

# ЭФОРУМ

№ 1 (27) февраль, 2012 г.

БЮЛЛЕТЕНЬ

 ЛАБОРАТОРИИ  
 ЭКОНОМИКО-  
 СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ  
 ИССЛЕДОВАНИЙ

**ЗНАКОМИМСЯ.....2    УЗНАЕМ .....6    УЧИМСЯ .....11    ШУТИМ .....15**

 В поисках счастья.  
 Интервью с Евгением  
 Осиным

 Потребительский кризис  
 или американский  
 капитализм: социология  
 коньюмеристской  
 рецессии

 «На что жалуется,  
 больной?»: практики  
 назначения лекарственных  
 препаратов российскими  
 врачами

 Разный взгляд  
 на общество

## Уважаемые читатели!

В чем заключается счастье для социолога? Может быть, удалось уговорить респондента вести двухнедельный дневник самонаблюдения домохозяйства? Или испытать нескрываемую радость при виде значения R<sup>2</sup> более 0,7 в регрессионном уравнении? Или, не исключено, это гордость при получении «Золотого Геркулеса» за научные достижения? А может, счастье в том, чтобы испытывать «чувство глубокого удовлетворения» от занятия социологией?

В рубрике «Знакомимся» опубликовано интервью с Евгением Осиным, старшим научным сотрудником Научно-учебной группы позитивной психологии и качества жизни НИУ ВШЭ, который рассказывает о науке «позитивная психология» и об особенностях ее становления как исследовательского направления. Данная отрасль является позитивной в прямом смысле этого слова, ведь ее ключевыми категориями выступают понятия счастья и удовлетворенности. Евгений Осин приводит результаты многих интересных эмпирических исследований, в частности посвященных связи между установками на оптимизм и академической успеваемостью, между ощущением счастья и выбором профессии, и пр. Кстати, удивительно – самыми счастливыми среди профессиональных групп оказываются сами психологи!


В рубрике «Узнаем» помещен перевод статьи Роберта Мэннинга «Потребительский кризис или американский



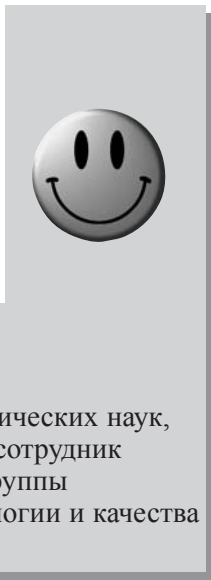
капитализм: социология коньюмеристской рецессии». В ней автор призывает социологов наконец-то подать голос, предложив новые подходы к изучению экономического кризиса конца 2000-х годов и к анализу роли массового потребления в качественной реорганизации американского общества. Вероятно, тогда обществоведы смогут не только потешить свое самолюбие, но и осчастливить тех, кто оказался в сложной экономической ситуации.

В рубрике «Учимся» представлено эссе аспирантки факультета социологии НИУ ВШЭ Анастасии Кашеевой «“На что жалуется, больной?”: практики назначения лекарственных препаратов российскими врачами», в которой поднимается актуальный вопрос о проблеме некомплаентности, когда пациенты, не доверяя врачу, пренебрегают назначенным им лечением. В условиях асимметрии информации пациент вынужден безоговорочно довериться вра-

чу, в том числе в вопросе назначения лекарственных препаратов. Однако его мучают подозрения: является ли решение врача независимым? руководствуется ли он главным образом заботой о здоровье пациента? или выбор назначаемого лекарства осуществляется врачом под влиянием подарков от фармпредставителей или под давлением бюрократических инструкций и административных правил? Как в таких случаях говорил доктор Хаус: «счастье в неведении».

В рубрике «Шутим» предоставлена уникальная возможность посмотреть на общество с разных точек зрения (и улыбнуться!). Наконец-то мы поймем, чем видение общества тренером баскетбольной команды отличается от взгляда среднестатистического человека. 

**Надеемся, что наш номер хоть на мгновение сделает вас счастливее!  
Создатели ЭСФорума.**



Евгений Осин

кандидат психологических наук, старший научный сотрудник Научно-учебной группы позитивной психологии и качества жизни НИУ ВШЭ

– Расскажите, пожалуйста, как получилось, что Вы стали заниматься психологией в целом и позитивной психологией в частности...

– В школьные годы у меня было много разных интересов: IT, иностранные языки, естественные науки. Однако, решая, чем заниматься дальше, я выбрал философский факультет и соответственно занятие философией. Но родители отговорили меня, объяснив, что перспективы трудоустроиться с философским дипломом очень туманны. Из удачных альтернатив был факультет психологии. Я пошел туда, но заниматься стал скорее философской проблемой смысла жизни. Писал курсовые и дипломные работы, сначала про утрату смысла жизни, а потом и про сам ее смысл. А тема смысла уже попадает в спектр интересов позитивной психологии. И когда мой научный руководитель Д.А. Леонтьев начал развивать позитивную психологию в России, я естественным образом подключился к этому процессу. Почти восемь лет назад вокруг Д.А. Леонтьева возникла группа его учеников и коллег, которые начали заниматься темами личностных ресурсов, счастья, удовлетворенности жизнью и т.д. И продолжают делать это до сих пор, теперь и под крышей Вышки. И я в их числе.

– Не могли бы кратко сформулировать суть позитивной психологии как исследовательского направления?

– Позитивная психология возникла на рубеже 1990–2000-х годов. Идея этого подхода состоит в том, чтобы изучать различные факторы, которые ведут к процветанию индивидов, организаций и целых стран. Иначе говоря, позитивную психологию интересует, благодаря чему люди становятся счастливыми. Но нельзя сказать, что такая постановка проблемы в психологии возникла с нуля. Начиная с конца XIX в. психологи очень много писали о счастье. Но до конца XX в. эта проблема считалась маргинальной с точки зрения академической психологии. Исследования счастья проводились силами отдельных энтузиастов, таких как Эд Динер (Ed Diener), и были крайне малочисленными. Для сравнения: количество исследований депрессии было на три порядка выше.

# В поисках счастья. Интервью с Евгением Осиным



Оптимист думает, что стакан наполовину полный.

Пессимист думает, что стакан наполовину пустой.

Реалист думает, что стакан наполовину заполнен.

POSTED AT WWW.EELL.F.RU

Но в конце 1990-х годов возник момент, когда Мартин Селигман (Martin Seligman)<sup>1</sup> и Михай Чиксентмихайи (Mihaly Csikszentmihalyi)<sup>2</sup> при поддержке Фонда Гэллуп собрали психологов, работающих над проблемами благополучия человека, и сказали: давайте займемся исследованиями счастья все вместе и поднимем их на новый качественный уровень. Инициированный ими поток исследований за последние десять лет приобрел большую популярность, позитивная психология развивается с невероятной скоростью. Сейчас уже на конференциях собираются до полуто-

ра тысяч человек, огромное число исследователей работает над соответствующими вопросами в разных странах, выходят несколько академических журналов.

– Россия тоже попала в число этих стран?

– Да. Однако важно иметь в виду, что в России многие авторы используют словосочетание «позитивная психология» не в конвенциональном для мировой психологии ключе, за этим термином стоят их собственные измышления, часто эти авторы даже не имеют представления о Селигмане и других коллегах. Поэтому если книга, в названии которой упоминается «позитивная психология», встречается вам на российских книжных полках, далеко не всегда ее содержание будет совпадать с тем, чем занимаемся мы. Но и западная позитивная психология активно к нам приходит. В июне 2012 года в России состоится VI Европейская конференция по позитивной психологии, которая соберет более 500 участников со всего мира и будет проходить полностью на английском языке.

<sup>1</sup> Мартин Селигман — американский психолог, основоположник позитивной психологии. Директор Центра позитивной психологии в Университете Пенсильвании (США). На русский язык переведена его книга: Селигман М. В поисках счастья. Как получать удовольствие от жизни каждый день. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2010. См., также: Селигман М. Новая позитивная психология. М.: София, 2006.

<sup>2</sup> Михай Чиксентмихайи — профессор психологии, известный своими исследованиями счастья, креативности и субъективного благополучия. Наибольшее признание получила его идея «потока». (от англ. flow) — психическое состояние, в котором человек полностью включен в то, чем он занимается, что характеризуется деятельным сосредоточением, полным вовлечением и нацеленностью на успех в процессе деятельности. См., например, Чиксентмихайи М. Поток. Психология оптимального переживания. М.: Альпина нон-фикшн, 2011.  
URL: [http://ru.wikipedia.org/wiki/%CF%E2%F2%E2%EA\\_%28%E2%F1%E8%F5%E2%EB%E2%E3%E8%FF%29](http://ru.wikipedia.org/wiki/%CF%E2%F2%E2%EA_%28%E2%F1%E8%F5%E2%EB%E2%E3%E8%FF%29)

– **Позитивная психология – это признанное научное направление?**

– Да. Развивающие данное направление исследователи пытались сразу позиционировать позитивную психологию как академическую науку. И уже в первые годы ее формирования появились соответствующие публикации на страницах журнала «American Psychologist», который является рупором Американской психологической ассоциации. Мартин Селигман был тогда президентом этой ассоциации, и он сразу ориентировал исследования по позитивной психологии на научные методы. Это отличает ее, например, от гуманистической психологии, сторонники которой тоже интересовались процветанием человека, но говорили, что наука суха и сводит личность к цифрам, тем самым желая дистанцироваться от традиционной методологии. И видимо, как раз это сослужило им дурную службу. Позитивные психологи решили не повторять таких ошибок и действовать в русле академических процедур и методологии. Такой путь оказался выигранным.

– **Как получилось, что изначально ориентированное на академическую среду направление выбрало в качестве ключевого концепта понятие счастья, употребляя его именно в том виде, как оно звучит в обыденной жизни? Ясно, что психология в большей степени, чем социология, работает с индивидом и выбирает те значения, которые близки его опыту, но все же нет ли здесь методологической проблемы?**

– Такая проблема, безусловно, есть, поэтому психологи также оперируют разными терминами. Для одних исследований у нас есть более четкий термин «субъективное благополучие», куда входят удовлетворенность жизнью, позитивные эмоции, баланс положительных и отрицательных переживаний, т.е. некоторый набор очень конкретных индикаторов, которые используются в широкомасштабных опросах. В других исследованиях понятие счастья используется напрямую, например, когда речь идет о том, как люди интерпретируют его на индивидуальном уровне, что они в него вкладывают. Есть инструменты, которые работают непосредственно в терминах счастья: шкала субъективного счастья Сони Любомирски (Sonja Lyubomirsky), например, где конкретно спрашивается: «Счастливый ли Вы человек?» Предполагается, что лучше самого человека никто не может дать ответ на этот вопрос.

– **Скажите, есть ли междисциплинарная перспектива у исследований счастья?**

– Да, довольно много исследований реализуются на границах с социологией и экономикой. Часто изучают вклад социально-экономических, культурных факторов в субъективное благополучие индивида. И результаты интересны не только социологам, но и экономистам. Потому что, например, деньги оказываются не столько однозначным фактором, предсказывающим человеческое благополучие, как это можно было бы ожидать и было принято считать в экономической науке. В различных исследованиях обнаруживают кривую, согласно которой уровень счастья довольно быстро растет с возрастанием первоначально небольшого дохода. Но чем выше уровень дохода, тем

меньше, соответственно, предельная полезность от каждой дополнительной единицы его прироста. И начиная с точки выше среднего дохода для данной социальной группы, дальнейшее увеличение материального благополучия не приносит прироста счастья. Значит, чтобы ответить на вопрос «как сделать людей счастливыми?», оказывается, недостаточно просто дать им денег. Здесь важны другие факторы.

– **В какой мере идея о том, человек должен быть счастливым, нова? В прошлом и позапрошлом веках, когда людям угрожали эпидемии, войны, они столь же сильно беспокоились о том, как стать счастливыми, или стремление к счастью – продукт более стабильной социальной среды? Насколько для позитивной психологии счастье является базовой предпосылкой, идеальной социальной ситуацией?**

– Идея счастья существует в культуре довольно давно. И у древних греков были философы-гедонисты, такие как Аристипп. А например, в американской конституции прописано, что счастье – это основная человеческая цель. Может быть, сейчас просто общество вышло на тот уровень, когда проблемы, связанные с базовыми потребностями, отошли на второй план, поэтому правительства всерьез озаботились тем, как сделать людей счастливыми. В той же Великобритании правительство проводит социологические опросы на репрезентативных выборках, которые отслеживают динамику субъективного благополучия у британцев, и пытаются увязать результаты этих опросов с реакцией населения на решения, которые принимаются властью. Мы пока до этого не дошли, но, может быть, рано или поздно...

– **Мне известно, что Селигману удалось сформулировать некий универсальный рецепт. Ключи к счастью найдены?**

– Здесь как раз существует важная научная проблема, которую многие позитивные психологи пытаются решить. Изначально при исследовании факторов, которые вносят вклад в достижение счастья, исходили из того, что понятие счастья субъективно. Но уже в начале 2000-х годов стало ясно, что за переживанием счастья у разных людей могут стоять неодинаковые психологические процессы. Кому-то, чтобы почувствовать себя счастливым, достаточно пойти и съесть гамбургер, а кому-то — необходимо написать «Войну и мир». В результате стали возникать разные подходы к концептуализации счастья. Существуют, например, гедонистические подходы, которые понимают счастье просто как позитивные эмоции неважно по какому поводу, и подходы, названные эвдемоническими. Предложенный Аристотелем термин «эвдемония» предполагает, что для счастья индивиду нужно нечто большее, чем приятные переживания, – это или воплощение добродетелей, или наличие некоторой высокой жизненной цели и следование ей, или занятие некоторой осмысленной деятельностью, которая, хотя и требует усилий и может быть временами сопряжена с негативными эмоциями и необходимостью преодолевать препятствия, приносит человеку чувство собственной значимости, личного вклада. Сейчас довольно много разнообразных эвдемоничес-

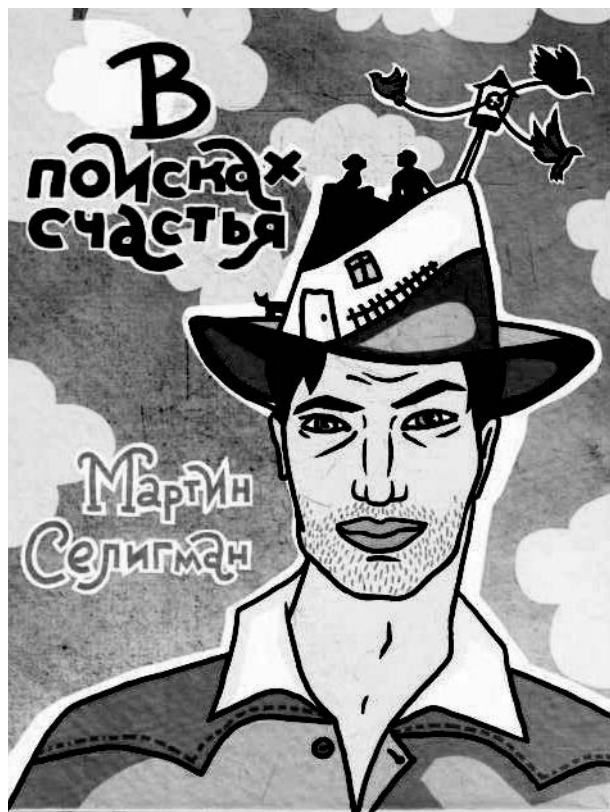
ких теорий, которые согласуются друг с другом не полностью, но общим у них оказывается утверждение о том, что обязательными условиями счастья являются осознание человеком смысла своей жизни и дело, за продвижение которого он болеет и благодаря которому он переживает состояние потока.

– Несмотря на то, что направлению позитивной психологии всего 20 лет, оно, похоже, интегрировало многие более ранние идеи? Ведь работа В. Франка про смысл жизни вышла еще в 50-е годы XX в.

– Да, безусловно. Позитивная психология опирается, в первую очередь, на работы Уильяма Джеймса и гуманистических психологов, таких как Абрахам Маслоу и Карл Роджерс. В этом смысле позитивная психология, конечно, основана не на пустом месте, и вряд ли можно сказать, что это какое-то принципиально новое направление. Скорее речь идет о движении в психологии, посыл которого заключается в том, чтобы обратить социальные науки в сторону изучения позитивных феноменов человеческого бытия. Некоторые авторы пишут, что когда позитивная психология достигнет своей цели, она попросту не будет больше существовать, так как вся психологическая наука станет работать в терминах субъективного благополучия индивида.

– Я знаю, что Вы участвовали в исследовании, где анализировалась связь между академической успеваемостью студентов и степенью позитивности их установок. Расскажите, пожалуйста, об этом исследовании и о его результатах.

– Мы проводим данное исследование вместе с моей коллегой из МГУ Тamarой Гордеевой и Дмитрием Леонтьевым. И началось все с изучения оптимизма. У Селигмана есть теория оптимистического атрибутивного стиля, согласно которой оптимист – это человек, утверждающий, что успех связан непосредственно с ним и будет сопутствовать ему всегда, а неудачи – это что-то случайное, он в них не виноват, и они больше не повторяются. При этом изначально предполагается, что оптимизм – это хорошо, поскольку его противоположностью является депрессия. Однако по мере того как начали накапливаться результаты эмпирических исследований связи оптимизма с успешностью разных видов деятельности, выяснилось, что далеко не всегда оптимизм полезен. И вот мы с Тamarой Гордеевой решили привести серию исследований на российских студентах, абитуриентах вузов и школьниках, для того чтобы все-таки разобраться, в каких ситуациях оптимизм помогает, а в каких — мешает. Оказалось, что



когда речь идет о поддержании успешности в долгосрочной перспективе и о необходимости для человека сохранять мотивацию к деятельности на протяжении долгого времени, оптимизм очень уместен, потому что человека поддерживает умение ценить собственные успехи. Но в обстоятельствах, где возникает потребность в преодолении каких-то краткосрочных серьезных препятствий, например, сдача трудного экзамена, уровень сложности которого студент не может оценить заранее, пессимисты получают лучшие результаты, потому что они заранее ждут проблем и готовятся к ним. А оптимисты расслабляются и надеются, что у них все получится, и, следовательно, оказываются в менее выигрышной ситуации.

Сейчас мы проводим лонгитюдное исследование на нескольких когортах студентов химического факультета МГУ, где стараемся очертить круг некогнитивных психологических факторов (не связанных с интеллектом и знаниями), которые определяют академическую успешность в долгосрочной перспективе. Некоторых испытуемых мы наблюдаем уже на протяжении трех лет. И если говорить о полученных результатах, то к факторам высокой успеваемости относится, во-первых, атрибутивный стиль: оптимизм помогает поддерживать высокую успеваемость, а пессимизм помогает студентам с успеваемостью ниже средней добиваться ее положительной динамики. Во-вторых, положительный вклад вносит такая личностная черта, как упорство (grit), суть которой состоит в том, что человек способен сосредоточиваться на одной цели и упорно стремиться к ее достижению, не переключаясь на другие цели и не отказываясь от задуманного при встрече с препятствиями. Третий важный фактор академического успеха – это внутренняя мотивация, т.е. наличие интереса к содержанию того, что студент изучает, и к самому процессу познания. Преуспевают те, кому процесс учебы сам по себе приносит удовольствие. Именно внутренняя мотивация отличает успешных студентов с высоким уровнем счастья от успешных, но несчастных. Ведь успех и счастье это почти ортогональные величины: можно быть успешным, но при этом совершенно несчастным, а можно быть неуспешным и счастливым. Так вот, для того чтобы быть счастливым, человеку должно нравиться то, чем он занимается. Пока это основные полученные нами результаты. Мы надеемся продолжить исследовательский проект на новых выборках.

– Ваш вывод о пользе умеренного пессимизма некоторым образом дискредитирует проект позитивной психологии как таковой... Может ли так случиться, что,

### **устроив всеобщее счастье, мы окажемся в ситуации, когда движение и развитие в обществе остановятся?**

– Практически с момента возникновения позитивной психологии ее идеи критикуют в таком ключе. Наиболее ярким критиком была американская исследовательница Барбара Хелд (Barbara Held), которая утверждала, что человек не может жить одним лишь позитивом, что ему требуется и негатив. И в последние годы позитивная психология, наконец, приходит к сбалансированной позиции, согласно которой отрицательные эмоции тоже ценны, а человеку для счастья вовсе необязательно быть однозначным оптимистом. Данные М. Селигмана показывают, что в некоторых ситуациях, например, юристу для того, чтобы добиться успеха, необходимо быть пессимистом. В отличие от страхового агента, которому все-таки лучше оставаться оптимистом.

### **– Какое объяснение дается такому неожиданному различию?**

– Видимо, страховой агент часто сталкивается с негативными обстоятельствами, он приходит и говорит «давайте я вас застрахую», а от его услуг отказываются. Для того чтобы выдержать эту ситуацию и сохранять мотивацию, нужно уметь отмахиваться от неудач. А юристу необходимо ожидать худшего, глядя на те документы, которые он изучает, и всегда рассчитывать, что любая фраза, которая там прописана неясно, может быть обращена против его подзащитного. Кстати, мои друзья-юристы согласны с этими выводами.

### **– Проводились ли сравнения с еще какими-то профессиональными группами?**

– Не уверен. Пример с юристами и страховыми агентами кочует из книги в книгу. А вообще, профессия в сильной степени влияет на психологическое благополучие. Несколько лет назад в сотрудничестве с журналом «Psychologies» мы проводили исследование: 10 тыс. человек заполнили тест касательно смысла жизненных ориентаций. Это такой научный опросник, который мерит осмысленность жизни и психологическое благополучие. И выяснилось, что более счастливыми являются представители профессий, которые действуют более или менее самостоятельно, т.е. специалисты, работающие в одиночку, например, психологи, люди, владеющие каким-то бизнесом, представители творческих профессий. Кроме того высокие показатели счастья демонстрируют представители профессии, требующей компетентности, наличия высшего образования. И наконец, счастливыми оказываются те, кто занимается профессиями, предполагающими контакт с людьми. Это как раз подтверждает теорию самодетерминации Деси (Edward Deci) и Райана (Richard Ryan), согласно которой внутренняя мотивация и психологическое благополучие имеют место там, где удовлетворяются базовые потребности в автономии, компетентности и позитивных отношениях. По результатам их исследований, самыми счастливыми являются психологи, за ними идут директора и предприниматели, архитекторы, ученые. Где-то в середине находятся студенты и преподаватели. И в хвосте распределения очутились клерки и люди, занимающиеся работой, не требующей высшего образования, – грузчики, водители. Но хуже всех дела обстоят

у безработных и домохозяек. Оказывается, профессия домохозяйки очень вредна

### **– Можно ли утверждать, что результаты подобных исследований валидны только для индивидуалистических обществ? Ведь скажи советскому человеку, что основной составляющей счастья является автономия, это стало бы для него открытием.**

– Вообще такая проблема есть. Но сейчас все больше исследований проводится позитивными психологами в таких странах, как Китай, Япония, Иран. И пока результаты, полученные на западных данных, подтверждаются и там. Но я думаю, что эта культурная специфика в ближайшие годы может проявляться все яснее. В нашей же стране и вообще сложилась особая ситуация. От культуры, где насаждался коллективизм, маятник вдруг резко качнулся в обратную сторону – сторону культуры дикого безоглядного индивидуализма, которая отличается даже от той, что бытует на Западе. Оказавшись в Америке, вы видите, что люди там активно участвуют в жизни общества, вовлечены в совместные предприятия, начиная с всеобщих выборов президента и заканчивая выборами в местную церковь. По моим ощущениям, американцы далеко не так атомизированы и разобщены, как люди в нашей стране. Поэтому, наверное, когда мы – русские – оцениваем западную психологию как крайне индивидуалистичную, мы находимся в плену собственных гиперболизированных представлений о том, что такое индивидуализм. К счастью, в последнее время картина в нашей стране, кажется, меняется.

### **– Однако среди факторов, перечисленных Вами, нет ни одного, связанного с кооперацией...**

– Не совсем так. Например, позитивные отношения с людьми являются, по мнению Деси и Райана, одной из базовых потребностей человека. Индивид должен находиться в сети значимых для него связей с другими индивидами. Без этого он не будет счастлив.

### **– Значит, остается некоторая позитивная основа у общества как формы организации жизни человека?**

– Да, все эвдекономические теории говорят как раз об этом. Ведь смысл – это не что иное, как связь с контекстом чего-то большего, целями и интересами других людей или мира в целом. Осуществляя осмысленную деятельность, я думаю о тех, с кем она меня связывает.

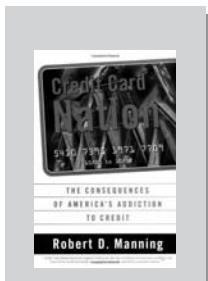
Человеку совершенно необходимо выходить за пределы изолированности и замкнутости. Известный психолог Виктор Франкл (Viktor Frankl) называл этот феномен самотрансценденцией. Другое дело, что у психологии как науки пока нет оптимальных средств, чтобы это изучать. Но мы двигаемся в этом направлении.

### **– Надеюсь, это движение будет успешным. Посмотрим, действительно ли желаемый уровень всеобщего счастья когда-нибудь будет достигнут или понят.**

– Посмотрим, хотя у меня есть ощущение, что счастье – это относительное понятие. Вещи и обстоятельства, которые делают нас счастливыми, все время меняются. ☞

Беседовала Елена Бердышева

# Потребительский кризис или американский капитализм: социология консьюмеристской рецессии<sup>1</sup>



## Роберт Мэннинг

PhD, президент и генеральный директор (CEO) Института ответственного списания долгов (Responsible Debt Relief Institute), США

Перевод с англ. Александра Куракина

Удивительно, что даже на пятый год Великой рецессии голос социологии в целом и социологов в частности и их влияние на общественную политику остаются слабыми. Специалистам в области социологии потребления выпала уникальная возможность разработать новые теоретические и эмпирические подходы к изучению самого значительного экономического кризиса послевоенного периода. Как и при исследовании социальных проблем, вызванных ураганом Катрина, социологи могли бы сыграть значительную роль в формировании новых поколенческих ожиданий (проблематизация этоса экономической мобильности), прогрессивных политических движений («Оккупируй Уолл-стрит!»), политики поддержки окружающей среды («зеленая» энергетика), будущих моделей сглажива-

ния неравенства (реформа подоходного налогообложения), культурных обычаев и нравов (социально ответственное потребление, рост сбережений) и благоразумной общественной политики (защита потребителей, регулирование торговли). Этот монументальный проект содержит множество трудностей на разных уровнях: академическом, интеллектуальном, национальном, культурном, поведенческом, правовом и уровне локальных сообществ. Провал доминирующей экономической парадигмы предоставляет социологии историческую возможность «поймать момент» пока другие направления и подходы не воспользовались большей узнаваемостью своих «брендов» и их не «употребили» со вкусом под аккомпанемент PR-компаний.

## Конкурирующие объяснения текущего социетального кризиса

Наиболее яркой чертой текущего экономического кризиса и сопровождающих его дебатов вокруг общественной политики является дефицит «социологического воображения». Примечательно, что рационально действующие потребители и домохозяйства изображаются одновременно как *виновники* и *жертвы* социального «преступления» века; в течение 2007–2009 гг. критические исследования, обличающие вину Уолл-стрит, не замечались (искажались), пока масса неопровержимых свидетельств не была представлена в известных документальных фильмах (см., например, «Грабеж» Дэнни Шехтера<sup>2</sup>, «Внутреннее дело» Чарльза Фергюсона<sup>3</sup>), а теперь еще и в целом ряде журна-

листских расследований. Таким образом, социальная «проблема» индивидуального потребления нанесла крупномасштабный побочный ущерб всей мировой финансовой системе, спровоцировав коллапс американской экономики и последовавшего за ним «эффекта домино». Ключевой вопрос состоит в том, какова настоящая и будущая роль массового потребления в рациональной перестройке американского общества? Эта перестройка касается будущего благополучия и стабильности американского среднего класса и влияния Уолл-стрит на процесс реконструкции мировой экономической системы.

В то время как аналитики СМИ и политики упрощенно толковали институциональную и промышленную дерегуляцию 1990-х и 2000-х годов, последствия буйного потребительского поведения – представленного показным шопингом и избыточным потреблением – заслоняли неизбежную экономическую катастрофу, маячащую на горизонте. Вместо того чтобы сосредоточиться на критическом анализе динамики американского капитализма, было гораздо проще разыграть морализаторскую пьесу, в которой отрицательными персонажами выступали нераскаявшиеся и недисциплинированные потребители; тогда как ни маэстро федеральной резервной системы (Алан Гринспэн), ни «рациональная» дисциплина рынка (с ее незыблемыми законами бизнес-цикла) не считались ответственными за эти пагубные события.

Поучительнее всего в господствующем объяснении кризиса то, что американские потребители одновременно ответственны за *причины* и *последствия* финансового спада из-за их двойственного «ответственного (безответственного)» поведения, которое способствовало недавней фазе роста и процветания американской экономики (т.е. «перепотребления») в период с 2002 по 2006 г. Однако

<sup>1</sup> Источник: Manning R.D. Crisis in Consumption OR American Capitalism: A Sociological Perspective on the Consumer-Led Recession // Consumers, Commodities & Consumption. A Newsletter of the ASA Consumer Studies Research Network. 2011. Vol. 13. No. 1. URL: <http://csrn.camden.rutgers.edu/newsletters/13-1/manning.htm>

<sup>2</sup> Schechter D. Documentary, PLUNDER (2010).

<sup>3</sup> Ferguson Ch. Documentary, INSIDE JOB (2010).

THE BORN LOSER ART SANSONM



Рис. 1. Прирожденный неудачник (автор – Арт Сансом)

этот поверхностный подход не учитывает описанную Элизабет Кознову послевоенную «Республику потребления»<sup>4</sup>, возникшую как социально-политический ответ на американскую индустриализацию; она служила для легитимации возникшего «корпоративного либерализма» и прогрессизма<sup>5</sup> Нового курса, которые поощряли и в конечном счете кооптировали набиравшие силу политическую активность и профсоюзное движение за счет более высокого трудового вознаграждения и материальных стандартов жизни. К 1960-м годам рост массового консьюмеризма и движения за права потребителей заложил фундамент сложной классовой, расовой и гендерной политики, направившей политическую активность на решение экономических вопросов о «хлебе насущном». Консьюмеризм стал настоящим политическим «правом», выражающимся через широкий спектр социально-политических действий, при этом ограничивающимся неподатливыми семейными бюджетами и доступом к потребительским кредитам.

Позднее Бен Барбер с сожалением отметил, что демократическая гражданская активность сдерживается и даже поглощается демократическим консьюмеризмом при посредничестве рынка и СМИ<sup>6</sup>. К концу 1990-х годов легкий доступ к потребительским кредитам (чему благоприятствовала дерегуляция банковского сектора) наряду с падением «реальных» доходов домохозяйств превратили «Республику потребления» в скопления финансово «безответственных» домохозяйств, соблазняемых песнью сирен о «пере-» и «гиперпотреблении». Боевой гимн Республики сместился с призыва к производству, сбережениям и благоразумным расходам в сторону выражения «выигрывает тот, у кого больше всех игрушек». Работы Джульет Шор «Американский транжир»<sup>7</sup> и «Рожденный покупать»<sup>8</sup> призывали американцев пересмотреть свои приоритеты и привести свои стили жизни в соответствие с содержанием кошелек, не поддаваясь на сравнения с референтными или статусными группами. В книгах «Мак-

дональдизация общества»<sup>9</sup> и «Очаровывая разочарованный мир»<sup>10</sup> Джордж Ритцер предостерегал американцев относительно того, что рационализированные процессы производства переплетаются с социализацией иррациональных процессов потребления. Политически активные ремесленники эпохи промышленной революции превратились в рационализированных промышленных роботов, чьей главной целью оказалось – потреблять в постиндустриальном обществе.

Благодаря структурным переменам в хозяйстве в 1980-е и 1990-е годы американские домохозяйства откликнулись на новые профессиональные и экономические системы вознаграждения новым стандартом жизни, предполагавшим более высокий уровень образования, занятость обоих супругов и все возрастающий уровень расходов. Как предсказывалось в работе Мэннинга «Нация кредитных карт»<sup>11</sup>, «перепотребление» сделало незаметными новые формы социально-экономического неравенства, заложив опасное основание «карточного домика», который с неизбежностью рухнул и разрушил национальную и мировую финансовые системы, ставшие все более зависимыми от действия потребительского «рычага». Это можно показать, сравнив рост возобновляемых кредитов по кредитным картам с растущим

<sup>4</sup> Cohen L. A Consumers' Republic: The Politics of Mass Consumption in Postwar America. New York: Vintage, 2003.

<sup>5</sup> Прогрессивизм или прогрессизм (лат. progressio) — течение или идеология, направленная на пропаганду и осуществление социальных и политических реформ сверху, т.е. правительством, и нередко противопоставляющаяся консерватизму и традиционализму. Материалы из Википедии — свободной энциклопедии. URL: <http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D1%80%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B5%D1%81%D1%81%D0%B8%D0%B2%D0%B8%D0%B7%D0%BC> — Примеч. перев.

<sup>6</sup> Barber B.R. How Markets Corrupt Children, Infantilize Adults, and Swallow Citizens Whole. New York: W.W. Norton & Company, 2008.

<sup>7</sup> Schor J. The Overspent American: Why Americans Buy What They Don't Need. New York: Harper, 1999.

<sup>8</sup> Schor J. Born to Shop: The Commercialized Child and the New Consumer Culture. New York: Scribner & Son, 2004.

<sup>9</sup> Ritzer G. The McDonaldization of Society. CA: Pine Forge Press, 1996.

<sup>10</sup> Ritzer G. Enchanting a Disenchanted World: Continuity and Change in the Cathedrals of Consumption. CA: Pine Forge Press, 2009.

<sup>11</sup> Manning R.D. Credit Card Nation: Americans Dangerous Addition to Credit. New York: Basic Books, 2000.

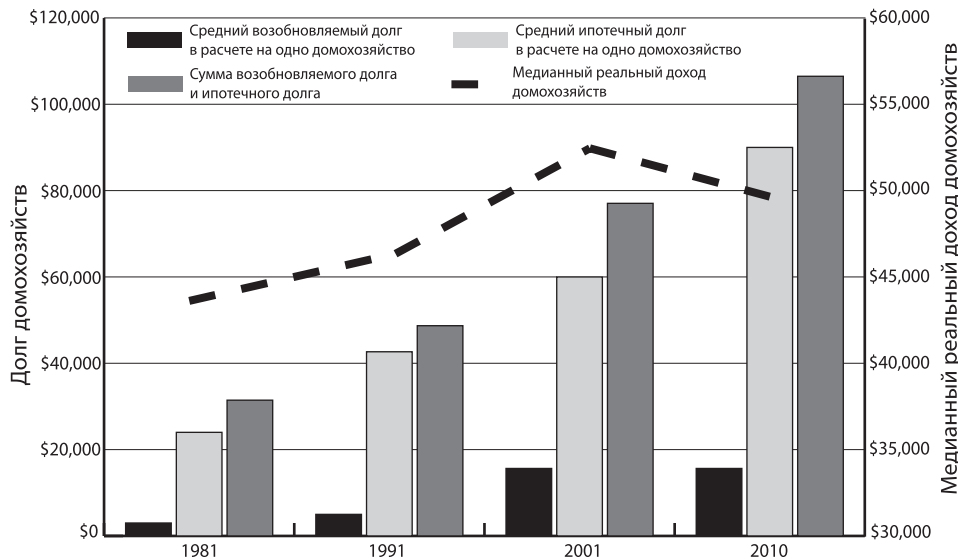


Рис. 2. Средний долг домохозяйств vs медианный доход домохозяйств в период текущей и более ранних рецессий (в ценах 2010 г., долл. США)

экономическим неравенством, выраженным коэффициентом Джини. Интересно, что наиболее резкий рост произошел во время правления администрации Клинтона (1992–2000 гг.); долг по кредитным картам почти утроился, а коэффициент Джини вырос с 0,40 до 0,42. Во время нынешней рецессии долг по кредитным картам снизился, тогда как коэффициент Джини вырос с 0,43 в 2007 г. до 0,47 в 2010 г.

Даже в этих условиях основное общественное внимание уделяется указанному сдвигу в поведенческих характеристиках американцев, который

отражает нехватку долгосрочного планирования (низкий уровень сбережений домохозяйств), праздное потребление (немедленное удовлетворение) и ослабление личной ответственности (рост банкротств среди физических лиц, невыполнение долговых обязательств). Все эти экономические и социальные тенденции представлены на карикатуре Арта Сансома (Art Sansom) «Прирожденный неудачник» (1995 г.) (см. рис. 1). Следовательно, еще до финансового пузыря середины 2000-х годов «перепотребление» сопровождалось истощением денежных ресурсов (резер-

вов) домохозяйств и доступностью потребительских кредитов на все более невыгодных условиях.

### Гиперпотребление и двойной финансовый пузырь: истоки конъюмеристской рецессии

В феврале 2001 г. в газете Baltimore Sun<sup>12</sup> я сравнил оживление американской экономики со спортсменом, употребляющим стероиды; она далеко не так сильна, как подразумевает ее преувеличенный рост. Главный вопрос, который вызвал значительный интерес у общественности, состоял в оценке вреда, который может нанести спекулятивное вмешательство, когда финансовые «стероиды» легких кредитов перестанут действовать. Мое предположение состояло в том, что на американские домохозяйства ляжет громадное долговое бремя, которое вынудит США включить режим «жесткой» кризисной посадки в нарушение всех традиционных предписаний. В отличие от повторяющихся рецессий в рамках деловых циклов, беспрецедентное долговое бремя американских домохозяйств ограничит стимулирующий эффект макроэкономических инструментов, главная цель которых – создать новые рабочие места, уменьшить безработицу и увеличить платежеспособный потребительский спрос. Поэтому, «конъюмеристская» рецессия будет сформирована поведенческими и финансовыми ограничениями, связанными с выплатой долгов домохозяйств, а также с сокращением возможностей брать новые кредиты, так как кредиторы неизбежно урежут доступ к дешевым кредитам. В самом деле, впервые за послевоенный период финансовые рычаги, вытянувшие США из рецессии 2001 г., не основаны на повышении реальных доходов домохозяйств. Как показано на рис. 2, где сравнивается рост долгового бремени домохозяйств (кредитные карты, ипотека) с медианным доходом домохозяйств (в ценах 2010 г.) за три предыдущие рецессии (1981–1982, 1989–1991, 2001 гг.), начиная с

1940–2011 гг., федеральный уровень vs отдельные столичные города

Год	Федеральный уровень	Вашингтон	Нью-Йорк	Лос-Анджелес	Солт-Лейк-Сити
1940	30 600				
1950	44 600				
1960	58 600				
1970	65 300				
1980	93 400				
1990	101 100				
2000	119 600	165 000	250 000	234 000	
2005	219 000	425 800	445 200	529 000	
2006	221 900	431 000	469 300	584 000	
2007	219 000	430 800	469 700	589 200	233 100
2008	196 600	343 400	437 900	402 100	229 600
2009	172 100	308 600	381 400	333 900	217 000
2010	173 100	325 300	393 700	316 700	206 500
2011 Q1	158 700	294 800	375 900	293 300	190 500

Таблица 1. Медианные цены проданного жилья по регионам

<sup>12</sup> Manning R.D. American Households Swimming in Red Ink // The Baltimore Sun. 2001. February 26. P. A 25.



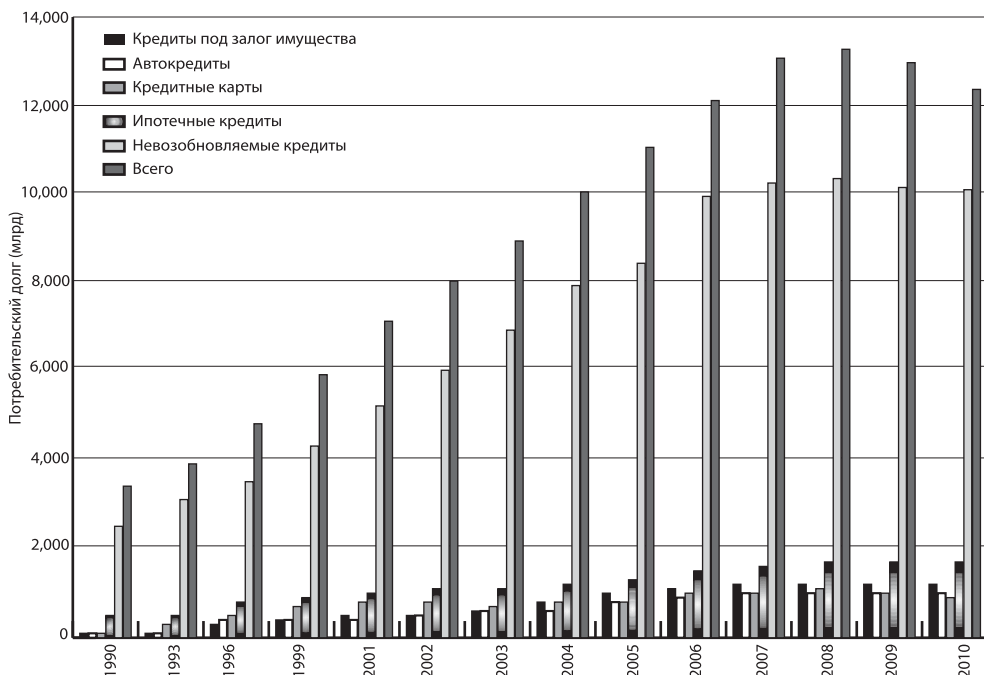


Рис. 3. Виды потребительских долгов домохозяйств в 1990–2010 гг. (в номинальных ценах, долл. США)

2001 г. наблюдается неуклонное падение реальных доходов американцев при нарастании потребительского долга до громадных размеров – в среднем более \$100 тыс. на одно домохозяйство в 2007 г. Существенно, что рост долгов домохозяйств происходил прежде всего за счет ипотечного кредитования, так как бурно развивавшийся рынок жилья стал двигателем гиперпотребления.

Если после рецессии 2001 г. реальные доходы домохозяйств упали, а замещение американских работников иностранцами продолжалось возрастающими темпами, каким образом за 2001–2006 гг. американская экономика смогла создать миллионы новых рабочих мест? Ответ состоит в том, что финансовое регулирование, проводимое Уолл-стрит, довело объемы жилищного строительства до небывалых величин и в то же время переложило риски ненадежных долгов на национальную и международную финансовую систему, продавая ценные бумаги, обеспеченные активами (Asset Backed Securities, ABSs). Это привело к возникновению бизнес-модели, в которой банки получали комиссионные за выдачу ипотечных кредитов, продажу обеспеченных активами ипотечных ценных бумаг и обслуживание ипотечных займов, купленных страховыми компаниями, взаимны-

ми фондами и другими инвесторами. По ходу дела американское правительство продвигало собственность на жилье в качестве ускоренной программы накопления имущественных активов домохозяйствами; доля собственников жилья резко выросла с менее чем 65% в 2001 г. до более чем 69% в 2007 г. Кроме того, цены на жилье в среднем практически удвоились всего лишь за шесть лет, превысив \$220 тыс. в 2006 г., что резко контрастирует с исторически сложившимся средним ростом 2–3% в год (см. табл. 1). Результатом того, что американскую экономику посадили на финансовые «стероиды», стал невероятный рост кредитоспособности домохозяйств благодаря изобилию «легких» потребительских кредитов: возобновляемые кредитные линии по кредитным картам более чем в два раза увеличили доходы домохозяйств, автокредиты без предоплаты, «быстрые» кредиты под залог имущества (Home Equity Line of Credit, HELOC) и отношение суммы имущественного кредита к рыночной стоимости залога (residential Loan To Value, LTV) «рефинансировали» ипотечные кредиты, достигшие 125%. Это привело к образованию двойного «финансового пузыря», так как дорогие кредиты (например, по кредитным картам) с легкостью рефинансировались в дешевые ипотечные кредиты, которые

быстро начинали возвращаться в растущем потоке потребительского спроса. В конце концов, в течение этого уникального периода рьяного кредитования – отмеченного безответственностью андеррайтеров – гиперпотребление стало рациональным решением для выбивающихся из сил семей рабочих, представителей слоев среднего и высшего среднего класса. Так, покупка дома, превосходящая финансовые возможности семьи, была «разумным» решением, поскольку порождала дополнительные экономические ресурсы, способствующие увеличению падающего реального дохода домохозяйства. Кроме этого, растущий рынок жилья финансировал доступ к более хорошим школам для детей, участие в статусной гонке через дорогостоящее потребление товаров (проведения досуга), недвижимые личные (семейные) обстоятельства (медицинскую помощь, развод, безработицу) и даже инвестиционный капитал для планирования пенсии.

Как показано на рис. 3, сильный рынок жилья послужил катализатором гиперпотребления 2000-х годов, создав дополнительные финансовые ресурсы для растущего уровня потребления домохозяйств. Невероятно, но ипотечные долги почти удвоились – с \$5,3 трлн в 2001 г. до \$10 трлн в 2006 г. – хотя почти \$2 трлн пришлось на обналичивание (cash-outs) и рефинансирование потребительских долгов. Безусловно, такое усиленное внимание финансовому обслуживанию потребления еще больше обострило вероятность разоблачения финансовых рисков крупнейших банков по мере того, как потребителей стимулировали рефинансировать дорогие долги по кредитным картам в дешевые ипотечные займы. Миллионы американцев, не ожидавшие, что в 2007 г. финансовый «пузырь» лопнет, оказались с крошечными сбережениями, высокими долгами по кредитным картам, большими HELOC и «обескураживающей» ипотекой. Не имея возможности «оплачивать долги по MasterCard с помощью VISA», потребительские кредиты быстро превратились в «токсичные активы», которые запустили процесс неумолимого краха американской фи-



Рис. 4. Взгляни на мою копилку! Она выглядит, как мой накопительный пенсионный счет

нансовой системы, произошедшего в 2008 г.

**Социологический вызов доминирующему экономическому дискурсу: «трать, детка, трать» или учись тратить мудро?**

В связи с вполне ожидаемым провалом федеральной программы экономического стимулирования 2010 г., «социологическое воображение» получило уникальный шанс продвигнуть (выражаясь языком коммерции) альтернативу массовому потреблению как первоочередную возможность для возвращения к общественному процветанию и политической стабильности. Нынешний «кризис потребления» отражает как более общие структурные перемены в американском обществе (переход от промышленного производства к экономике услуг), так и усиливающееся социальное давление глобализации (более высокий уровень безработицы, сокращение зарплат, коллапс государства благосостояния). С возникновением главенствующего дискурса неolibерального государства, уделяющего пристальное внимание распространению глобальной торговли и расширению неравенства внутри стран, еще никогда так отчетливо не провозглашалась центральная роль потребления для обеспечения политической стабильности. Примечательно, что общественность и особенно СМИ, сформировавшие на ранних стадиях мирового кризиса мнение, подчер-

кивающее приоритет экономической «науки» с ее вниманием к бизнес-циклам, теперь не признают крах этих неизменных и универсальных принципов.

Занимательно, что как Буш, так и Обама воскресили призрак патриотического консьюмеризма, как практическую и быстродействующую меру по восстановлению экономики США. Вряд ли можно забыть, как в 2009 г. Бен Штейн (Ben Stein)<sup>13</sup> провозгласил (вообще кто-нибудь выигрывал в его шоу деньги?), что наиболее эффективный способ помочь подъему экономики – тратить побольше денег на подарки во время праздников; очевидно, он запомнил, что эффект мультипликатора наиболее силен в США, когда потребление основано на производстве. Как говорится, это две большие разницы: иметь «хороший» долг или «плохой» долг, что верно и в случае миллиардных расходов на общественные ресурсы с целью стимулировать потребление граждан, чью кредитоспособность необходимо увеличивать (повышать доверие потребителей), а не сокращать, тем самым форсируя «двойную» рецессию.

Поскольку идеологическая риторика о малом правительстве и дерегулировании за последние три десятилетия привела к фундаментальным

<sup>13</sup> Американская знаменитость, писатель, адвокат, политик. В настоящее время все больше появляется на телевидении в разных шоу. Особенного внимания удостоилась денежная викторина Штейна – *Примеч. перев.*

переменам в институциональном и индивидуальном поведении, нет никаких оснований полагать, что гегельянский синтез – основанный на широкой реакции против политики индивидуализма «свободного рынка», например, движение «Оккупируй Уолл-стрит!» и принятие закона Додда–Фрэнка (Dodd–Frank Act)<sup>14</sup> в 2011 г. – не сможет привести к фундаментальным изменениям в социальных отношениях, что может значительно повлиять на социокультурные основания американского потребления. Для исследователей, занимающихся социологией потребления, интеллектуальные, профессиональные и политические «ставки» никогда не были так высоки и так увлекательны. Например, мое лонгитюдное исследование, в котором на эмпирическом уровне вычисляется кредитоспособность домохозяйств, предлагает многообещающий подход для моделирования рационального потребления и социально ответственных систем кредитования. Наконец, наряду с возрождением интереса к нашим исследованиям и междисциплинарным подходам, остается вопрос: будут ли они использованы для продвижения идеи благоразумного и социально ответственного потребления? Или, возможно, они породят рыночные исследования, которые будут использованы для манипулирования когнитивными реакциями потребителей и влияния на потребительское поведение, как, например, немедленное получение удовольствия, ведущее к нерациональному ухудшению качества окружающей среды. Несмотря на наши споры о предпосылках и применении исследований, давайте усилим голос социологии потребления, ибо национальный и международный дискурсы так отчаянно нуждаются в нем! 

<sup>14</sup> Закон Додда–Фрэнка — законодательный акт (подписан Обамой 21 июля 2010 г.), который предусматривает самую серьезную реформу Уолл-стрит (изменения в регулировании финансовой отрасли) после Великой депрессии 1929 г. Закон предложен Барни Фрэнком и Крисом Доддом 2 декабря 2009 г. Вступил в силу 15 июля 2011 г. // Финансовый словарь смарт-лаб. URL: <http://smartlab.ru>. — *Примеч. перев.*

# «На что жалуетесь, больной?»: практики назначения лекарственных препаратов российскими врачами



Анастасия Кашеева  
(Маркова)

аспирантка факультета  
социологии НИУ ВШЭ



*«Пациенты всегда требуют подтверждение. Мы не делаем здесь машины, мы не даем гарантий»  
Доктор Хаус.*

Постепенное развитие науки и техники сделало медицину отдельной областью знания, а фармакологию – мощной индустрией, обеспечивающей цивилизацию важнейшим благом: увеличением срока жизни человека и улучшением ее качества. В результате между пациентом, врачом и представителем фармацевтической отрасли сформировались сложные специфические отношения, принципиально важные для всех участников процесса. Цели этих отношений для каждого из участников вполне очевидны: пациент хочет излечиться, врач – излечить, а производитель лекарств – получить выгоду от излечения пациента. Тем не менее центральным звеном в процессе лечения по-прежнему является врач – человек, обладающий комплексом профессиональных знаний и навыков, а также наделенный авторитетом и властью над пациентом. В свою очередь, больной в условиях существующей асимметрии информации между ним и врачом «не в состоянии самостоятельно сформировать рациональные знания о терапевтической ценности фармацевтических препаратов, в связи с сугубо индивидуальным характером многих видов лечения»<sup>1</sup>, поэтому, руководствуясь авторитетом врача (доверяя ему), он, как предполагается, принимает именно те лекарства, которые ему назначил специалист.

Однако, согласно данным последних исследований, почти половина пациентов не всегда доверяет врачам, а примерно 60% зачастую не выполняют их назначения

и рекомендации<sup>2</sup>. Явление, когда пациенты не следуют рекомендациям (назначениям) врача, в зарубежной медицине получило название «некомплаентность» (от англ. compliance – уступчивость). Некомплаентность может проявляться в беспорядочном приеме лекарств, бессистемном проведении лечебных процедур, в уменьшении доз или в передозировке. Врачи связывают значительный процент неэффективного лечения именно с неком-

плаентностью. Среди причин неэффективности лечения, безусловно, большую роль играет невыполнение пациентами врачебных назначений и рекомендаций, в основе которого в свою очередь лежит отсутствие взаимопонимания врача и пациента, недоверие пациента врачу<sup>3</sup>. Одной из причин такого недоверия со стороны пациентов может являться подозрение, что врач, обладающий профессиональной властью и авторитетом, назначая препараты, принимает решение, руководствуясь не только стремлением помочь пациенту, но и иными, субъективными целями. Так, например, цели врача могут формироваться под влиянием фармацевтических компаний, которые «стимулируют» назначение медиками пациентам определенных лекарственных препаратов<sup>4</sup>, ими же произведенных. Данная проблема осознается не только пациентами, но и государством, о чем свидетельствует появление нового закона «Об основах здоровья граждан в РФ», одной из функций которого является регулирование деятельности медицинского работника в соответствии с интересами пациента и ограничение взаимодействия врача с представителями фармацевтических компаний. Таким образом, возможный конфликт целей врача при назначении пациентам лекар-

<sup>2</sup> Силуянова И.В., Яковлев В.В. Взаимоотношение врача и пациента: позиция пациента // РОСМЕДПОРТАЛ.КОМ научно-практический журнал для специалистов здравоохранения. URL: [http://www.rosmedportal.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=1147%3A-2-2011-1-r-&catid=25%3Athe-project&Itemid=1](http://www.rosmedportal.com/index.php?option=com_content&view=article&id=1147%3A-2-2011-1-r-&catid=25%3Athe-project&Itemid=1)

<sup>3</sup> Там же.

<sup>4</sup> Маркова А.А. Структурно укорененные связи между представителями фармацевтических компаний и врачами: угроза разрыва // Экономическая социология (электронный журнал). 2010. Т. 11. № 4. С. 137–159. URL: <http://ecsoc.hse.ru/issues/2010-11-4/index.html>

<sup>1</sup> Светличная Т.Г. Структура рынков фармацевтических товаров // Экономический вестник фармации. 2003. № 5. URL: <http://rudocctor.net/medicine2009/bz-jw/med-kmnes.htm>

ственных препаратов оказывается еще одной «болезнью» российской системы здравоохранения.

Вместе с тем важно отметить, что сам процесс принятия врачом решения о том, какое лекарство должно быть назначено данному пациенту, является непрозрачным. Мы очень мало знаем о том, какие факторы влияют на мотивацию решения врачей в данном вопросе? Какой логикой или логиками они могут руководствоваться? Анализ процесса и факторов, влияющих на назначение лекарственных препаратов врачом, представляет собой важную аналитическую проблему. Основная задача данной статьи состоит в том, чтобы более полно описать эту проблему и осветить основные ракурсы исследования, которое мы намерены предпринять в ближайшем будущем. Порядок наших рассуждений будет следующим.

Сначала мы подробно опишем проблемную ситуацию, частично основываясь на данных ранее проведенного нами исследования<sup>5</sup>, отдельно остановимся на изменении нормативных условий и далее обозначим основные задачи нашей будущей исследовательской работы.

#### «Анамнез болезни»: описание проблемной ситуации

На принятие врачом решения о назначении пациенту того или иного препарата влияет множество факторов. С одной стороны, врачи руководствуются субъективными характеристиками самого продукта – эффективностью, безопасностью, наличием побочных эффектов и т.д. С другой стороны, на назначение препаратов влияют внешние факторы – например, доходы пациентов, списки льготных лекарств, мнение авторитетных специалистов<sup>6</sup>. В условиях хорошей информированности врача о препаратах, подкрепленной опытом их предыдущего «использования» в лечении пациентов, процесс назначения лекарственных препаратов, с одной стороны, может представлять собой рутинную практику<sup>7</sup>. С другой – назначение новых препаратов может быть действительно сложным процессом взвешивания всех «за» и «против». На врача может действовать одновременно целый комплекс внешних факторов (данные официальной клинической статистики, возможность апробации лекарственного препарата, научные статьи о применении этого препарата, визиты медицинских представителей) и характеристики самого продукта (соотношение «стоимость – эффективность» лечения, средняя стоимость курса лечения)<sup>8</sup>.



Как уже было сказано, в настоящее время фармацевтические компании принимают активное участие в процессе назначения лекарственных препаратов – для врачей все более привлекательной становится возможность распространения образцов препарата, все большую роль в системе принятия решения играют медицинские представители. Мировая фармацевтиче-

ская отрасль тратит на медицинских представителей до 60% рекламных бюджетов, а один такой сотрудник в год обеспечивает продажи лекарственных препаратов на сумму 300 тыс. – 900 тыс. долл.<sup>9</sup> Медпредставитель зачастую выступает просто как важный источник информации о лекарственных средствах, ведь особенностью фармацевтического рынка является некоторая однородность товара за счет распространенности и постоянного увеличения объемов на этом рынке дженериков или заменителей оригинальных препаратов, о которых врач самостоятельно узнать просто не в состоянии в силу отсутствия времени и открытого доступа к этой информации. Вместе с тем медпредставитель является связующим звеном между врачами и фармацевтическими компаниями, обеспечивая прямую и обратную связь между ними.

Врачи подвержены влиянию фармацевтических компаний и зависимы от них<sup>10</sup>: фармкомпания через медпредставителей стараются оказывать врачам финансовую и информационную поддержку, оплачивают конференции и поездки, предоставляют необходимую технику для работы и т.д., стимулируя тем самым «лояльность» врача в отношении «своих» препаратов.

Помимо фармацевтических компаний врач не свободен от политики и требований конкретной медицинской организации (учреждения), в которой он работает. Руководство медицинских учреждений осуществляет контроль над деятельностью врачей, поскольку от качества оказанной пациентам помощи зависит репутация организации в целом. В то же время, если руководством медицинских учреждений движут сугубо экономические мотивы, врач также вынужден следовать этим мотивам, поскольку зачастую он имеет статус «наемного», «подневольного» работника<sup>11</sup>.

Ограниченность свободы медика проявляется и в том, что «врачи часто вынуждены назначать не те препараты, которые они считают действительно эффективными. Так, одно из исследований показало: среди 20 самых часто прописываемых кардиологами препаратов только четыре

<sup>5</sup> Макарова А.А. Указ. соч.

<sup>6</sup> Фельдман О., Лисицын М. Факторы, влияющие на назначения лекарственных препаратов врачами // Фармацевтический вестник. 2004. № 6 (327). 17 февраля. URL: <http://www.comcon-2.ru/default.asp?artID=883>

<sup>7</sup> Там же.

<sup>8</sup> Там же.

<sup>9</sup> Гетьман М.А. Большая фарма. М.: Литтера, 2003. С. 217.

<sup>10</sup> Маркова А.А. Структурно укорененные связи между представителями фармацевтических компаний и врачами: угроза разрыва // Экономическая социология (электронный журнал). 2010. Т. 11. № 4. URL: <http://ecsoc.hse.ru/issues/2010-11-4/index.html>.

<sup>11</sup> Лебедев А., Гончарова М. Главный врач или директор? // Медицинская газета. 2011. 14 октября. URL: <http://www.mgzr.ru/>

оказываются в TOP10 по эффективности; четыре препарата – в диапазоне TOP10–20; четыре – в TOP21–30 и восемь ранжируются значительно ниже»<sup>12</sup>.

Таким образом, профессиональную автономию и выбор назначаемых лекарств для врачей сдерживают, с одной стороны, рыночные механизмы, с другой – административные. Российские врачи получили возможность эксплуатировать (использовать) неопределенность<sup>13</sup> относительно эффективности препаратов и способов лечения, частично разрушая некоторые из постулатов «клятвы российского врача»<sup>14</sup>. Это в итоге привело к тому, что беспристрастность врачей в отношении выписки рецептов и даваемых рекомендации была поставлена под сомнение не только пациентами, но и государством, которое не замедлило вмешаться.

### «Приготовьтесь к осложнениям»: государственное регулирование деятельности медицинских работников в контексте назначения лекарств

21 ноября 2011 г. был принят ФЗ «Об основах здоровья граждан в РФ», направленный на регулирование отношений, возникающих в сфере охраны здоровья граждан в Российской Федерации как на уровне человека, так и на уровне медицинских, фармацевтических и любых других организаций, индивидуальных предпринимателей, которые осуществляют деятельность в сфере охраны здоровья.

Непосредственно ст. 74 и 75 этого закона направлены на разрешение конфликта интересов, определяемого как «ситуация, при которой у медицинского работника или фармацевтического работника при осуществлении ими профессиональной деятельности возникает личная заинтересованность в получении лично либо через представителя компании материальной выгоды или иного преимущества, которое влияет или может повлиять на надлежащее исполнение ими профессиональных обязанностей вследствие противоречия между личной заинтересованностью медицинского работника или фармацевтического работника и интересами пациента»<sup>15</sup>.

Также вводится ряд ограничений на взаимодействие медицинских работников с фармацевтическими компаниями: врачам запрещается принимать от фармкомпаний подарки и денежные средства; заключать соглашения

с фармкомпаниями о назначении тех или иных препаратов пациентам; получать от компании образцы лекарственных препаратов для дальнейшего вручения пациентам; предоставлять пациентам неполную, искаженную информацию о лекарственных препаратах и скрывать сведения об аналогичных лекарственных препаратах, медицинских изделиях; осуществлять прием представителей фармацевтических компаний, производителей или продавцов медицинских изделий; выписывать лекарственные препараты, медицинские изделия на бланках, содержащих информацию рекламного характера или наименование лекарственного препарата<sup>16</sup>.

Статьи 74 и 75 вступили в силу с января 2012 г. – формально с этого момента визиты медпредставителей запрещены. Активное обсуждение подобного законопроекта началось еще в 2009 г., после «требования» Председателя Правительства РФ запретить деятельность медпредставителей – тогда для многих компаний это заявление прозвучало как приговор. Однако фармкомпания сразу стали продумывать и разрабатывать альтернативные способы взаимодействия с врачами, ориентируясь на опыт других стран. Например, в Польше после ограничения деятельности медпредставителей<sup>17</sup> сначала действительно сократились их визиты, но постепенно возникли новые схемы взаимодействия между фармпредставителями и врачами, благодаря которым акторы смогли вполне успешно преодолеть созданные государством нормативные барьеры<sup>18</sup>.

Очевидно, что государство намерено воспрепятствовать вторжению рыночных механизмов в процесс назначения пациентам лекарственных препаратов. Однако медпредставители могут являться для врачей не только «яблоком искушения», но важными и удобными источниками информации о лекарственных препаратах, профессиональными советчиками и помощниками, выступать в роли транслятора потребностей врачей и пациентов для фармкомпаний. Таким образом, последствия государственного вмешательства могут быть как позитивными, так и негативными.

### «И во всем этом есть логика?» – вопросы для будущего исследования

Итак, и без того мало исследованный процесс назначения препаратов врачами становится все более запутанным. Казалось бы, специалисты при выписке лекарств должны

<sup>12</sup> Фельдман О., Лисицын М. Факторы, влияющие на назначение лекарственных препаратов врачами // Фармацевтический вестник. 2004 г. № 6 (327) от 17 февраля. URL: <http://www.comcon-2.ru/default.asp?artID=883>

<sup>13</sup> Старк Д. Гетерархия: организация диссонанса // Экономическая социология (электронный журнал). 2009. Т. 10. № 1.

<sup>14</sup> «Клятва врача» – Федеральный закон, принятый 17 ноября 1999 г. Государственной думой Российской Федерации и утвержденный Президентом России Б.Н. Ельциным взамен «Клятвы российского врача», пришедшей на смену «Присяге врача Советского Союза» (1971 г.). Изложена в ст. 60 «Основ законодательства Российской Федерации об охране здоровья граждан».

<sup>15</sup> Федеральный закон № 323-ФЗ «Об основах здоровья граждан в Российской Федерации» от 21 ноября 2011 г. URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_121895/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_121895/)

<sup>16</sup> Медицинский работник может взаимодействовать с фармацевтической компанией (принимать подарки, денежные средства, образцы продукции и т.д.) только в ситуациях проведения клинических исследований лекарственных препаратов, клинических испытаний медицинских изделий или в связи с осуществлением медицинским работником педагогической и (или) научной деятельности.

<sup>17</sup> Седов К. Гангста медрэп. Останутся ли у медпредставителей возможности для легальной деятельности // Фармацевтический вестник. 2010. № 1 (575). URL: <http://www.pharmvestnik.ru/text/17472.html>

<sup>18</sup> Маркова А.А. Структурно укорененные связи между представителями фармацевтических компаний и врачами: угроза разрыва // Экономическая социология (электронный журнал). 2010. Т. 11. № 4. URL: <http://ecsoc.hse.ru/issues/2010-11-4/index.html>

полагаться на свой врачебный опыт, знания и заботиться прежде всего о соблюдении медицинских норм и максимально полном удовлетворении интересов пациента. Но врач принимает решение, какой препарат лучше выписать пациенту, не независимо. Он принадлежит к профессиональному сообществу и ориентируется на мнения коллег. Он является сотрудником лечебной организации, которая участвует в конкуренции за пациентов, беспокоится о своей репутации и борется за получение финансирования из государственного бюджета. При этом данное учреждение – часть системы здравоохранения, а значит, его деятельность подчинена определенным государственным законам и правилам. Кроме того, врач вовлечен во взаимоотношения с фармацевтическими компаниями, которые проводят зачастую агрессивную маркетинговую политику, призванную повлиять на мнение врача о препаратах. И не стоит забывать, что между врачом и пациентом также складывается социальное взаимодействие, а значит, помимо фармакологических свойств препаратов и особенностей течения болезни, в расчет могут приниматься и социальные характеристики больного, такие как, например, его материальные возможности в части приобретения тех или иных лекарств.

Таким образом, принимая решение о том, какое лекарство выписать, врач оказывается в центре многочисленных социальных отношений, где он обладает определенными обязательствами, которые тем или иным образом соотносятся с его личными целями и интересами. В условиях современного развития фармацевтического рынка, с появлением нового законодательства в этой области и с учетом особенностей фактического устройства здравоохранения в России, возможно, у врача просто нет выбора при попытке найти компромисс между всеми существующими логиками принятия решения. Однако нам, как пациентам, выпив таблетку от головной боли, хочется все-таки думать, что она не компромисс, а самое эффективное, быстродействующее, с минимальным количеством побочных эффектов лекарство, которое нам так любезно посоветовал добрый доктор, и первую таблетку даже дал бесплатно, так сказать, из собственных запасов. Насколько оправданы такие надежды, мы намерены выяснить в нашем исследовании.


В ходе нашего проекта<sup>19</sup> мы планируем проанализировать процесс принятия врачом решения о том, какое лекарство назначить пациенту. Цель нашей будущей работы – выявить все то множество факторов, в пространстве которых российские врачи принимают решение о на-

значении препарата конкретному больному, оценить относительную значимость этих факторов в процессе принятия решения и исходя из этого установить характер последствий принятия препарата с точки зрения интересов пациента. Наша основная задача – тщательно изучить цели, которые преследует врач в своей работе, и разобраться в том, действительно ли профессиональное решение врача, принятое с учетом влияния фармкомпаний, государственного регулирования, администрации больницы, социодемографических характеристик пациента и т.д., неизбежно противоречит задаче вылечить больного, или врачам удается добиться решения нескольких задач одновременно? Нас интересует, как вмешательство разнообразных акторов поля здравоохранения – коллег, администрации, фармкомпаний, Минздрава – отражается на работе врача, проходит ли оно «безболезненно» у него или порождает серьезные внутренние и внешние проблемы, которые врач постоянно должен решать? Позволяет ли врач нарушать его профессиональную свободу или старается противостоять внешнему давлению? Замечает ли он какое-либо

«ограничение» или «давление»? И с какой стороны?

Нам важно выяснить, в какой мере на практике в процесс принятия решения о назначении препаратов вовлечены пациенты. Действительно, сегодня и в России наблюдается проблема некомплаентности. Однако в какой мере ее основополагающей причиной является именно поведение врача? В каких случаях врач предоставляет больному полную информацию о лекарственных препаратах? В каких

случаях он искажает или «утаивает» ее? Старается ли врач воздействовать на комплаентность больного и каким образом? И кстати, возможно, отказ пациентов от принятия тех или иных лекарств объясняется не только дефицитом доверия к медицине? СМИ, Интернет, недобросовестная конкуренция между фармкомпаниями, специфика юридических отношений внутри медицинской организации, находящая отражение, например, в содержании аннотаций к лекарствам, особенно в части описания побочных эффектов, – все это и многое другое может определять позицию пациентов.

Еще одно направление нашего исследования – анализ последствий введения нового законодательства в сфере регулирования поведения российских врачей. Видим ли мы здесь «освобождение» врача от давления рынка или на наших глазах формируется новый административный барьер на пути специалиста? Таковы самые главные вопросы, которые нам предстоит прояснить в нашем исследовании. И не исключено, что, проанализировав его результаты, мы увидим, что ответ на вопрос «На что жалуетесь, больной?» окажется совсем не тем, что первым приходит на ум, – «на врача». 



<sup>19</sup> В 2012–2013 гг. автор планирует провести серию глубинных интервью с врачами, дизайн исследования в настоящий момент находится в процессе разработки.

# Разный взгляд на общество<sup>1</sup>

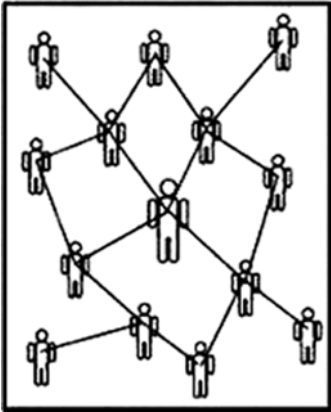


Рис. 1. Общество глазами обычного человека

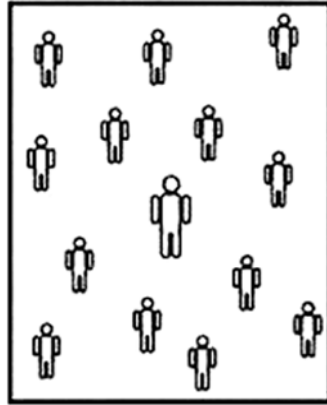


Рис. 2. Общество глазами мизантропа

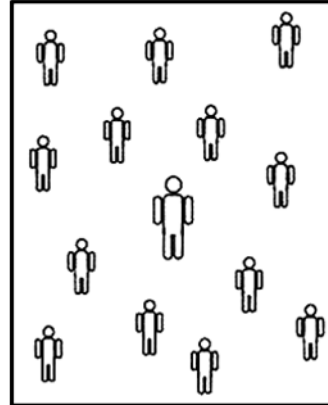


Рис. 3. Общество глазами Кутузова

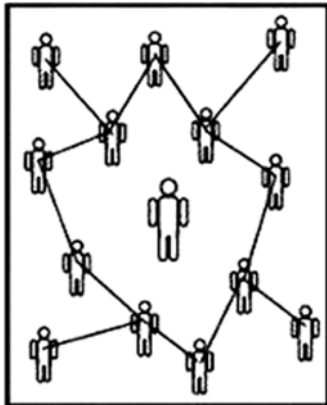


Рис. 4. Общество глазами параноика

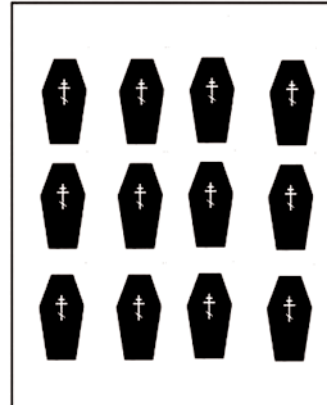


Рис. 5. Общество на кладбище



Рис. 6. Общество глазами Стиви Уандера

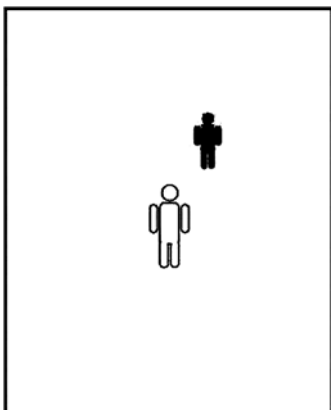


Рис. 7. Общество глазами Робинзона Крузо

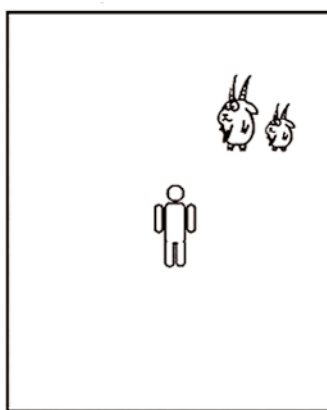


Рис. 8. Общество глазами Робинзона Крузо до того, как встретил Пятницу

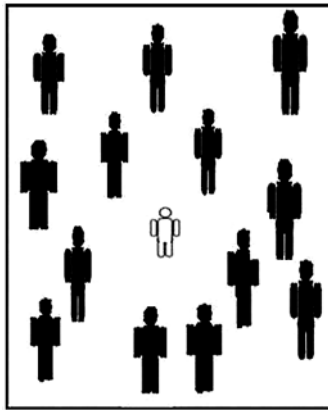


Рис. 9. Общество глазами тренера баскетбольной команды

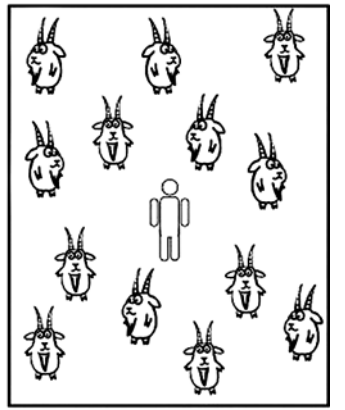


Рис. 10. Общество глазами женщин

<sup>1</sup> Источник: URL: <http://funnypagenet.com/funny-sociology/>



## НАД НОМЕРОМ РАБОТАЛИ



### Научный руководитель

**Вадим Радаев**

доктор экономических наук, профессор,  
зав. кафедрой экономической социологии,  
руководитель ЛЭСИ, первый проректор  
НИУ ВШЭ



### Редакционный совет

**Зоя Котельникова**

Преподаватель кафедры экономической  
социологии НИУ ВШЭ, научный  
сотрудник ЛЭСИ



### Елена Бердышева

кандидат социологических наук,  
преподаватель кафедры экономической  
социологии, старший научный сотрудник  
ЛЭСИ НИУ ВШЭ



### Художественный редактор (дизайн и верстка)

**Мария Мишина**

социальный психолог, журналист,  
дизайнер

## Отдельная благодарность

Редактору Кларе Мироновне Канюк

Корректору Елене Евгеньевне Андреевой

## НАШИ АВТОРЫ



### Евгений Осин

кандидат психологических наук, старший  
научный сотрудник Научно-учебной группы  
позитивной психологии и качества жизни  
НИУ ВШЭ



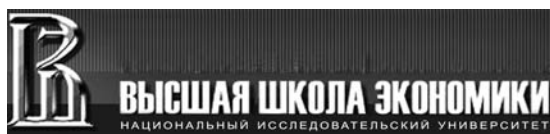
### Роберт Мэннинг

PhD, президент и генеральный директор  
(CEO) Института ответственного списания  
долгов (Responsible Debt Relief Institute), США



### Анастасия Кашеева (Маркова)

аспирантка факультета социологии  
НИУ ВШЭ



Россия, 101000, г. Москва, ул. Мясницкая, д. 20.  
web: [www.hse.ru](http://www.hse.ru)



ЛАБОРАТОРИЯ  
ЭКОНОМИКО-СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ  
ИССЛЕДОВАНИЙ

125319, Россия, г. Москва, Кочновский проезд,  
д. 3, комн. 403  
тел.: (499) 152-07-61  
e-mail: [eberdysheva@hse.ru](mailto:eberdysheva@hse.ru)  
web: <http://www.hse.ru/mag/newsletter/>

## 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:  
<http://www.hse.ru/mag/newsletter/>