость денег в реальности игры и в реальности повседневной жизни – это механизм, который дает возможность привлечь к ответственности, позволяет привести один мир в соответствие другому. Анализ подобного рода феноменов потребует от нас

серьезного переописания того, что такое деньги, что такое рациональность, что такое мотивация. Кстати, в «Second Life» происходит значительная трансформация мотивов. Экономическая мотивация в чистом виде там отсутствует. Недавно вышла интересная статья о том, почему, создавая бизнес в «Second Life», люди отказываются продавать его даже тогда, когда он приносит ощутимые убытки, а его продажа сулит ощутимые прибыли. Видимо, они не относятся к бизнесу в игре как к бизнесу, для них он – нечто большее...

Экономическая социология, как и вся социология сегодня, испытывает сильный дефицит языка. У нас нет языков для того, чтобы говорить об очень многих вещах. Например, о финансовых процессах в игре «Second Life». Язык классической веберовской рациональности тут не срабатывает, возникают какие-то другие интенции. Нам не хватает концептуализаций и языка описания для того, чтобы говорить об экономическом действии в игре «Second Life» и экономическом действии на Черкизовском рынке как о двух типах одного и того же действия. Нужны другие языки, другие способы описания, которые сумеют сделать этот очевидно относящийся к экономической социологии объект доступным для интерпретации.

– Почему сегодня мы сталкиваемся с дефицитом понятий? Изменилась реальность, и привычного языка описания становится недостаточно? С помощью нового языка мы будем описывать то, чего раньше не замечали, или то, чего раньше не было, что лишь недавно появилось?

– Традиционная версия ответа звучит так: реальность поменялась, и нужно срочно адаптировать к ней язык. В то же время язык описания и феномены, которые он описывает, живут своей автономной жизнью, и в своих законах язык напрямую не зависит от объектов описания – что бы ни говорили по этому поводу теоретики перформативности и их оппоненты. Что меняется? Прежде всего меняется сам язык. Когда пятьдесят лет

⁴ «Second Life – многопользовательская онлайн-игра, представляющая собой трехмерный виртуальный мир. Игра была разработана и запущена в 2003 г. компанией Linden Lab (Сан-Франциско). Second Life – не столько игра в обычном понимании, сколько виртуальное пространство с определенными свойствами. Здесь нет необходимости зарабатывать очки, "прокачивать" своего персонажа, нет присущих обычным играм заданных сюжетом заданий. Вместо этого владельцы аккаунтов получают возможность выбрать наиболее приемлемый для них способ виртуального существования – создание виртуальных товаров, строительство, покупку и продажу виртуальной земли, создание виртуальных предметов искусства, общение в чате или голосом, путешествия по многочисленным примечательным местам виртуального мира» // http://ru.wikipedia.org/wiki/Second_Life.

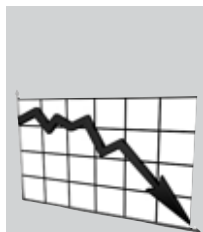
⁵ «В Second Life есть также внутренняя валюта под названием Linden Dollar, которую можно получить, обменяв на настоящие деньги; предусмотрена также обратная конвертация, что создает возможность организации в Second Life вполне реальных бизнес-схем» // http://ru.wikipedia.org/wiki/Second_Life.

назад создавались работы по социальной драматургии, возникали серьезные сомнения в том, что это вообще социология. Тогда социология строилась на аксиоматике целерационального действия. И тут появляется теория, которую и теорией-то трудно было назвать, утверждающая, что базовая мотивация людей состоит в производстве хорошего впечатления, в стремлении понравиться окружающим, в фабрикации хорошего мнения о себе. Это было сильное изменение языка описания. Акторно-сетевой подход с его идеей о том, что нет ни субъектов, ни объектов, а есть лишь сеть действий и отношений делегирования, в которые включены материальные вещи, – это тоже пример значительной трансформации языка описания. И единого мнения о причинах подобной трансформации нет. Так, Кнорр-Цетина считает, что вещи сегодня играют более активную роль, и потому они более заметны и вездесущи, чем пятьдесят лет назад. Латур придерживается прямо противоположной позиции, говоря: «Да нет, просто языки исчерпали себя. Проблема в самих языках, а не в том, что они описывают».

Александр Филиппов как-то заметил: «Вот, предположим, я занимаюсь Вебером, и мне ужасно близок веберовский персонаж – целерациональный, последовательный, рефлексивный, соотносящий средства и цели, цели и ценности – потому что во многом это человек, который науку создал. Но оборачиваюсь я вокруг себя и не вижу веберовских персонажей». Оборачиваясь сегодня, я вижу не веберовских субъектов, а латуровских актантов. Не нравятся мне актанты, но этот язык дает широкие описательные возможности. Языки направляют взгляд исследователя, благодаря чему в поле его зрения попадает множество феноменов, дотоле туда не попадавших. И в этом их ценность. А вера в то, что новые языки упразднят одну науку, и на смену ей придет другая – это просто такая теоретическая мантра. Говорят, она помогает даже тем, кто в нее не верит. 

Беседовала Елена Александрова

Перформативность и финансовый кризис: интервью с Дональдом Маккензи¹



Дональд Маккензи

профессор социологии
Университета Эдинбурга

Перевод Дарьи Филипповой

– Ваши предыдущие работы фокусировались на различных темах по социологии науки – начиная от статистики XIX в. и заканчивая управлением ядерными ракетами. Как случилось, что Вы начали интересоваться экономикой в целом и финансами в частности?

– Мой первоначальный интерес лежал в области социологии науки и техники. Я всегда пытался выбирать темы, которые имеют значимые последствия для жизни людей; исключение составила лишь моя первая работа о развитии математической статистики², которая была одновременно моей PhD диссертацией и «научным» исследованием. В конце 1990-х гг., как раз, когда я заканчивал проект по безопасным компьютерным системам (safety-critical and safety-critical computer systems) и начал искать что-то новое, Колин Белл (Colin Bell) – на-

чальник подразделения, в котором я работал, – дал мне почитать копию книги Питера Бернштейна (Peter L. Bernstein) «Против Богов»³. Большая часть книги посвящена истории статистики, и потому была мне знакома, но вот заключительные главы, в которых описывается развитие современной экономики финансов, и в частности, разбор истории возникновения модели Блэка–Шоулза–Мертонна ценообразования на рынке опционов, проделанный Бернштейном, меня восхитили. (Опцион – это договор или ценная бумага, которая дает своему владельцу право, но не обязывает его или ее купить актив по определенной цене или, в случае с обратной формой договора, продать его по определенной цене.) Для социолога науки и техники такого рода тема представляет большой интерес! Поскольку модель Блэка–Шоулза–Мертонна опирается на вероятностное исчисление, мы имеем дело с чем-то вполне «техническим», но при этом это техническое оказывает существенное влияние на жизни людей благодаря той роли, какую для них играют финансовые рынки. Вот это меня и зацепило!

– Для тех, кто недостаточно знаком с социологией финансов, как бы Вы определили понятие «перформативности»?

– Насколько я знаю, понятие «перформатив» было введено в употребление представителем лингвистической философии Дж. Л. Остином⁴, который использовал его применительно к высказываниям, не просто

¹ Performativity and the Financial Crisis: An Interview with Donald MacKenzie // ASA Economic Sociology Section Newsletter «Accounts». 2008. Vol. 8. Iss. 1. P. 4–7.

² McKenzie D. Statistics in Britain, 1865–1930: The Social Construction of Scientific Knowledge. Edinburgh: Edinburgh University Press, 1981.

³ Bernstein P. L. Against the Gods: The Remarkable Story of Risk. N.Y.: John Wiley & Sons, Inc., 1996.

⁴ Джон Лэнгшо Остин (Austin, John Langshaw) (1911–1960) – английский философ, основоположник теории речевых актов. – Примеч. перев.

Дональд Маккензи является профессором социологии Университета Эдинбурга. Среди его книг: «Двигатель, не камера» и «Создают ли экономисты рынки?»** [соредакторы Фабиан Муньеса (Fabian Muniesa) и Люсия Сиу (Lucia Siu)]. Его следующая книга – «Материальные рынки: как конструируются экономические агенты?»***

описывающим уже существующее положение дел, а осуществляющим действие. К примеру, опоздав на встречу, я вхожу и говорю: «Извините». В этом случае мое высказывание не описывает какое-то предшествовавшее положение дел; оно делает данное положение дел реальным. Мое высказывание и есть извинение; оно – «перформативное высказывание».

Таким образом, идея перформативности заключается в том, что научно-технологические сферы, к которым я отношу и экономическую теорию, не всегда просто описывают уже существующий внешний мир, но изменяют его, например, иногда обращаясь к некоторому порядку дел, они тем самым создают его. Ключевым автором, который заставил нас профессионально осознать эту сторону экономической науки, является французский социолог науки и экономсоциолог Мишель Каллон, особенно в вышедшей под его руководством в 1998 г. книге «Законы рынка»⁵. Рассмотрим, к примеру, модель ценообразования опционов Блэка–Шоулза–Мертон. До того момента, как она была сформулирована – в начале 1970-х гг. – наблюдаемые схемы установления цен на опционы отвечали заложенным в ней принципам лишь приблизительно. После того как трейдеры опционов (option traders) начали применять эту мо-

дель в своей работе, соответствие между моделью и рынком значительно выросло. Причины того, почему это произошло, сложны, но в качестве одного из таких факторов можно указать тот факт, что трейдеры начали использовать эту модель с целью «поиграть» (exploit) на разнице между рыночными ценами и ценами, прогнозируемыми моделью, поступая таким образом, они приблизили реальные паттерны ценообразования (patterns of prices) к постулатам модели.

Это пример сильной формы перформативности, т.е. когда примененные модели способствует реализации тех закономерностей, которые ею же постулируются. Но если обобщить, то можно сказать, что экономическая наука и связанные с ней сферы рыночной деятельности, например бухгалтерский учет, зачастую не просто описывают положение дел, а влияют на него.

– **Какие взаимосвязи, если таковые вообще имеются, Вы видите между «перформативностью экономической науки» и текущим финансовым кризисом?**

– Я вижу множество связей. Математические модели находятся в самом эпицентре ситуации, которая сделала возможным этот кризис. Как известно, его сердцевиной (core) являются предоставляемые в США субстандартные ипотечные займы (sub-prime mortgage lending)⁶, которые не достигли бы такого масштаба распространения, если бы не было возможности продавать суммарные ипотечные займы в виде облигаций, а затем переупаковывать эти облигации в еще более сложные финансовые инструменты – такие как облигации, обеспеченные долговыми обязательствами – ООДО (collateralized

debt obligations – CDO). (ООДО представляют собой производный финансовый инструмент, позволяющий инвесторам взамен платежей амортизировать убытки, которые они несут из-за неоплаченных долгов в пуле активов, включая облигации и ссуды.) ООДО образуют иерархию траншей (tranches). Младший транш (equity tranche), имеющий самую высокую доходность, амортизирует первые убытки, объем которых не превышает порогового значения, например, в 3%. За младшими траншами следует менее рискованный, но и менее прибыльный мезанинный транш (mezzanine tranche) или транши. Стандартный мезанинный транш включает в себя от 3 до 6% убытков, т.е. он будет покрывать убытки, только если суммарные потери в данном пуле станут превышать 3%, и потом продолжит амортизировать эти потери до тех пор, пока они не достигнут 6%. Над мезанинным траншем (или траншами), возвышаются соответственно менее рискованные и менее доходные старшие и суперстаршие транши (lower-return senior and supersenior tranches).

Даже самый опытный банкир не сможет оценить облигации, обеспеченные долговыми обязательствами, прочитав лишь проспект эмиссии: общий пул долга, который лежит в основе такого рода ООДО, будет сформирован множеством долгов различных заемщиков, и вы должны учитывать не только риск невыполнения обязательств каждым из них, но и связанность, и корреляцию несоблюдения этих обязательств. Математические модели были необходимы для получения достоверного знания о свойствах сложных инструментов подобного рода. Без этого достоверного знания было бы значительно сложнее предлагать и распродавать ипотечные и другие формы займов. Впрочем, если бы так нельзя было делать, то мы бы имели гораздо меньше безответственного и хищнического кредитования.

– **Хотя экономические модели и финансовые инструменты рассматриваются в качестве важных**

* McKenzie D. An Engine, not a Camera: How Financial Models shape Markets. Cambridge: Mass.: MIT Press, 2006.

** McKenzie D., Muniesa F., Siu L. Do Economists Make Markets? On the Performativity of Economics. Princeton, NJ: Princeton University Press, 2007.

*** McKenzie D. Material Markets: How Economic Agents are Constructed? Oxford: Oxford University Press, 2009.

⁵ The Laws of the Markets / ed. by M. Callon. Oxford: Wiley-Blackwell, 1998.

⁶ В начале 2000-х гг. финансисты с Уолл-стрит разработали ипотечные схемы для заемщиков с неблагополучной кредитной историей. Они получили название «субстандартные кредиты», и их массовая выдача началась в 2003 г. Отмечается, что иногда для получения займа не требовалось ни предварительных платежей, ни предоставления сведений о доходах // <http://drugoe.us/articles/article.php?ID=1585>. – Примеч. перев.

В целом проблемой, приобретающей все более значительные масштабы, является то, что современная практика бухгалтерской отчетности (accounting practice) требует, чтобы ценные бумаги переоценивались в соответствии с текущими рыночными ценами («marked to market»); другими словами, их балансовая стоимость должна меняться вместе с флуктуациями рыночных цен, а результирующие изменения должны быть отражены в счете прибыли и убытков банка. В большинстве случаев рынки уже потеряли свою ликвидность, и единственные цены, на которые вы можете рассчитывать, – это бросовые цены, когда попавшие в затруднительное положение держатели ценных бумаг вынуждены их распродавать. В этом и состоит опасный шаг к тому механизму, который был описан Каррутерсом и Стинчкомбом. Как они показывают, рыночная ликвидность зависит от происходящих событий, однако переоценка ценных бумаг на основе текущих котировок и прочие производящие информацию механизмы (fact-generation mechanisms) в свою очередь зависят от ликвидности. Таким образом, мы имеем порочный круг, в который попала в настоящее время банковская система. Остается выяснить, удастся ли Министерству финансов США с помощью разработанного им \$700-миллиардного плана порвать этот порочный круг и заново установить надежные рыночные цены.

– Есть ли у социологии финансов особые концепции, которые могли бы помочь законодателям предотвратить будущие кризисы?

– Я думаю, что социология финансов может дать полезные инструменты, демонстрируя, что рынки населены не абстрактными рациональными индивидами, которые обычно предполагаются экономическими моделями, а живыми людьми, связанными между собой социальными сетями, укоренены в рыночных культурах, пользующимися техническими системами, придерживающимися определенных верований, и т.д. Но нам также нужно быть очень осторожными. После


кризиса всегда существует неосознанное стремление воспользоваться регулятивными мерами, которые, если бы их применили, могли бы предотвратить этот самый кризис. Кризисы повторяются не сами по себе, следуя какой-либо простой логике, но только если участники рынка не смогли вынести из них должного урока. Таким образом, попытка предсказать механизмы следующего финансового кризиса, а также поиск путей выхода из него представляют собой сложную, наверное, даже невозможную задачу. Мы рискуем закрыть определенную дверь, сквозь которую совсем недавно пронеслась лошадь, тогда как конюшня имеет много дверей, о некоторых из которых мы просто ничего не знаем.

– Расскажите нам немного о своей новой книге «Материальные рынки: как конструируются экономические агенты?»⁹, которая в скором будущем должна выйти. Для кого и о чем она?

– Книга «Материальные рынки» преследует две цели. Прежде всего она старается оформить «перформативистский подход» (или «социологические исследования финансов») в виде набора из десяти принципов, необходимых для проведения эмпирических исследований. В их числе: 1) реальность имеет значение, 2) акторы обладают телом (embodied), 3) калькуляция материальна и распределена (distributed), и т.д. Далее она иллюстрирует данные аксиомы на примере пяти эмпирических исследований: торговли, осуществляемой хедж-фондом¹⁰; развития рыночных обменов финансовыми деривативами (financial derivatives); практики скупки и продажи ценных бумаг; того, как формируются показатели корпоративных прибылей; а также появления рынков углерода (carbon markets). Я очень надеюсь на то, что аспиранты и другие исследователи в сфере экономической социологии и связанных с ней областях прочитают ее; возможно, текущий кризис сможет привлечь к ней вни-

мание также и со стороны непрофессиональных читателей.

– Что стоит на повестке дня для перформативности и социологии финансов?

– Предсказывать, что произойдет дальше, всегда трудно, повторю лишь слова, которые я уже сказал в отношении финансового кризиса: я уверен, что следующее важное открытие будет представлять собой нечто такое, о чем многие из нас, работающие в данном поле, и не думали вовсе. Конечно, если сделать вывод, что исследовательская перспектива данной области состоит в создании социологии материального (material sociology) – социологии, которая учитывает телесную (embodied) и укорененную (embedded) природу экономических агентов, оперирование ими техническими системами и т.д., тогда поле для деятельности окажется очень обширным. Сам я занимаюсь двумя основными направлениями. Во-первых, исследую то, как производится знание о свойствах таких сложных финансовых инструментов, как ООДО, и пытаюсь разработать «историческую социологию» этого процесса, наблюдая за изменениями в механизмах, порождающих факты, а также за изменениями в надежности тех фактов, которые они производят. Во-вторых, я изучаю возникающие рынки выбросов парникового газа и, в частности, проблему «тождественности». Существует большой вопрос, должна ли тонна диоксида углерода, выделившегося в одном месте, быть приравнена к тонне углерода, выделенного или поглощенного где-то еще, или же к эквивалентной ему величине другого подобного газа. Ведется множество споров по поводу углеродных рынков среди людей, придерживающихся различных позиций в отношении этого вопроса; множество трудностей при создании подобных рынков сводится к проблемам конструирования адекватной тождественности. 

⁹ McKenzie D. Material Markets: How Economic Agents are Constructed? Oxford: Oxford University Press, 2009.

¹⁰ Хедж-фонд (hedge fund) – фонд по управлению ценными бумагами с высокой степенью риска – *Примеч. перев.*



Мария Правдина

студентка магистратуры
факультета социологии ГУ ВШЭ,
младший научный сотрудник
ЛЭСИ

Арт-хаус – модное словечко. Но чем чаще оно употребляется, тем менее понятным оказывается его смысл. Еще одно, не столь популярное, но столь же загадочное для непрофессионального зрителя слово – арт-синема. Все мы как будто представляем, о чем речь, но попытки объяснить, что такое арт-хаус и арт-синема, нередко заводят нас в тупик: как правило, они сводятся к перечислению таких неочевидных эпитетов, как авторское, независимое, интеллектуальное, некоммерческое, элитарное, «не для всех», которые далеко не всегда проясняют истинный смысл.

Наша статья состоит из двух частей. В первой мы дадим определение каждому из перечисленных признаков. Во второй уже непосредственно остановимся на истории возникновения понятий «арт-синема» и «арт-хаус». Один из интересующих нас вопросов: какие социальные, культурные и экономические процессы сыграли важную роль в появлении арт-хауса и арт-синема.

Авторское, независимое, интеллектуальное и далее по списку

Посмотрим сначала на перечисленные нами определения. Авторское, или режиссерское, кино – самый общий термин, описывающий такую модель организации кинематографа, в которой на первый план выходит автор произведения, т.е. режиссер. Последний играет ключевую роль на всех этапах создания фильма и контролирует весь процесс:

Арт-синема и арт-хаус: альтернативы массовому кинематографу и киноиндустрии

от продумывания замысла и написания сценария до финального монтажа и озвучивания. В авторском кино заключена идея свободного творчества и выражения индивидуальности: фильм – личное воплощение идей режиссера с помощью кинематографических средств, составляющих его неповторимый стиль. Описание авторского кино связано не столько с указанием отдельных направлений, сколько с перечислением конкретных авторов и их работ¹. Это режиссеры, чьи имена составляют так называемый «большой канон» – Феллини, Висконти, Бертолуччи, Бергман, Тарковский, Годар, Трюффо, Фассбиндер и др.; режиссеры американского студийного кино – Хичкок, Фуллер, Хоукс и пр.; наконец, современные авторы – Тарантино, Озон, Кустурица, Муратова, фон Триер, Китано, Кар Вай. Этот список можно продолжать долго.

Заблуждение – думать, что авторское кино противопоставляется американскому кино в целом. Последнее может быть в такой же мере авторским, в какой режиссер контролирует процесс кинопроизводства и воплощает свой индивидуальный стиль при создании фильма. Само понятие «авторства» появилось в 1960-е гг., когда французские критики журнала «Cahiers du Cinema» разрабатывали «авторскую теорию» в кинематографе, анализируя работы режиссеров американского студийного кино².

Последние, несмотря на сотрудничество с крупными голливудскими студиями, смогли сохранить авторский кинематографический стиль.

Понятие арт-синема (Art Cinema) – международный термин, используемый для обозначения авторского кино. По крайней мере, в научной литературе он употребляется прежде всего применительно к европейскому авторскому кино и рассматривается как специфически европейский феномен. Для его описания в российской исследовательской практике также используется более сложная конструкция – «авторский интеллектуальный европейский кинематограф»³.

Следующее определение – «независимый» (independent film, indie film) – относится к американскому кино, произведенному вне, т.е. независимо от, основных киностудий США, так называемых студий-мейджеров (сегодня это Big Six: Warner Bros., Paramount, Columbia, 20th Century Fox, Universal, Disney). В данном случае независимость напрямую связана с возможностью свободно реализовать авторскую идею. Работая в голливудских студиях-мейджерах, режиссер, как правило, лишен подобной свободы: он подчинен жанровым требованиям, и его действия целиком контролируются (вплоть до прямого руководства) теми, кто обеспечивает финансирование.

¹ Режиссерские имена могут быть сгруппированы в несколько «авторских канонов», которые очерчивают определенные периоды в истории развития авторского кинематографа. Подробнее об этом и о других моментах, связанных с моделью авторского кинематографа, можно прочитать в словарной статье Н.В. Самутиной: Самутина Н.В. Кино авторское (режиссерское кино) // Энциклопедия «Кругосвет». <http://www.krugosvet.ru/articles/107/1010728/1010728a1.htm>.

² Самутина Н.В. Авторский европейский интеллектуальный кинематограф // Киноведческие записки. 2002. № 60.

³ Там же.

Некоммерческий статус кино и его интеллектуальность (следующие два определения) взаимосвязаны. Они отсылают нас к фильмам, чьи создатели не ставят цели собрать астрономические кассы, увлекая зрителя проверенными жанровыми ходами. Напротив, режиссеры поднимают серьезные философские и социальные вопросы, говоря на нетривиальном кинематографическом языке. Это – трудное для восприятия кино, которое требует непростой умственной работы. Оно, как следствие, не претендует на сборы, сопоставимые со сборами голливудских блокбастеров. Коммерческий успех может быть важной, но не приоритетной целью интеллектуальных некоммерческих фильмов. В любом случае его достижение потребует особой институциональной организации проката, о которой мы поговорим позже.

Не охваченными в нашем списке остались эпитеты «элитарное» и «не для всех». Они в меньшей степени относятся к производству и в большей – к позиционированию и прокату фильмов. К этим понятиям мы вернемся, когда речь пойдет об истории арт-хауса.

Суммируем все сказанное. Существует понятие «арт-синема», или «авторский интеллектуальный европейский кинематограф». Оно вбирает в себя большую часть перечисленных в начале определений и выражает ту идею, что понимание кино как искусства, интеллектуальной практики и авторского, стилистически уникального высказывания зародилось в Европе. Затем в терминах авторства и интеллектуальности стал анализироваться американский кинематограф; выделились американские режиссеры, чьи имена вошли в канон авторского кино. Термин же «независимый» отсылает нас к формальной организации кинопроизводства (вне американских студий-мейджеров), но, по сути, определяет свойства самого фильма. Например, такой представитель авторского кинематографа, как американский режиссер Джим Джармуш, является также представителем независимого американского кино.

Что же такое арт-хаус? Если понятие «арт-синема», затрагивающее

текстуальные характеристики фильма и институциональный контекст его создания, наиболее часто употребляется в академической литературе, то «арт-хаус» – изначально термин кинопрокатчиков, родившийся в киноиндустрии. Дома кино, или art house theatres, – это кинотеатры, появившиеся в США после Второй мировой войны и созданные для показа определенного рода фильмов. Другими словами, арт-хаус – это специфическая модель не производства фильма, а кинопроката – стратегия позиционирования кинотеатра, его владельцев, аудитории и репертуара.

Об истории возникновения арт-синема

Разобравшись в понятиях, мы вкратце затронем историю возникновения арт-синема и арт-хауса. Каждому из них посвящены книги, поэтому краткость в данном случае – смелый шаг. Однако мы не ставим перед собой цель описать все тонкости процессов, а лишь обозначим любопытные связи и закономерности, о которых при желании можно подробно прочитать в соответствующей литературе. Речь идет о взаимосвязи культурных, социальных и экономических факторов⁴, сочетание которых определяет и направляет развитие кинематографа. Зафиксировать эти факторы и «измерить их силу» можно в том случае, если кинематографические явления (будь-то арт-синема или арт-хаус) анализировать системно и с точки зрения их институциональной организации. Название статьи Стива Нила, одного из основных исследователей арт-синема, кратко выражает такой подход: «Арт-синема как институция»⁵. В свою очередь Барбара Вилински, исследователь арт-хауса, отмечает,

что изучение арт-хаусных кинотеатров не должно ограничиваться анализом текстуальных свойств прокатываемых фильмов. Исследование бизнес-процессов и кинопрокатных стратегий расширяет понимание того, как появился арт-хаус, и – в конечном счете – как экономические инициативы и стратегии повлияли на утверждение кино как искусства и интеллектуальной практики.

Среди западных исследователей анализом модели арт-синема помимо С. Нила занимаются, например, Ж. Венсендо, Д. Бордуэлл, в России авторский интеллектуальный европейский кинематограф исследуется в работах Н.В. Самутиной⁶. Каждый из фильмов арт-синема уникален в силу индивидуального стиля автора, но есть в них нечто общее, дающее право говорить о специфической модели кинематографа. Вот некоторые характерные черты арт-синема⁷: отношение к кино как к искусству, а не развлечению; ориентация на содержательную глубину, а не на зрелищность; акцент не на действии, а на характерах и мотивах героев; отказ от однозначности считываемых жанровых схем в пользу сложности и неоднозначности кинотекста; внимание к философским вопросам, конфликтным ситуациям и проблемам личности; использование оригинального киноязыка и новаторских стилистических приемов.

Хотя некоторые черты арт-синема проявлялись и в кино начала XX в., но как культурное единство эта модель кинематографа существует с 1940–1950 гг.⁸ Что способствовало развитию арт-синема? С. Нил особое значение придает экономическим факторам и роли европейских государств, рассматривая арт-синема как ответ на экспансию американского кино на европейских рын-

⁴ Развитие кинематографа, безусловно, направляют и другого рода факторы (например, идеологические и политические), но мы сконцентрируемся на перечисленных трех.

⁵ Нил С. Арт-синема как институция // Логос. 2002. № 5–6.

⁶ Можно назвать, например, такие работы: Нил С. Арт-синема как институция (Neale S. Art Cinema as Institution // Screen. 1981. Vol. 22 (1)); Vincendeau G. Issues in European Cinema // The Oxford Guide to Film Studies. Oxford, 1998. P. 440–448; Bordwell D., Thompson K. Film Art. An Introduction. N.Y., 2003; Самутина Н.В. Авторский интеллектуальный кинематограф как европейская идея // Киноведческие записки. 2002. № 59.

⁷ Самутина Н.В. Авторский интеллектуальный кинематограф как европейская идея.

⁸ Там же.

ках кинопродукции. Голливудские фильмы сделаны таким образом, чтобы привлечь (и развлечь) максимальное число зрителей, потому они массово популярны и сверхприбыльны. Такая же популярность и экономическая эффективность привели к тому, что с 1920-х гг. начался (и, к слову, так и не закончился) «захват» голливудским кино европейской территории.

Сопrotивление экспансии возможно через противопоставление голливудской модели другого типа кинематографа, модели-антипода, которой и становится арт-синема. Действительно, если каждой характеристике арт-синема мы попробуем подобрать противоположную, то в результате получим описание голливудской кинематографии. Какими бы непохожими ни были фильмы арт-синема, их всегда роднит стремление обособиться и противопоставить себя американским массовым фильмам. С. Нил фактически говорит следующее: в ситуации, когда американские фильмы являются безусловными лидерами в нише массового кино, ответом европейских государств становится создание другой ниши на международном рынке – авторского интеллектуального кино.

В стремлении отличаться от Голливуда европейские авторы обращаются к дискурсу высокого искусства, естественного для европейского интеллектуального пространства. Принадлежащие этому дискурсу знаки авторства и культуры используются при создании фильма и становятся знаками отличия, маркирующими арт-синема как объект Искусства. В свою очередь, национальные правительства, заинтересованные в конкурентоспособности своих кинематографий, начиная с послевоенного времени, разворачивают программы по поддержке интеллектуальной деятельности в сфере национального кино, в особенности фильмов, отличающихся «художественными достоинствами».

Экономический фактор и связанная с ним государственная поддержка, по-видимому, сыграли серьезную роль в развитии арт-синема как культурного явления, и недооценивать их было бы ошибкой. Между



тем, и переоценивать их тоже не стоит. Как отмечает Н.В. Самутина, причины экономического характера важны, но не они стали решающими в возникновении арт-синема. Само его противопоставление голливудскому кино на международном рынке возможно благодаря тому, что, во-первых, идея элитарности и отделения высокого от массового является неотъемлемой чертой европейской культуры и проявляется в любой культурной практике, в том числе в кинематографе. Можно предположить, что в отсутствие Голливуда арт-синема развивалось бы в противовес европейскому массовому кино.

Во-вторых, идеи интеллектуальности, культурности, авторства, свойственные арт-синема, характерны для европейской интеллектуальной традиции в целом. В ней же заложено стереотипное восприятие всего американского как поверхностного, невнимательного к смыслу, лишено культурных корней⁹. Во всей институциональной организации арт-синема (включая европейские фестивали, кинокритику, европейскую копродукцию¹⁰ и пр.) воспроизводится идея неприятия того «некультурного», что обнаруживается в голливудском кино. Это и делает арт-синема специфически европейским феноменом¹¹.

Об истории появления арт-хаусов

Арт-хаус, напротив – «американский ребенок». В книге «Sure seaters: The Emergence of Art House Cinema» Б. Вилински исследует арт-хаусный кинопрокат с середины 1940-х (момента его появления) до начала 1950-х гг.¹². Нужно сказать, что в довоенное время кино клубы, демонстрирующие интеллектуальное кино, занимали важное место в кинематографической жизни Европы. Однако как отдельная ниша киноиндустрии такой кинопоказ начинает формироваться именно в середине 1940-х гг. в США. Арт-хаусы стали альтернативным способом остаться в американской киноиндустрии для тех, кто не смог и (или) не захотел найти места в мейнстриме¹³ – кинопрокате массового кино. Чтобы привлечь определенного зрителя и отвоевать часть рыночного пространства, требовалось предложить модель, альтернативную массовому прокату. Знаком отличия от мейнстрима становится обращение к дискурсам искусства и высокой культуры.

Обратимся к определениям «элитарное» и «не для всех». Они относятся не столько к тому, как создается кино, сколько к тому, как оно представляется зрителю и как конструируется образ аудитории, которой фильм предназначен. По мнению Б. Вилински, способ организации арт-хаусных кинотеатров позволил создать у посетителей ощущение привилегированности и избранности. Репертуаром арт-хаусов в послевоенные годы стали независимое американское кино, фильмы иностранных кинематографий, прежде всего западноевропейских (арт-синема) и голливудская «классика» довоенного периода. Однако, стремясь «разойтись» с голливудским мейнстримом, арт-хаусные прокатчики не просто на-

⁹ Самутина Н.В. Авторский интеллектуальный кинематограф как европейская идея.

¹⁰ Совместное производство фильма, в финансировании и создании которого участвуют представители нескольких европейских стран.

¹¹ Логике этих рассуждений отвечает определение арт-синема как «авторского интеллектуального европейского кинематографа».

¹² Wilinsky B. Sure Seaters: The Emergence of Art House Cinema. Minneapolis: Minnesota UP, 2001.

¹³ Мейнстрим (main stream) – тоже крайне популярный в киноиндустрии термин, обозначающий массовое кино – основной поток фильмов, показываемых в кинотеатрах.

чали показ интеллектуального кино, но переопределили зрительское отношение к самой практике посещения кинотеатров. Последняя приобрела статус интеллектуального занятия, способа развить художественный вкус, приобщиться к высокой культуре. Вопрос о том, что показывать в кинотеатре, безусловно, имел значение, но не менее важным стал вопрос о том, в каком пространстве и в каких условиях это делать.

Образ арт-хауса как интеллектуальной площадки создавался и поддерживался при помощи особых маркетинговых стратегий. Эти стратегии коснулись всех деталей кинотеатра и кинопоказа: искусно выполненный дизайн фойе; картины на стенах; кофе вместо поп-корна; анонсы фильмов в университетских газетах; постеры и программки с выдержками из статей кинокритиков; имидж руководителя кинотеатра – стильно одетого и курящего трубку интеллектуала; пространство, оборудованное для серьезных и долгих дискуссий; нежелательность (или даже запрет) присутствия детей, и т.д.¹⁴ С помощью этих стратегий сформировался и образ посетителя арт-хауса – как человека зрелого и интеллектуального, ценителя искусства, развивающего художественный вкус. И зрители, желающие соответствовать такому образу, действительно, нашлись – проект арт-хаусных кинотеатров оказался финансово успешным. Б. Вилински отмечает, что уже в начале 1950-х гг. арт-хаусы заняли заметное место на американском рынке кинопоказа.

Имеет смысл затронуть как последствия арт-хаусного успеха, так и причины, по которым бизнес-усилия арт-хаусных прокатчиков оказались плодотворными. Первый вопрос – иллюстрация того, какое

культурное значение могут иметь экономические и маркетинговые инициативы. Второй – подтверждение того, что при всей важности экономических факторов оценивать их значение нужно при учете более широкого – культурно-исторического – контекста.


Послевоенные годы – время возникновения арт-синема, так же как и время появления арт-хаусных кинотеатров. Репертуар последних формировался в большой степени за счет европейских авторских фильмов. Таким образом, пока в европейском пространстве происходило формирование арт-синема и его позитивной чертой становилось негативное отношение к голливудскому кино, на родине этого самого кино – в США – складывались институциональные правила проката и показа интеллектуальных фильмов (в том числе арт-синема), т.е. основные принципы арт-хауса.

С одной стороны, позиционирование арт-хаусных кинотеатров как мест, где можно приобщиться к высокому искусству, стало выгодной бизнес-стратегией. С другой стороны, создание арт-хаусов относится к процессам, что повлияли на изменение самого отношения к кино. Начиная с 1940–1950-х гг. и далее, эти изменения выразились в серьезной заинтересованности кинематографом, осознании его культурной роли и эстетического значения (на законодательном уровне, в университетской образовательной системе, в научном сообществе и т.д.). Арт-хаусы способствовали воспитанию зрителя, который прежде рассматривал кинематограф исключительно как развлечение и забаву, но, приобщаясь к интеллектуальному пространству новых кинотеатров, начинал воспринимать кино как сферу искусства, способ проблематизации окружающего мира.

В чем же причины успешности стратегии, выбранной владельцами арт-хаусов? Во-первых, в том,

что арт-хаусы как альтернатива массовому кинопоказу могли появиться потому, что сформировалась модель авторского кинематографа, альтернативная модели голливудского кинопроизводства. Грубо говоря, арт-хаусная система показа стала возможной, поскольку было, что показывать (как европейские авторские работы, так и работы независимых американских режиссеров).

Во-вторых, успешность арт-хаусов, если следовать логике Вилински¹⁵, объясняется тем, что при их позиционировании эксплуатировалась идея, отвечавшая социокультурным изменениям в американском послевоенном обществе. Это идея противопоставления высокой, элитарной, культуры культуре «обывательской», т.е. свойственной среднему классу, начавшему расти в послевоенные годы¹⁶. Планируя работу кинотеатров, владельцы арт-хаусов рассчитывали в первую очередь на тех представителей среднего класса, кто хотел выделиться из общей массы, воспроизводя присущие высокой культуре практики потребления и досуга.

Используя различные стратегии, владельцы кинотеатров маркировали посещение арт-хауса как деятельность, занимающую верхние позиции в иерархии культурных практик. Арт-хаусы апеллировали к идеям интеллектуальности и искусства и могли служить способом приобщения к высокой культуре, т.е. давали зрителю возможность повысить свой статус за счет накопления культурного капитала при умеренных затратах капитала экономического¹⁷. Другими словами, успех владельцев арт-хаусных кинотеатров в поисках «своего зрителя» и формировании сегмента, альтернативного американскому массовому кино, в значимой степени объясняется тем, что их стратегии отвечали идеям, уже актуализированным в конкретном культурно-историческом контексте. 

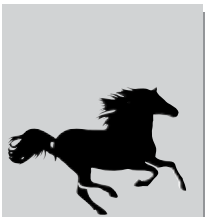
¹⁴ Wilinsky B. *Sure Seaters: The Emergence of Art House Cinema*; Ellis P. Book Review. «Barbara Wilinsky. *Sure Seaters: The Emergence of Art House Cinema*. Minneapolis: Minnesota UP, 2001» // *Offscreen*. 2004. Vol. 8. Iss. 12; Wasson H. «*Sure Seaters: The Emergence of Art House Cinema* by Barbara Wilinsky. Minneapolis: Minnesota UP, 2001» // *Film Quarterly*. 2003. Vol. 53. No. 3. P. 55–56.

¹⁵ Wilinsky B. *Sure Seaters: The Emergence of Art House Cinema*. P. 10.

¹⁶ Lupo J. «*Sure Seaters: The Emergence of Art House Cinema* by Barbara Wilinsky» // *Journal of Popular Film & Television*. 2005. Vol. 33. No. 3. P. 171.

¹⁷ Ellis P. Book Review. «Barbara Wilinsky. *Sure Seaters: The Emergence of Art House Cinema*. Minneapolis: Minnesota UP, 2001».

Конный бизнес в России



Екатерина Ярыгина

студентка 3-го курса
факультета социологии ГУ ВШЭ,
младший научный
сотрудник ЛЭСИ

В данной статье мы поговорим о том, каким образом процесс коммерциализации, вполне естественный для многих сфер деятельности, протекал в коневодстве, какие рыночные черты (не говоря уже о статусе элитного хобби) сегодня приобрела эта отрасль сельского хозяйства.

Как это было и что у нас есть
Заглянем в «конную» историю нашей страны. Кстати, именно конную, так как слово «лошадь» тюркского происхождения, а «конь», наоборот – исконно славянское.

Во времена СССР отсутствовала частная собственность на лошадей, однако как отрасль сельского хозяйства коневодство было на высоте. Практически полностью финансируемая за счет государства, она развивалась до тех пор, пока служила предметом национальной гордости. С развалом СССР госфинансирование отрасли почти прекратилось. Прославленные ранее конезаводы чахнут на глазах.

С появлением частной собственности на лошадей стала возможной организация частных конюшен и конных клубов, что послужило началом конному бизнесу. Именно конюшни (конезаводы, конефермы) и конные клубы составляют теперь основные формы его деятельности. Впрочем, различия между ними носят больше неформальный характер: конный

клуб – это прежде всего место, объединяющее людей с общим интересом (хобби); основная цель организации конюшни – содержание, разведение и выращивание лошадей, как на продажу, так и на мясо.

Сегодня вполне можно говорить о том, что в России сформировался конный рынок. Большая часть конноспортивных клубов и конюшен находится в частной собственности. Государственные конюшни или «хиренют», или уже перешли в частное владение. Конноспортивный клуб получает свой основной доход за счет сдачи в аренду денников¹ частным владельцам лошадей. Прокат лошадей приносит гораздо меньший доход, так как зависит от множества внешних условий – погоды, праздников и т.д. Хотя стоит оговориться, что и здесь существует множество нюансов: поскольку слухи между частниками распространяются очень быстро, директор конюшни должен постоянно поддерживать свою репутацию, чтобы его клиенты не разбежались по другим клубам. Совсем незначительную прибыль дают продажа удобрений (навоза), перепродажа конной косметики, амуниции, организация соревнований, выезд в город на праздники.

Одна лошадиная сила vs 100 «лошадок»

*В пути у дамы
поломалась машина.
Она останавливает такси
и просит водителя помочь ей.
Таксист лезет под капот,
дама интересуется:
– Ну как, большая поломка?
– Мадам, если бы это
была лошадь,
то я бы посоветовал
ее пристрелить.*

Конный рынок во многом можно сравнить с рынком автомобилей: покупка-продажа тех же лошадиных сил, только в разном количестве. Однако если рынок автомобилей

¹ Денник – закрытое стойло в конюшне для одной лошади.

в России вполне сложился, пусть и со своими недостатками, то ситуация с рынком лошадей не вполне благополучна. В Европе рынок лошадей довольно прозрачен, что способствует его благополучному развитию: вокруг лошадей крутятся огромные суммы денег, а арабские шейхи обгоняют друг друга в погоне за самыми лучшими представителями пород. Для лошадей создаются косметика, игрушки, средства ухода (щетки, расчески, тряпочки), разные виды кормов, специальные виды транспорта, совершенствуется конструкция лошадиной амуниции. В отдельное направление выделились газеты и журналы о лошадях. В России такие рынки-спутники практически отсутствуют – все импортируется из-за границы. Основной недостаток нашего конного рынка – крайне слабый уровень развития рыночных институтов, регулирующих взаимодействие на нем, отсутствует и культура покупки и продажи лошадей.

К примеру, если даже в Европе рынок хороших спортивных лошадей довольно ограничен, то у нас подобную лошадь приобрести на рынке практически невозможно, а если и возможно, то только при наличии соответствующих связей. Более того, велика опасность купить такое животное, которое потребует последующих огромных денежных вложений, прежде чем начнет приносить хозяину прибыль или хотя бы радость. В данном случае можно провести параллель с проблемой «лимонов» на авторынке, только в более драматичном ее исполнении: продавая лошадь со слабым здоровьем, хозяин может накачать ее различного рода лекарствами, чтобы при осмотре потенциальным покупателем она и бегала, и прыгала, и выглядела здоровой. Люди, не разбирающиеся в лошадях, любители-«чайники», видят здоровое и красивое животное. Покупка совершается, а через несколько дней после сделки конь вдруг начинает хромать, болеть. В ответ на жалобы нового хозяина



продавец отвечает, что лошадь получила повреждения при перевозке и в этом виноваты сами покупатели. А значит, всякие претензии безосновательны. Опытные лошадики во избежание подобных ситуаций приезжают осматривать лошадь со своим ветеринаром (иногда не один раз), а на всех процедурах осмотра лично сопровождают выбранного коня, дабы избежать возможного обмана.

Однако в России на самом деле очень мало хороших лошадей. Параллель с автомобилями здесь тоже будет уместной – в нашей стране как не собирают качественных машин, так и не выращивают здоровых лошадей. Нищие конефермы не в состоянии вкладывать достаточно средств в выращивание молодняка и уход за беременными кобылами. В итоге оказывается, что трехлетняя молодая лошадь в детстве была недокормлена, копыта у нее неухожены и «налицо» комплекс прочих проблем со здоровьем. А если ранее конь находился в чужих, неизвестных руках, то он наверняка уже будет искалечен прежним хозяином...

Любители часто не знают, какая именно лошадь им нужна. Информацию о продаваемых лошадях можно получить непосредственно в конноспортивных клубах, через объявления или через знакомых. Но в условиях российского рынка поиск через объявления – огромная трата времени, зачастую впустую, так как поме-

щаемая в них информация оказывается заведомо ложной. Очень часто продавцы рассчитывают «всучить» некондиционное животное ничего не понимающему любителю. Более того, любители-«чайники» не представляют; что животному потребуется хороший тренер. Такие неразумные покупки губят лошадей. В общем, система и особенности российского конного рынка – тема для полноценных исследований.

Ваши деньги и ваш непарнокопытный друг

- Где же ваша лошадь?
- Какая лошадь? Я продаю кролика.
- Куда вы смотрите?
- Как куда? Я смотрю на ценник.

Конный спорт, обладая статусом элитарности, привлекает людей с высоким достатком – только хорошо обеспеченный человек может позволить себе иметь такую солидную статью расхода, как покупка и содержание лошади.

Во-первых, лошадь с неплохим здоровьем (полностью здоровых лошадей, как и людей, не бывает), среднего возраста и с относительно безопасным характером стоит в среднем около 2 тыс. у.е., хотя верхний предел цены ограничен только платежеспособностью конкретного покупателя. Спортивные достижения лошади, ее умения, возраст, характер, внешний вид и, конечно же, здоровье способны поднять цену до небес.

Стоимость аренды денника также колеблется: от 6 тыс. до 50–70 тыс. руб. в месяц прежде всего в зависимости от качества конюшни: самого его здания (внутренней температуры, технической оснащенности), особенностей ухода за животными, количества и качества корма, наличия манежа, ветеринарного обслуживания, и т.д. Ко всему этому следует добавить услуги коневода, оплату тренера и ветеринара, затраты на амуницию, и т.д.

Экономить на собственной лошади – себе в убыток: ее цена сразу же падает в несколько раз, а восстановление ее здоровья и навыков потребует огромных вложений. Перепродать же большое животное непросто, особенно если делать это честно.

Клуб, директор и частник

Мы работаем как лошади для того, чтобы наши лошади жили как люди.

Как уже было сказано выше, основной доход конноспортивному клубу приносит сдача в аренду денников и предоставление услуг частным собственникам лошадей.

Прежде всего с частника берется предоплата – за аренду денников и содержание лошади в январе платят в конце декабря и т.д. Такая система обусловлена тем, что прежде чем накормить животное, надо закупить корма. Но несмотря на формальный экономический характер взаимоотношений, на деле все решается путем неформальных договоров. Если человек очень хочет иметь собственную лошадь, но содержать ее для него дорого, он может купить ее, оставив в прокате в конюшне – в таком случае ему могут предоставлять скидку на ежемесячную аренду денника. Собственник лошади становится ее формальным владельцем. Однако он вправе приезжать в любое время и ездить на своем коне, когда ему захочется и сколько хочется.

Наиболее отчетливо преобладание неформальных отношений между владельцами конюшен и лошади прослеживается при возникновении между ними конфликтов. Например, в ситуации, когда частник задерживает оплату аренды денника, владельцы конюшни редко обращаются

к помощи властей или государства. Понятно, что выгнать лошадь из денника некуда. Чтобы проучить ее нерадивого владельца, прибегают к различным неформальным способам воздействия на него: штрафные санкции за каждый просроченный день оплаты и запрет доступа к лошади (замок на деннике). Все может закончиться тем, что лошадь просто «пропадает». «Интенсивность воздействия» зависит от личности директора конюшни и его отношений с конкретным арендатором денника. Стоит отметить, что некоторые особо догадливые владельцы лошадей находят способы избежать оплаты за их содержание. Известны случаи, когда, допустив задолженность конюшне в несколько месяцев, владелец лошади, приехав, садился на нее и больше не возвращался в арендуемую конюшню. Только его и видели. Нередки ситуации, когда директор конноспортивного клуба является одновременно и владельцем нескольких лошадей в своей конюшне. Эти лошади в основном сдаются напрокат, на них обучают наездников-любителей. В конюшне происходит постоянный оборот лошадей – одних покупают, других продают. Но этот процесс не рассматривается как важный источник дохода прежде всего потому, что первоначальные затраты на покупку, содержание и воспитание лошадей могут не окупиться последующей их продажей. Отсутствует и гарантия, что во время тренировок лошадь не захромает, и т.д.

Но в любом случае приток новых лошадей необходим. Кроме постоянного процесса покупки-продажи конюшнями и клубами отечественных лошадей, новых коней привозят из других стран. Конечно, у нас лошадей можно купить и за копейки, стоит только поехать по деревням, однако здоровье таких лошадей нередко оказывается очень плохим. Известны многочисленные случаи, когда животных буквально спасали от голодной смерти, до которой их довели нерадивые деревенские хозяева. Стоит также напомнить о многочисленных разоряющихся конезаводах со столетней историей, где представители великолепных русских конных по-

род могут сгинуть навсегда. Таким образом, с одной стороны, лошадь служит признаком высокого уровня доходов ее владельца, а с другой – по-прежнему остается лишь тягловым животным и основным транспортным средством в нищих деревнях.

Кризис тут, кризис там...

- Ты кто такой???
- Тыгыдымский конь!
- Ну и иди отсюда!
- Тыгыдым, тыгыдым, тыгыдым...

Напряженная ситуация в экономике прямо отразилась на положении многих конно-спортивных клубов и содержащихся в них лошадей. Собственный конь – это внушительная статья расхода, отличный пример демонстративного потребления. В период кризиса доходы даже самых богатых семей сокращаются. Как это отразилось на лошадях? Прежде всего их начинают перевозить в более дешевые конюшни, кормить более дешевым кормом. Повышается количество предложений о продаже – владельцы лошадей зачастую стремятся избавиться от них. Цены на лошадей падают, поскольку многие стремятся продать их как можно быстрее.

Более того, в ситуации, когда хозяин вообще не может дальше содержать животное, его могут бесплатно отдать в «хорошие руки». Важно такие руки найти. Ведь бесплатное животное взять согласится кто угодно. Такой вид поведения характерен только для специфического рынка животных. К сожалению, у нас часто случается, что хорошее животное бесплатно попадает к не тем людям и нередко обрекается на потерю своего здоровья и даже медленную мучительную смерть.


Часто на улицах можно увидеть лошадей, на которых катают по городу детишек. Владельцы этих лошадей зачастую плохо за ними ухаживают, плохо кормят, не лечат. Положение таких лошадей, если они не содержатся в конюшне, очень тяжелое, а судьба печальная. В данном случае содержание лошадей – это только способ заработка и не более. Из них выжимают все «соки», пока они не умирают от истощения или

болезни. В конном мире таких «заводчиков» называют «покатушниками». Хотя, конечно, в данном случае нельзя делать общих выводов – и среди «покатушников» встречаются заботливые хозяева. Но судя по опыту, можно сделать вывод, что лучше дешево продать лошадь, чем бесплатно ее отдать в «не те руки». Полученное даром редко берегут.

Кончается век

Срок жизни лошади ограничен. Часто случается, что из-за людей, их корысти или эгоизма, лошадиная жизнь оказывается еще короче, чем она могла бы быть. Старое или больное животное могут продать на мясо. Однако нельзя утверждать, что это действие продиктовано исключительно стремлением получить прибыль. Естественно, больная лошадь не способна приносить прибыль и является прежде всего статьей расхода. Но на мясо коней отправляют скорее для того, чтобы не мучить животное. Если больную лошадь невозможно вылечить (или банально нет денег на лечение), то гуманнее избавить ее от мучений, чем оставить страдать и медленно умирать. Продажа коней на мясо не приносит много денег. В конном мире существует даже выражение «продавать по мясной цене» – это значит продавать очень дешево, почти даром. Однако лошадей солидного возраста могут оставить доживать свой век. «Пенсионеры», как правило, спокойны, медлительны и безопасны. На них часто катают маленьких детей.

Необходимо помнить, что конный бизнес был и остается прежде всего отраслью сельского хозяйства. Существуют специальные конезаводы, где выращивают коней соответствующих пород, специально предназначенных для мясных целей (ведь во многих колбасных изделиях, которые мы едим каждый день, содержится определенный процент конины).

Но, в любом случае, независимо от возможной выгоды или потерь, связанных с приобретением и содержанием лошадей, самое главное – относиться к ним по-человечески. Ведь мы в ответе за тех, кого приручили. 



Экономическая социология от А до Я: азбука для взрослых

ВВ



Вадим Радаев

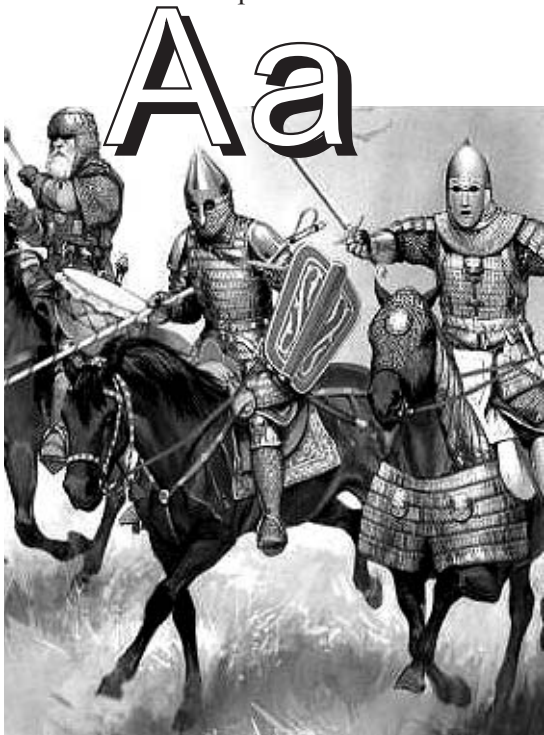
д.э.н., профессор, первый проректор, зав. кафедрой экономической социологии ГУ ВШЭ, руководитель ЛЭСИ

Власть, Вебер

Власть по Веберу Влияет, Волочит, Велит, Вставляет, Верховодит и Вершит, Вопросает, Ворошит.

Актеры, Автономия

Не Армия, не Авиация Атакуют Авторов, А Агрегированные Акции Автономных Акторов.



Гендер, Голод

Грустя, Голодая, Гонимы и Горды, Гендеры Гуляют у Горбатой Горы.

ГГ

ДД



Бедность, Бесправие

Не от Беспечности Бедность и Болезни. В Болезнях и Бедности – Бесправия Бездны.

ББ



Деньги, Доверие

Дичает с Долларом Душа. Давай Держаться Дружно! Дороже Денег – Доброта, Доверие и Дружба.

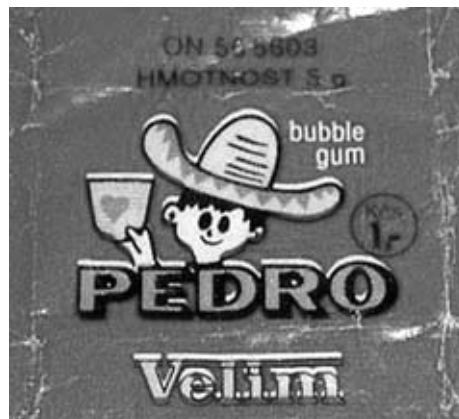


Естественность
Евангелие Если
не Единит Епископат,
Еретики Естественно
Ерепятся и Егозят.

Ее



Жжж



Жизнеобеспечение
Не Жадности Жжение,
не Жвачки Жевание,
а Жизнеобеспечения
Живые Желания.

Институты, История
Исследовать Историю
Истины для
И Искать Институты –
Интереснейшая Игра!

Зз

Зиммель, Зомбарт
Забыв Заботы Зимние,
Закрылись на Замок
Знаток Зануды Зиммеля
И Зомбарта Знаток.



Личность
Личность не Ленился
и не Лежит на Лиане,
по Лунной Лестнице
Летит как Лайнер.

Ии

Лл

Кк

Капитал, Культура
От Канта с Контром до Каллона
Культурно с Книгой Коротал.
Не Костеней в Карьерной Кома,
Копи Культурный Капитал!



Модель, Механизм

Модели Мега-Маркета
и Механизмы Многие,
Мерещатся во Мраке Мне
Мосты Методологии.



НН



Нормы, Норт

Нормы Не Нужно
Низводить до Нуля.
Напомним: Нобелевкой Норта
Наградили Не зря.

Оо

Пп

Правила, Провалы (рынка)

К Победе Пройти
через Проколы с Провалами
Поможет По Пути
Пользование Правилами.



Обмен, Оппортунизм

Озолотит Обмен Оппортуниста,
Ох, Он Обманет и Обчистит.



Рр

Сети, Страты

Смысл Социологии –
С СПСС и Статой
Смотреть на Сети
и Социальные Страты.

Сс



Рациональность, Рынок, Распределение

Разумный Расчет
и Рациональные Решения –
Рынок Растет
Резвей Распределения.



НАД НОМЕРОМ РАБОТАЛИ



Научный руководитель

Вадим Радаев

д.э.н., профессор, зав. кафедрой экономической социологии, руководитель ЛЭСИ, первый проректор ГУ ВШЭ



Редакционный совет

Зоя Котельникова

аспирант кафедры экономической социологии ГУ ВШЭ, научный сотрудник ЛЭСИ



Елена Александрова

аспирант кафедры экономической социологии ГУ ВШЭ, младший научный сотрудник ЛЭСИ



Мария Правдина

магистрант факультета социологии ГУ ВШЭ, младший научный сотрудник ЛЭСИ



Художественный редактор
(дизайн и верстка)

Мария Мишина

социальный психолог, журналист, дизайнер

Отдельная благодарность

Редактору Кларе Мироновне Канюк

Корректору Елене Евгеньевне Андреевой

НАШИ АВТОРЫ



Виктор Вахштайн

к.соц.н., декан факультета социологии и политологии МВШСЭН, старший научный сотрудник Центра фундаментальной социологии ИГИТИ ГУ ВШЭ



Дональд Маккензи

профессор социологии Университета Эдинбурга



Мария Правдина

студентка магистратуры факультета социологии ГУ ВШЭ, младший научный сотрудник ЛЭСИ



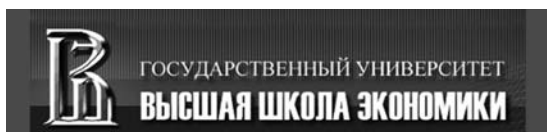
Екатерина Ярыгина

студентка 3-го курса факультета социологии ГУ ВШЭ, младший научный сотрудник ЛЭСИ



Вадим Радаев

д.э.н., профессор, первый проректор, зав. кафедрой экономической социологии ГУ ВШЭ, руководитель ЛЭСИ



Россия, 101000, г. Москва, ул. Мясницкая, д. 20.
web: www.hse.ru



ЛАБОРАТОРИЯ
ЭКОНОМИКО-СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ
ИССЛЕДОВАНИЙ

125319, Россия, г. Москва, Кочновский проезд,
д. 3, комн. 403
тел.: (499) 152-07-61
e-mail: ealexandrova@hse.ru
web: ecsoclab.hse.ru

Адрес редакции

125319, Россия, г. Москва,
Кочновский проезд, д. 3, комн. 403
тел.: (499) 152-07-61

Выходит один раз в два месяца
Тираж 500 экз.

Распространяется бесплатно

Веб-версия номера: ecsoclab.hse.ru