



ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СОЦИОЛОГИЯ

JOURNAL OF ECONOMIC SOCIOLOGY = EKONOMICHESKAYA SOTSILOGIYA

Читайте в номере:

Коротаев С. А. Историческая семантика концепта «класс» в академической литературе: опыт количественного анализа

Кузина О. Е., Моисеева Д. В. Есть ли взаимосвязь между сберегательным поведением населения, доверием к финансовым институтам и установками на сбережение в современной России?

Пфайффер С. Цифровой капитализм и распределительные силы

Федотов Д. Ю., Инкижинова С. А., Шкурин Д. В. Измерение коррупции в Иркутской области: социологический подход

Hudang A. K., Setyarini Y. Do Subsidized Rice and Conditional Cash Transfer Programs Affect Poor Households' Food Consumption Expenditures? A Difference-in-Differences Approach

**Экономическая
социология**
Т. 25. № 3
Май 2024

Электронный журнал
www.ecsoc.msses.ru
www.ecsoc.hse.ru

ISSN 1726-3247

Адрес редакции

101000, Россия,
г. Москва,
ул. Мясницкая,
д. 11, комн. 530
тел.: +7 (495) 628-48-86
email: ecsoc@hse.ru

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

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

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

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

Журнал входит в список ВАК России, индексируется в Российском индексе научного цитирования (РИНЦ), Emerging Sources Citation Index (ESCI) из Web of Science Core Collection и Scopus (2-й квартиль).

Требования к авторам изложены по адресу: http://ecsoc.hse.ru/author_requirements.html

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

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

Journal of Economic Sociology was established in 2000 as one of the first academic e-journals in Russia. It is funded by HSE University.

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

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

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

Journal of Economic Sociology is indexed by Emerging Sources Citation Index (ESCI) from Web of Science™ Core Collection and Scopus (Q2).

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

Guidelines for authors: http://ecsoc.hse.ru/author_requirements.html



**Journal of
Economic Sociology**
Vol. 25. No 3.
May 2024

Electronic journal
www.ecsoc.msses.ru
www.ecsoc.hse.ru

ISSN 1726-3247

Contacts

11 Myasnitskaya str.,
room 530
101000, Moscow,
Russian Federation
phone: +7 (495) 628-48-86
email: ecsoc@hse.ru

Экономическая
социология
Т. 25. № 3.
Май 2024

Электронный журнал
www.ecsoc.msses.ru
www.ecsoc.hse.ru

ISSN 1726-3247

Журнал выходит
пять раз в год

Учредители:

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

Издаётся с 2000 года



НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ

Редакция

Главный редактор:

Радаев Вадим Валерьевич (НИУ ВШЭ, Россия)

Редактор выпуска:

Соколова Татьяна Виленовна (Россия)

Вёрстка:

Мишина Мария Евгеньевна (Россия)

Корректор:

Андрианова Надежда Викторовна (НИУ ВШЭ, Россия)

Ответственный
секретарь:

Котельникова Зоя Владиславовна (НИУ ВШЭ, Россия)

Сотрудники редакции:

Конрой Наталья Викторовна (НИУ ВШЭ, Россия)

Редакционный совет

Богомолова
Татьяна Юрьевна

НГУ, Институт экономики и организации промышленного производства СО РАН (Россия)

Веселов
Юрий Васильевич

Санкт-Петербургский государственный университет (Россия)

Волков
Вадим Викторович

Европейский университет в Санкт-Петербурге (Россия)

Гимпельсон
Владимир Ефимович

НИУ ВШЭ (Россия)

Козырева
Полина Михайловна

НИУ ВШЭ (Россия)

Косалс
Леонид Янович

Университет Торонто (Канада)

Малева
Татьяна Михайловна

Институт социального анализа и прогнозирования РАНХиГС (Россия)

Овчарова
Лилия Николаевна

НИУ ВШЭ (Россия)

Радаев
Вадим Валерьевич
(главный редактор)

НИУ ВШЭ (Россия)

Тихонова
Наталья Евгеньевна

НИУ ВШЭ (Россия)

Хахулина
Людмила Александровна

Аналитический центр Юрия Левады (Россия)

Чепуренко Александр Юльевич

НИУ ВШЭ (Россия)

**Journal of
Economic Sociology**

Vol. 25. No 3.

May 2024

Electronic journal

www.ecsoc.msses.ru

www.ecsoc.hse.ru

ISSN 1726-3247

Journal of Economic Sociology is a bimonthly journal released in five issues in annual volume

Establishers

- HSE University
- Vadim Radaev

Editors

Editor-in-Chief:

Vadim Radaev (HSE University, Russia)

Editor:

Tatyana Sokolova (Russia)

Design and Layout:

Maria Mishina (Russia)

Proofreader:

Nadezda Andrianova (HSE University, Russia)

Managing Editor:

Zoya Kotelnikova (HSE University, Russia)

Editorial Staff:

Natalia Conroy (HSE University, Russia)

Editorial Council

Tatyana Bogomolova

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

Alexander Chepurenko

HSE University (Russia)

Vladimir Gimpelson

HSE University (Russia)

Lyudmila Khakhulina

Yuri Levada Analytical Center (Russia)

Leonid Kosals

University of Toronto (Canada)

Polina Kozyreva

HSE University (Russia)

Tatyana Maleva

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

Lilia Ovcharova

HSE University (Russia)

Vadim Radaev (Editor-in-Chief)

HSE University (Russia)

Natalya Tikhonova

HSE University (Russia)

Yuriy Veselov

Saint Petersburg State University (Russia)

Vadim Volkov

European University at Saint Petersburg (Russia)



NATIONAL RESEARCH
UNIVERSITY

Содержание

Тексты на русском языке

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

Новые тексты

С. А. Кортаев

Историческая семантика концепта «класс» в академической литературе:
опыт количественного анализа 13

О. Е. Кузина, Д. В. Моисеева

Есть ли взаимосвязь между сберегательным поведением населения, доверием
к финансовым институтам и установками на сбережение в современной России? 51

Новые переводы

С. Пфайффер

Цифровой капитализм и распределительные силы 101

Расширение границ

Д. Ю. Федотов, С. А. Инкижинова, Д. В. Шкурин

Измерение коррупции в Иркутской области: социологический подход 123

Дебютные работы

В. О. Калинина

Харизма и повседневность в экономическом поле 160

Профессиональные обзоры

С. Г. Пашков

Неэкономическое устройство потребительских настроений:
роль социальной укоренённости в анализе изменчивости ожиданий 183

Новые книги

Д. В. Петрова

О слухах и их разоблачениях: как бороться с недостоверной информацией?

Рецензия на книгу: Berinsky A. J. 2023. *Political Rumors: Why We Accept
Misinformation and How to Fight It*. Princeton, NJ: Princeton University Press. 240 p. 213

Тексты на английском языке

Beyond Borders

A. K. Hudang, Y. Setyarini

Do Subsidized Rice and Conditional Cash Transfer Programs Affect Poor Households' Food

Consumption Expenditures? A Difference-in-Differences Approach..... 229

New Books

A. Tikhomirova

The Future We Live In

Book Review: Bäckström K., Egan-Wyer C., Samsioe E. (eds) (2024) *The Future of Consumption: How Technology, Sustainability and Wellbeing will Transform Retail and Customer Experience*, Cham: Palgrave Macmillan. 383 p. 247

Contents

Texts in Russian

Editor's Foreword (*Vadim Radaev*) 9

New Texts

Sergey Korotaev

Historical Semantics of the Class Concept in Academic Literature:
The Experience of Quantitative Analysis 13

Olga Kuzina, Darya Moiseeva

Is There a Relationship Between Household Saving Behavior, Trust in Financial
Institutions and Saving Attitudes in Contemporary Russia?..... 51

New Translations

Sabine Pfeiffer

Digital Capitalism and Distributive Forces (excerpt)..... 101

Beyond Borders

Dmitry Fedotov, Svetlana Inkizhinova, Denis Shkurin

Measuring Corruption in the Irkutsk Region: A Sociological Approach..... 123

Debut Studies

Valeria Kalinina

Charisma and Everyday Life in the Economic Field 160

Professional Reviews

Stanislav Pashkov

Non-Economic Structure of Consumer Sentiments:
The Role of Social Embeddedness in Variability of Consumer Expectations..... 183

New Books

Daria Petrova

On Rumors and Their Debunking: How to Deal with Misinformation?

Book Review: Berinsky A. J. (2023) *Political Rumors: Why We Accept Misinformation
and How to Fight It*, Princeton, NJ: Princeton University Press. 240 p. 213

Texts in English

Beyond Borders

Adrianus Kabubu Hudang, Yulia Setyarini

Do Subsidized Rice and Conditional Cash Transfer Programs Affect Poor Households' Food Consumption Expenditures? A Difference-in-Differences Approach..... 229

New Books

Anna Tikhomirova

The Future We Live In

Book Review: Bäckström K., Egan-Wyer C., Samsioe E. (eds) (2024)

The Future of Consumption: How Technology, Sustainability and Wellbeing

will Transform Retail and Customer Experience, Cham: Palgrave Macmillan. 383 p..... 247

VR ВСТУПИТЕЛЬНОЕ СЛОВО ГЛАВНОГО РЕДАКТОРА



Уважаемые читатели, представляем новый номер нашего журнала.

Тексты на русском языке

В рубрике «**Новые тексты**» публикуется статья научного сотрудника Лаборатории сравнительного анализа развития постсоциалистических обществ НИУ ВШЭ *С. А. Коротаева*. Тема статьи — «Историческая семантика концепта “класс” в академической литературе: опыт количественного анализа». Работа посвящена численному анализу изменения семантического значения понятия «класс» в социологических текстах со второй трети XX века по настоящее время. Источником данных послужил корпус аннотаций статей ведущих социологических журналов; работа осуществлена с использованием численных методов анализа. Ключевой вопрос исследования: в какой степени известные по специальной литературе дискуссии экспертов по классовому анализу влияли на массовое использование концепта социологами?

Следующая статья в эту рубрику предоставлена канд. экон. наук *О. Е. Кузиной* и канд. социол. наук *Д. В. Моисеевой* (Лаборатория экономико-социологических исследований (ЛЭСИ) НИУ ВШЭ). Тема статьи — «Есть ли взаимосвязь между сберегательным поведением населения, доверием к финансовым институтам и установками на сбережение в современной России?». Статья посвящена исследованию сбережений россиян как одному из показателей финансовой (не)устойчивости домохозяйств. Эмпирической базой исследования являются данные всероссийских опросов населения 2009–2023 гг. Опросы также показывают высокий уровень недоверия большинству социально-политических и финансовых институтов, которое, в свою очередь, препятствует росту сбережений населения и повышению финансовой устойчивости домохозяйств

Следующая статья в эту рубрику предоставлена канд. экон. наук *О. Е. Кузиной* и канд. социол. наук *Д. В. Моисеевой* (Лаборатория экономико-социологических исследований (ЛЭСИ) НИУ ВШЭ). Тема статьи — «Есть ли взаимосвязь между сберегательным поведением населения, доверием к финансовым институтам и установками на сбережение в современной России?». Статья посвящена исследованию сбережений россиян как одному из показателей финансовой (не)устойчивости домохозяйств. Эмпирической базой исследования являются данные всероссийских опросов населения 2009–2023 гг. Опросы также показывают высокий уровень недоверия большинству социально-политических и финансовых институтов, которое, в свою очередь, препятствует росту сбережений населения и повышению финансовой устойчивости домохозяйств

В рубрике «**Переводы**» мы знакомим читателей с фрагментом книги профессора Института социологии Университета Эрлангена — Нюрнберга, Германия, *Сабини Пфайффер* «Digital Capitalism and Distributive Forces» (Bielefeld: transcript Verlag, 2022). Русский перевод этой книги под названием «Цифровой капитализм и распределительные силы» готовится Издательством Института Гайдара. Перевёл текст с английского *Дмитрий Кралечкин*. В книге подвергается сомнению идея, что цифровизация — это технология, которая заменяет человеческий труд. Пфайффер показывает, что цифровой капитализм направлен не столько на эффективное производство ценности, сколько на её быструю, безрисковую и постоянно гарантированную реализацию на рынках. Журнал публикует введение, где Пфайффер рассуждает о том, в чем состоит новизна цифрового капитализма, какие диагнозы для него характерны. Публикуется с разрешения Издательства Института Гайдара.

В рубрике «**Расширение границ**» публикуется статья д-ра экон. наук *Д. Ю. Федотова* (Финансовый университет при Правительстве РФ), канд. социол. наук *С. А. Инкижиновой* (Иркутское региональное отделение Российского общества социологов) и канд. социол. наук *Д. В. Шкурина* (Уральский федеральный университет) «Измерение коррупции в Иркутской области: социологический подход». Цель исследования — выявление факторов, оказывающих влияние на уровень коррупции в Иркутской области. Для измерения применена методика социологического исследования уровня и характеристик коррупции в регионе. Исследование проводилось методом опроса на онлайн-панели. В результате установлен уровень бытовой и деловой коррупции в Иркутской области в сравнении с другими регионами.

В рубрике «**Дебюты**» публикуется работа *В. О. Калининой* (студентка Липецкого государственного педагогического университета) «Харизма и повседневность в экономическом поле». Ключевым источником аргументации в статье выступает предложенный К. Кремером вариант модифицированного классического содержания термина в контексте анализа рыночных констелляций. На примерах «экономического актора» К. Кремера и стратегий розничной торговли брендов класса люкс демонстрируются возможности применения категории «харизма» к случаям, когда слияние экономических и социальных основ предполагают смещение акцента с рациональной мотивации максимизации полезности субъектов хозяйственных отношений.

Рубрика «**Профессиональные обзоры**» представлена материалом преподавателя кафедры экономической социологии НИУ ВШЭ *С. Г. Паикова* «Неэкономическое устройство потребительских настроений: роль социальной укоренённости в анализе изменчивости ожиданий. Обзор фокусируется на методологических особенностях и актуальных проблемах измерения Индекса потребительских настроений (ИПН) в пространстве социологии. Обосновывается необходимость обсуждения роли неэкономических факторов формирования потребительских ожиданий — социологических (социально-демографических) оснований, влияния социального окружения (институтов), укоренённой роли массмедиа. Такой подход позволяет объяснять «аномалии», возникающие в моделях временных рядов, особенно в периоды экономической турбулентности.

В рубрику «**Новые книги**» вошла рецензия на книгу: Berinsky A. J. 2023. *Political Rumors: Why We Accept Misinformation and How to Fight It*. Princeton, NJ: Princeton University Press. Автора книги, название которой на русский язык можно перевести как «О слухах и их разоблачении: как бороться с недостоверной информацией?», Адама Берински занимает анализ разных сторон одной из форм недостоверной информации. Он рассматривает особенности распространения и устойчивости слухов в медиaprостранстве, обуславливаемые вирусностью, повторяемостью и социальной передачей. Книга предлагает по-новому взглянуть на возможности разоблачения слухов, задействуя психологические и эвристические механизмы восприятия информации. Рецензия подготовлена *Д. В. Петровой* (стажёр-исследователь ЛЭСИ НИУ ВШЭ).

Тексты на английском языке

Адрианус Кабубу Худанг и *Юлия Сетярини* (Индонезия) знакомят нас со своим исследованием о влиянии программ субсидирования риса и денежных трансфертов на положение бедных домохозяйств. Речь идет о двух программах социальной защиты, призванных снизить уровень бедности в Индонезии. Применяя метод *Difference-in-Difference* (метод разность разностей), авторы изучают влияние программ социальной защиты на уровень расходов на продовольственные товары. Используются данные Индонезийского исследования семейной жизни (Indonesian Family Life Survey — IFLS) за 2007 и 2014 гг. Выявлено значительное воздействие программы субсидирования риса, в то время как программа денежных трансфертов не оказала значимого влияния на потребительские расходы.

Номер завершается рецензией на книгу о будущем потребления: Bäckström K., Egan-Wyer C., Samsioe E. (eds) 2024. *The Future of Consumption: How Technology, Sustainability and Wellbeing will Transform Retail and Customer Experience* («Будущее потребления: как технологии, устойчивое развитие и благополучие изменят розничную торговлю и клиентский опыт»). Cham: Palgrave Macmillan. В книге анализируются основные тренды развития современной розничной торговли и их воздействие на будущее потребления. Главу за главой, авторы постепенно распаковывают элементы современного потребительского дискурса. К концу книги собирается сложный пазл, а читатель получает объёмные представления о предмете. Рецензия подготовлена *Анной Тихомировой*, PhD, постдоком ЛЭСИ НИУ ВШЭ.

VR INTRODUCTORY REMARKS

Dear colleagues, let us introduce a new journal issue.

Sergey Korotaev, Research Fellow at the Laboratory for Comparative Analysis of Development in Post-Socialist Countries, HSE University shares the outcomes of his research ‘Historical Semantics of the Class Concept in Academic Literature: The Experience of Quantitative Analysis’. The paper is devoted to the quantitative analysis of semantic changes in the meaning of a concept of “class” in the sociological texts from the second third of the twentieth century to the present. The analysis is based on a corpus of abstracts from the leading sociological journals and employs quantitative methods. A key question is to what extent the well-known discussions of experts on class analysis have influenced the widespread use of the concept by sociologists.

Dr. Olga Kuzina and Dr. Darya Moiseeva (LSES, HSE University) present their new study ‘Is There a Relationship Between Household Saving Behavior, Trust in Financial Institutions and Saving Attitudes in Contemporary Russia?’. The paper examines household savings as one of the indicators of household financial fragility/resilience in Russia. The empirical basis of the study is cross-sectional data from all-Russian population surveys collected in 2009–2023. The data also show high levels of distrust towards most socio-political and financial institutions. This distrust became an obstacle to the increase in the amount of savings and financial resilience of Russian households.

We present a Russian translation of a chapter from a book by Sabine Pfeiffer (Professor of sociology, Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg) ‘Digital Capitalism and Distributive Forces’. The author questions the idea that digitalization is a technology that replaces human labor. Pfeiffer shows that digital capitalism is aimed not so much at the efficient production of value, but rather at its rapid, risk-free and permanently guaranteed implementation in the markets. The Journal of Economic Sociology publishes an Introduction where Pfeiffer discusses what constitutes the novelty of digital capitalism and what its immanent diagnoses are. Translated by Dmitry Kralachkin. Published with a kind permission of the Gaidar Institute Publishing House.

Prof. Dmitry Fedotov (Financial University under the Government of the Russian Federation), Dr. Svetlana Inkizhinova (Irkutsk Regional Branch of the Russian Society of Sociologists), and Dr. Denis Shkurin (Ural Federal University) present their paper ‘Measuring Corruption in the Irkutsk Region: A Sociological Approach’. The objective of the study is to identify the factors influencing the level of corruption in the Irkutsk region. To measure the level of corruption in the Irkutsk region, a methodology of sociological research of the level and characteristics of corruption in the region has been developed and applied. The study employed a survey method on an online panel. As a result, the level of domestic and business corruption in the Irkutsk region was revealed and compared with that in the other regions.

Valeria Kalinina (Student of the Lipetsk State Pedagogical University) shares her work on ‘Charisma and Everyday Life in the Economic Field’. The central argument of the article is grounded in the modified classical content of the term proposed by K. Kremer in the context of market constellations analysis. The examples of K. Kremer’s “economic actor” and retail strategies of luxury brands demonstrate the possibilities of applying the category of charisma to the cases when the blending of economic and social foundations leads to a shift away from rational motivations of economic actors to maximize their utility.

Stanislav Pashkov (Lecturer, Department of Economic Sociology, HSE University) provides an analytical review ‘Non-Economic Structure of Consumer Sentiments: The Role of Social Embeddedness in Variability of Consumer Expectations’. The review is devoted to the discussion around research on consumer expectations, with a focus on the methodological aspects and current problems of measuring the Consumer Sentiment Index

(CSI) from a sociological perspective. The need to discuss the role of non-economic factors in the formation of consumer expectations is substantiated by sociological (socio-demographic) foundations, the influence of social environment (institutions), and the entrenched role of mass media. This approach allows us to explain “anomalies” that emerge in time series models, especially during periods of economic turbulence.

Daria Petrova (Research Assistant, Laboratory for Studies in Economic Sociology, HSE University) reviews a book: Berinsky A.J. (2023) *Political Rumors: Why We Accept Misinformation and How to Fight It*. Princeton, NJ: Princeton University Press. The book analyses different aspects of rumors as a form of inaccurate information. It examines how rumors spread and persist in media space due to their virality, repetition and social transmission. Factors related to the belief in misinformation are highlighted, among them the tendency to conspiracy thinking and dogmatism, as well as political non-involvement. The book offers a new way of considering the possibilities of unmasking rumors by employing psychological and heuristic mechanisms of information perception and shifting attention from neutral sources of debunking to those with distinct political biases.

Adrianus Kabubu Hudang (researcher and lecturer of the Wira Wacana Sumba Christian University) and Yulia Setyarini (researcher and lecturer of the Widya Kartika University) present a paper ‘Do Subsidized Rice and Conditional Cash Transfer Programs Affect Poor Households’ Food Consumption Expenditures? A Difference-in-Differences Approach’. Raskin (Subsidized Rice) and PKH (Conditional Cash Transfers for Low-Income Families) are social protection programs aimed at mitigating poverty in Indonesia. Using the difference-in-differences method, this study scrutinizes the impacts of Raskin and PKH on poor Indonesian households’ food consumption expenditures. The analysis utilized data from the 2007 and 2014 Indonesian Family Life Survey (IFLS). The findings show that the implementation of the Raskin programme has a significant impact on the consumption expenditure of poor households whereas PKH does not have a significant impact on consumption expenditure.

Dr. Anna Tikhomirova (postdoctoral researcher, Laboratory for Studies in Economic Sociology, HSE University) reviews a book: Bäckström K., Egan-Wyer C., Samsioe E. (eds.) (2024) *The Future of Consumption: How Technology, Sustainability and Wellbeing will Transform Retail and Customer Experience*. Palgrave Macmillan. The book examines the trends in the modern retail industry and their impact on the future of consumption. In each chapter, the authors unpack the integral elements of modern consumption discourse that by the end of the book helps the reader assemble the jigsaw puzzle and get a complete understanding of the future of consumption.

НОВЫЕ ТЕКСТЫ

С. А. Коротаев

Историческая семантика концепта «класс» в академической литературе: опыт количественного анализа¹

КОРОТАЕВ Сергей Александрович — научный сотрудник Лаборатории сравнительного анализа развития постсоциалистических обществ Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики», факультет экономических наук. Адрес: Россия, 10100, Москва, Мясницкая ул., д. 20.

Email: skorotaev@hse.ru

Работа посвящена численному анализу изменения семантического значения понятия «класс» в социологических текстах со второй трети XX века по настоящее время. Актуальность исследования обусловлена непрояснённой и многозначностью этого концепта, результатом чего являются многочисленные бесплодные дискуссии о дефинициях, примером которых могут служить, на наш взгляд, известные дебаты о смерти класса. В отличие от существующих экскурсов в историю понятия «класс», основанных на знакомстве со сравнительно небольшим числом специализированных источников, в данной работе внимание сфокусировано на экспликации характера рутинного использования термина в социологических публикациях, относящихся к широкому спектру тем. Экспликация достигается благодаря обращению к корпусу аннотаций статей ведущих социологических журналов и использованию численных методов анализа. Ключевым вопросом является то, в какой степени известные по специальной литературе дискуссии экспертов по классовому анализу влияли на массовое использование концепта социологами. Также был рассмотрен ряд дополнительных вопросов, направленных на обнаружение факторов, определяющих динамику употребления термина: насколько слово «класс» сохраняет идущие от марксизма конфликтные коннотации; существует ли связь этого концепта с терминами, обозначающими статистические методы. Исходя из того что концепт в разные периоды времени и в разных текстах мог быть выражен различными словами, мы рассмотрели семантическое поле, включающее помимо слова «класс» ряд смежных терминов, таких как «стратификация» и «мобильность». Согласно проведённому анализу, большинство рассмотренных терминов оказались относительно семантически стабильными. Тем не менее ряд известных из профильной литературы трансформаций определения класса оставили фиксируемый след в характере употребления слова. Однако обций «дисциплинирующий» эффект многочисленных публикаций крупных специалистов по классовой теории, как можно предположить, сходит на нет, в связи с чем формулируется гипотеза, что термин «класс» теряет своё концептуальное наполнение, превращаясь в метафору, а его употребление в социологических текстах сближается с внеакадемическим.

Ключевые слова: класс; стратификация; мобильность; история концептов; векторная семантика; дистрибутивная семантика.

¹ Исследование выполнено при поддержке гранта Российского научного фонда (РНФ) № 22-28-20426 «Классификация профессиональных групп на основе общности карьерных траекторий».

Введение

Класс является одним из важнейших концептов в социологии. Связанные с ним интенсивные дебаты сопровождали дисциплину на протяжении большей части её истории. Последний их всплеск пришёлся на 1990-е гг., когда ряд исследователей поставили под сомнение применимость классового подхода для анализа современных обществ (см., например: [Pakulski, Waters 1996]). Реакцией на это стали предложения по переопределению класса [Grusky, Sørensen 1998], игнорирование критики как теоретически нерелевантной² или не соответствующей эмпирической реальности [Caínzos, Voces 2010]. Поражает то, что принципиальные разногласия оказываются связаны не с различием теоретических позиций или противоречиями в фиксируемых эмпирических закономерностях, но с расхождениями в словоупотреблении³. Неразрешимость подобного рода споров с помощью традиционной эпистемологической аргументации, по всей видимости, охладила интерес позднейших социологов к данной теме⁴. При этом, несмотря на существенное снижение популярности концепта за последние десятилетия, а также, как представляется, уменьшение интеллектуальной привлекательности этого направления, «класс» остаётся одним из наиболее частотных слов в корпусе социологических текстов. Класс регулярно включается в используемые социальными исследователями статистические модели как один из параметров, что говорит о востребованности этого инструмента, несмотря на неопределённость его статуса.

Класс вовсе не уникален в том, что его академическая карьера пролегалает через бесконечные дискуссии о дефинициях⁵: определения терминов часто являются, говоря языком П. Бурдьё, ставками в академической борьбе, где способ понимания может способствовать упрочнению одних позиций и взглядов в ущерб другим. Натурализация специфических языков в рамках отдельных академических сообществ превращает всякую попытку коммуникации между ними в спор о словах. Вероятно, впервые эта проблема получила систематическое рассмотрение со стороны представителей политических наук. Так, Дж. Сартори провёл значительную работу, разрабатывая методiku поиска и устранения проблем концептуализации, и обратил внимание на то, что концепты с богатой историей не поддаются простому переопределению, стратегия работы с ними включает распутывание клубка существующих значений, что делает историческую реконструкцию концепта важным этапом работы с ним [Sartori 1984]. Сартори явным образом отсылает нас к истории идей [Sartori 1984: 41], для представителей которой анализ эволюции понятия соответствует самому смыслу их деятельности, а не является лишь моментом рефлексии над используемым инструментарием.

История концептов — направление, сформированное группой историков в послевоенной Германии вокруг проекта создания исторического словаря политического и социального языка. Ими декларировалась необходимость выявления взаимосвязи семантических изменений и изменений социальных,

² Дж. Голдторп остался равнодушен к нападкам Я. Пакульски, едва удостоив его упоминанием в сноске среди прочих критиков классового подхода [Goldthorpe 2007: 276]. Не вдаваясь в различия аргументов, Голдторп относит всех критиков класса к критикам именно марксистского понимания класса (см., например: [Goldthorpe, Marshall 1992]).

³ Так, Голдторп полагает, что звучащая критика не относится к разделяемому им пониманию класса вопреки тому, что Пакульски и Уотерс адресуют свои аргументы представителям всех современных им классовых подходов; Д. Груски и К. Уиден находят её крайне серьёзной [Grusky, Weeden 2001], но предложенная ими концепция профессий (*occupations*) как микроклассов не находит поддержки, поскольку противоречит, по мнению их коллег, значению слова «класс» [Goldthorpe 2002; Therborn 2002; Wright 2015: ix–x]. Явный отказ Голдторпа от ряда приписываемых классовому подходу притязаний, как утверждают Д. Груски и К. Уиден [Grusky, Weeden 2001], означает фактически капитуляцию перед лицом противников классового анализа.

⁴ Отметим, что сама субдисциплина — «классовый анализ» — определяется через рассматриваемый термин; следовательно, понимание того, чем занимаются её представители, или какими качествами должен обладать концепт, чтобы представлять собой альтернативу классу, зависит от понимания значения термина «класс».

⁵ Приведённый выше пример является наиболее известным для современного читателя (см., например: [Шкаратан, Ястребов 2012]), однако далеко не единственным, о чём будет сказано далее.

экономических и политических структур. Бесспорным результатом той работы стало выявление эволюции слов, отнесённых к обширному списку важнейших политических и социальных концептов [Richter 1995; Brunner, Conze, Koselleck 1997; Левинсон, Ширле 2014]. Подход создателей словаря часто сопоставляется с творчеством группы исследователей истории политической мысли, именуемой Кембриджской школой. В отличие от своих немецких коллег, авторы из Кембриджа фокусируются не столько на языке эпохи, сколько на отдельном авторе или произведении, рассматриваемом в контексте предшествующих и последующих текстов, что позволяет выявить как семантические инновации произведения, так и его влияние на способ говорить о данном предмете в дальнейшем (см.: [Атнашев, Велижев 2018; Скиннер 2018]). Оба направления объединяет внимание к контексту, в рамках которого только и возможна реконструкция смысла, и, как следствие, озабоченность проблемой анахронистического толкования текстов и терминов [Richter 1995: 53; Скиннер 2018].

Представитель истории концептов обязан изучить широкий круг «рядовых» текстов эпохи, чтобы понять, каким было конвенциональное использование слов в рассматриваемый период. Различным образом может быть определено то, какие именно источники рассматриваются в качестве контекста, например — достаточно ли ограничиться изучением словарей, энциклопедий и других специальных работ, либо же необходимо работать также с газетами, письмами, дневниками и другими подобными документами (см., например: [Richter 1995: 50–51]). С одной стороны, ограничением является предельный объем текстов, который физически может быть проработан исследовательским коллективом, с другой — характер употребления слов может различаться между источниками разного типа. Выбирая для анализа тот или иной корпус текстов, автор фактически делает выбор между тем или иным исследовательским вопросом. Так, словари и энциклопедии претендуют на установление нормы правильного использования слов, тогда как дневники и газеты опираются на фактические практики, соответствующие или не соответствующие этим нормам.

История класса обычно рассматривается на основе работ сравнительно ограниченного круга авторов, чьей областью специализации является классовый анализ и чьи тексты явным образом ориентированы на вклад в определение этого концепта. Этой группе «производителей» можно условно противопоставить всех прочих социологов, «потребителей», которые могут использовать классовые подходы и концепты, но в их амбиции не входит внесение вклада в это субполе, а их тексты остаются невидимы для историка, изучающего концепт. «Производители» участвуют в борьбе за утверждение нормы, их аргументы ориентированы друг на друга (как в случае упомянутых выше дебатов о смерти класса). В то же время само существование этого субполя зависит от наличия «потребителей» — тех, кто обеспечивает цитируемость и (или) востребованность работ «производителей». При этом, несмотря на наличие ссылок на работы специалистов по классовому анализу, характер использования слов в широких кругах социологов может существенно отличаться от принятого в дискурсе «производителей» (один из примеров будет разобран далее). Таким образом, мы можем говорить о двух историях класса — об истории класса в работах специалистов по классовому анализу и истории классов в работах социологов. Первая из них, по крайней мере в общих чертах, известна по пособиям и хрестоматиям, вторая же практически недоступна в силу огромного объема источников, содержащих примеры использования этого концепта. В данной работе предпринимается попытка сопоставить эти две истории и ответить на вопрос о том, *насколько в действительности «высокие» дискуссии профессионалов классового анализа влияют на массовое рутинное использование концепта социологами и, как следствие, насколько история класса, полученная в результате глубокого чтения избранных работ (явно посвящённых теме), соответствует истории класса в социологии.* Неустрашимое прежде ограничение на объём анализируемого корпуса может быть преодолено с помощью количественных методов анализа текстов (см., например: [London 2016]), а именно векторной семантики, суть которой заключается в представлении слов как векторов в многомерном пространстве [Gavin et al. 2019; Wevers, Koolen 2020].

Дальнейший текст организован следующим образом: отдельные разделы посвящены обзору предшествующих попыток анализа истории класса (здесь же дано определение рассматриваемого концепта как семантического поля) и краткому описанию этой истории в профильной англоязычной академической литературе с конца 1930-х гг. по наше время. Именно эта история «классовых дебатов» станет отправной точкой для представленного далее численного анализа. Эмпирическая часть работы состоит из описания данных, частотного анализа терминов семантического поля и, наконец, основной составляющей — построения и рассмотрения семантического векторного пространства. Предложены три способа такого рассмотрения: граф связей между словами семантического поля; эволюция во времени списка ближайших соседей целевых терминов; изменение дистанции между парами слов во времени.

Класс как концепт

Первой работой (среди известных нам), в которой был предпринят исторический анализ понятия «класс», является «Классовая структура в общественном сознании» С. Оссовского. Работа была представлена в 1956 г. на международном социологическом конгрессе; затем вышла книга на польском языке (1957) и на английском [Ossowski 1963]. Автор проследил восприятие классового устройства общества в представлении масс и элит (не делая различия между ними) от Античности до современности. Одним из выводов было то, что представления о классовой структуре определяются в большей степени идеологией, чем фактическим устройством общества. Оссовский, как и его книга, был хорошо известен по обе стороны «железного занавеса». Судя по количеству упоминаний, значимость работы была признана социологическим сообществом⁶. Несмотря на это, очень сложно найти рецепцию его идей в позднейших работах⁷. Можно предположить, что радикальный конструктивизм Оссовского оказался не близок позитивистски ориентированным исследователям. Из книги также можно сделать вывод, обесценивающий труды представителей классового анализа, как имеющие мало связи с реальностью. Очевидным затруднением для читателя является то, что Оссовский не предлагает какого-то резюме своей работы, не даёт рекомендаций для исследователей, остаётся неясным, используя слова К. Скиннера, что именно он хотел сделать.

Среди позднейших работ отметим главу, посвящённую классу в немецком «Словаре» [Conze, Oezle, Walther 1997], где авторы осуществляют исторический экскурс с античных времён до начала XX века в отношении употребления слова «класс» в трудах европейских (немецких, французских, английских) учёных и политологов. Ключевым сюжетом является использование термина «класс» для описания развития общественных процессов (например, противостояние класса и сословия как терминов, схватывающих дух времени). Основываясь преимущественно на подходе авторов упомянутого «Словаря», А. Т. Бикбов рассматривает историю понятия «средний класс» в России, анализируя его употребление как в академических текстах, так и в СМИ [Бикбов 2014: 43–172].

Существует также работа, в которой предпринято исследование «класса» [Kozłowski, Taddy, Evans 2019]. На корпусе, составленном из оцифрованных книг XX века (Google Ngram), авторы рассматривают эволюцию во времени взаимного расположения культурных измерений: богатство (*affluence*), культура (*cultivation*), наёмный труд, образование, статус, мораль. Под культурным измерением здесь понимается вектор, соединяющий две точки в пространстве векторной семантики, которые соответствуют парам антонимов, связанным с некоторым понятием. Например, «бедный — богатый» и «дорогой — экономичный» — это пары антонимов, связанные с концептом богатства, а «владелец — работник» —

⁶ Фрагмент из книги представлен во втором издании известной хрестоматии Р. Бендикса и С. Липсета [Bendix, Lipset 1966: 86–96], само издание которой посвящено памяти Оссовского.

⁷ Один из редких содержательных комментариев принадлежит Э. Гидденсу. Он признаёт полезность рассмотрения обывательских представлений о классовой структуре, однако обращение такого анализа на академические работы полагает проблематичным. Номинализм Оссовского Гидденс находит неудовлетворительным [Giddens 1973: 74–76].

с концептом наёмного труда. Анализируя углы между этими измерениями, можно сделать выводы о наличии и динамике связи между этими концептами. В частности, авторами было установлено, что после 1940-х гг. значительно увеличивается связь между образованием и богатством. В статье есть ряд интересных наблюдений, однако, по мнению её авторов, совокупность этих измерений отражает значение понятия «класс», что не может не вызвать возражений. Рассмотрение класса как композита, состоящего из этих измерений, не соответствует, вопреки заверению авторов, имеющемуся в дисциплине консенсусу. Невозможно принять утверждения, что класс в социологии связан, в первую очередь, с богатством⁸, как и то, что класс представляет собой иерархическое различие в социальном положении (см., например: [Wright 1979; 1997; Goldthorpe, Llewellyn, Payne 1980: 39–40]). Более того, логически необоснованной представляется попытка авторов вывести культурные измерения из социологической литературы, если целью работы является анализ понимания класса в относительно массовой (книжной), преимущественно не академической, культуре. Можно предположить, что позиция авторов отражает представление о классе, существующее среди не связанных с данной областью представителей социальных наук⁹, и тогда это служит дополнительной иллюстрацией важности предлагаемого анализа.

Необходимо отметить, что концепт нетождествен слову, но ему могут соответствовать разные слова в различные моменты времени¹⁰, сразу несколько слов в той или иной степени могут соответствовать одной идее. Проблема определения концепта (то есть концепт концепта) вызывает многочисленные дебаты в соответствующей литературе [Bolla et al. 2019; Wevers, Koolen 2020]. Одним из решений является его определение через семантическое поле — охватывающий определённую семантическую область набор слов, связанных между собой семантическими отношениями. Семантическое поле близко к концепту гипонимии, но связь между словами в семантическом поле менее строгая, чем между гипонимами (то есть частными одного общего). Отношения подразумеваемого концепта и выражающих его слов можно причислить к сфере интересов ономазиологии — области лингвистики, изучающей способы выражения словами данного значения (в противовес семасиологии, интересующейся значениями данного слова) (см., например: [Wevers, Koolen 2020]). Связи между словами семантического поля способны меняться во времени и пространстве: некоторые слова могут становиться синонимами в одни моменты и иметь чёткое различие в значении и употреблении в другие [Richter 1995: 48].

Для данного исследования семантическое поле концепта «класс» было экспертным образом определено как состоящее из следующих слов и словосочетаний:

- *класс, средний класс, рабочий класс*: устойчивое словосочетание может иметь собственное значение и характер употребления, несводимые к таковым для исходных слов. Так, можно ожидать, что «средний класс» и «рабочий класс» зачастую употребляются без отсылки к какой-либо классовой системе, например, как синонимы для «благополучных людей» или «рабочих». Чтобы учесть эту возможность, мы вводим «средний класс» и «рабочий класс» как отдельные единицы анализа (токены, см. далее);
- *мобильность*: одна из важнейших для специалистов по классовому анализу тем. Классовая схема Голдторпа была создана в рамках проекта по исследованию мобильности [Goldthorpe,

⁸ Современные классовые группировки опираются, как правило, на данные о занятиях и не используют в явном виде переменную «доход» или «богатство». Уже в 1979 г. Э.О. Райт отмечал, что отождествление дохода с классом существует в массовых представлениях, но не характерно для социологов [Wright 1979: 6]. Голдторп и его коллеги еще в 1967 г. критикуют представление о том, что высокодоходные рабочие становятся частью среднего класса [Goldthorpe et al. 1967].

⁹ Авторы обсуждаемой работы (см.: [Kozłowski, Taddy, Evans 2019]) не специализируются в области исследований социальной структуры, стратификации или классового анализа, в чем можно убедиться, просмотрев список их публикаций.

¹⁰ Данное допущение позволяет С. Оссовскому говорить о классовом сознании в Средневековье.

- Llewellyn, Payne 1980; Goldthorpe 2019]; исследование мобильности может служить выявлению классовых границ [Toubøl, Larsen 2017];
- *статус и престиж* на протяжении большей части истории класса в социологии выступали либо как альтернатива ему, следуя классическому тексту «Класс, статус, партия» М. Вебера, либо как синоним или аспект класса, например, у Л. Уорнера;
 - *социоэкономический статус*: параметр, находящий широкое применение в социальных науках и науках о человеке; может рассматриваться как синоним класса [Bollen, Glanville, Stecklov 2001], служить ему альтернативой или включать класс как один из компонентов [Long, Renbarger 2023];
 - *стратификация и страта* долгое время фактически являлись синонимами класса, что с досадой отмечал Р. Дарендорф [Dahrendorf 1959: ix];
 - *доход*: в ранних подходах мог входить явным (например, как один из компонентов в индексе статусных характеристик — Index of Status Characteristics (I. S. C.) [Warner, Meeker, Eells 1949]) или неявным (например, при расчёте индекса Данкана доход использовался как предиктор престижа профессии, социоэкономический индекс — Socioeconomic Index (SEI) [Duncan 1961]) образом в состав классовых индексов, представление о классах как о доходных группах может быть характерно и для части современных социальных исследователей;
 - *образование* в редких случаях может явно использоваться для определения классовой позиции [Hollingshead, Redlich 1958: app. 2], но чаще служит дополнительным или альтернативным классу предиктором (например, в социоэкономическом статусе);
 - *неравенство* в определённом контексте может выступать родовым понятием для классовых различий. В этом случае классовое неравенство соседствует с гендерным, расовым и т. п. либо с альтернативными способами измерения «экономического» неравенства.

Часть избранных слов являются многозначными и не всегда связаны с интересующим нас контекстом; так, статус может быть не только социальным, но и, например, брачным. Некоторые потенциально релевантные слова не были включены в поле в силу их малочисленности в рассматриваемом корпусе (например, слово «буржуазия»).

Кратчайшая история классовых дебатов в англоязычной социологии

Прежде чем приступить к анализу корпуса, составленного из социологических текстов широкой тематики, необходимо кратко рассмотреть историю дебатов о классе. С этой историей мы будем в дальнейшем сравнивать результаты численного анализа широкого корпуса текстов, что позволит, во-первых, сформулировать ожидания относительно изменения характера использования слов семантического поля класса; во-вторых, разбить анализируемый корпус на хронологические периоды. Мы ограничимся рассмотрением англоязычных работ, определяющих международную социологию после Второй мировой войны. Раздел в большей степени сфокусирован на американском контексте классовых дебатов, возможно, в ущерб британским работам, что обусловлено структурой использованного в исследовании корпуса текстов (см. далее).

Историю класса в американской социологии мы можем начать с рубежа 1930–1940-х гг., когда произошёл скачкообразный рост публикаций по теме, связанный в значительной степени с успехом про-

екта «Yankee City» («Янки-сити») Л. Уорнера и его коллег. Можно вспомнить и более ранние работы по классовой тематике в США, такие как «Социальная мобильность» П. Сорокина, изданная в 1927 г. [Sorokin 1927; Сорокин 2005], резонансный «Миддлтаун» Р. С. и Э. М. Линдов [Lynd, Lynd 1929], главу из «Общества» Р. Макивера [MacIver 1931: 78–96], а также работы представителей первого поколения американских социологов, чьи тексты, пожалуй, маловостребованы и плохо известны современным социологам. Как отмечал Ч. Х. Пейдж, эти работы, по крайней мере те из них, что посвящены классу, оказались в забвении уже в 1930-е гг. [Page 1940], и это даёт нам право обойти их вниманием в этом кратком обзоре. Других отмеченных авторов объединяет то, что они либо были выходцами из Европы, как Сорокин и Макивер, либо придерживались левых политических взглядов, направлявших их социологический интерес, как, например, Линды и сам Пейдж, посвятивший диссертационное исследование рассмотрению проблемы класса в работах американских социологов (об активизме Линдов и конфликте с грантодателем по поводу критической направленности их книги см.: [Smith 1984]; взгляды Пейджа упомянуты в его автобиографии, см.: [Page 1982: 23]). Таким образом, до 1940-х гг. тема класса вовсе не была нормативно нейтральной и уважаемой в американской социологии. Комментаторы видят ключевой вклад Уорнера в том, что он осуществил семантический сдвиг и превратил класс из фатальной надындивидуальной силы, сталкивающей людей друг с другом, в продукт личных устремлений и конкуренции, близкий и понятный каждому американцу [Reissman 1959: 3–32]. С нашей точки зрения, существенно и то, что Уорнер предложил определённую исследовательскую рамку, позволяющую видеть класс в эмпирической работе и дающую исследователям некоторую минимальную уверенность в том, что, говоря о классе, они имеют в виду одно и то же (впрочем, конкретная методология была предложена позднее, см.: [Warner, Meeker, Eells 1949]).

Только зародившись, исследования класса сразу оказались в «хаотическом состоянии» [Hatt 1950], поскольку значение термина оставалось неопределённым, его употребление в разных работах было несогласованным и часто непрояснённым. Множество исследователей объединяло представление о том, что отсутствие консенсуса в концептуализации класса является главным препятствием для прогресса в этой сфере [Gross 1949; Hatt 1950; Pfautz 1953]. Если одни авторы в качестве полемического приёма ставят вопрос о продуктивности концепта «класс» для социологии [Lasswell 1966], то другие уже за 30 с лишним лет до «смерти» класса, констатированной Пакульски, провозглашают его «закат и падение» [Nisbet 1959].

Сетования на ненормальность состояния дел в рассматриваемой области встречаются и позднее (см., например: [Coleman 1966]), однако на фоне сохраняющейся разногласности позиций и подходов мы можем обнаружить некоторые изменения. Прежде всего, возник целый ряд шкал, позволяющих ранжировать людей по их объективным, как полагали авторы, показателям, не прибегая к сложным и уязвимым для критики самооценкам, оценкам интервьюером или компетентными представителями сообщества. Изначально такие шкалы были созданы для присвоения класса членам сообщества, которые не были обследованы должным образом. Так, индекс статусных характеристик Уорнера (I. S. C.) позволяет предсказать престиж респондента на основе легкодоступных данных о его профессии и доходе, а индекс Холлингхеда — о профессии и образовании. Простота стоящих за индексами формул сделала соблазнительной идею экстраполировать их за пределы сообществ, на основе анализа которых они получены [Warner, Meeker, Eells 1949]. Индекс Холлингхеда в этом качестве получил значительное распространение и даже был обновлён в 1975 г. [Hollingshead 1975]. Наконец, появляются индексы престижа профессий, уже не связанные с каким-либо конкретным сообществом: шкала престижа С. Норта и П. Хэта [North, Hatt 1947], а также созданный на её основе индекс Данкана [Duncan 1961]. Эти новые инструменты впервые претендовали на универсальность, то есть на применимость в национальном и даже международном масштабе. Существенно также то, что профессия стала главным индикатором статусной или классовой позиции. Среди преимуществ этого показателя можно отметить, что профессия признавалась объективным параметром: она легко измерима и стандартизируема, при этом

позволяет обойтись без дополнительных индикаторов [Roach, Gross, Gursslin 1969: 127ff]. Перечисленные индексы можно при желании разделить на интервалы и назвать их классами; такая практика встречалась в работах ещё в 1970-е гг., но находила все меньше оправданий. Подходы, использующие для измерения стратификации классовую терминологию и отличные от профессии индикаторы, признавались в рекомендациях для исследователей устаревшими [Otto 1975].

Помимо самого изменения характера употребления терминов, стоит обратить внимание на аргументы, используемые сторонниками новых тенденций. Кроме логико-философских линий рассуждения, без труда обнаруживаются и чисто прагматические. Если концепт является инструментом, служащим исследовательской практике, то может так случиться, что один способ концептуализации, будучи даже совершенно неуязвимым для критики, оказывается неудобным в работе, поскольку, например, содержит слишком явные ограничения, требует чрезмерных трудозатрат. В этом смысле прагматический аргумент заключается в указании на большее удобство для практики некоторого определения. Так, Г. Ленски (известен работами по статусной неконсистентности) в ранней статье проверяет и отвергает гипотезу о существовании классовых границ в локальном сообществе. Из этого он делает вывод, что исследователи могут игнорировать одну из главных проблем анализа стратификации в мегаполисе — выявление классовых групп — и делить (или не делить) статусный континуум в соответствии с собственными предпочтениями [Lenski 1952]. П. М. Блау и О. Д. Данкан (создатель социоэкономического индекса) критиковали классовые группировки, ссылаясь на гетерогенность профессий внутри классовых групп и отсутствие чётких различий между классами по множеству интересующих социологов показателей [Blau, Duncan 1967: 117–127]. Однако не менее важным представляется то, что Данкан являлся пионером моделирования структурными уравнениями в социологии [Duncan 1966], продуктивно применял эту технику (в сочетании с социоэкономическим индексом его же авторства) для анализа социальной мобильности [Blau, Duncan 1967], что было бы невозможно при рассмотрении мобильности в терминах дискретных классовых категорий (постулируется в явном виде: [Duncan, Hodge 1963]).

В 1980-е гг. мы обнаруживаем стремительное распространение двух классовых схем — Голдторпа и коллег и Райта, закончившееся практически всеобщим принятием схемы Голдторпа и её производных. Райт на заре карьеры видел своё призвание в превращении марксизма в доминирующее направление американской социологии, для чего необходимо было привести его в соответствие с существующими стандартами научности, то есть насытить изощрённой количественной методологией [Wright 2006], потому Райт (пожалуй, первый из марксистов) сделал ставку на проведение собственного широкомасштабного эмпирического исследования, которое охватило множество стран и обеспечило сравнительную известность его классовой схеме [Wright 1997: xxvii ff]. Если Уорнер протащил концепт «класс» в социологию ценой лишения его всякого критического содержания, то теперь пришла пора вернуть классу его марксистское значение: определить классы как антагонистические группы, существующие лишь через отношение друг к другу (реляционно), что никак нельзя сделать в случае, если классовая позиция определяется лишь местом в иерархии.

Контекст дебатов в Британии был иным. Поскольку здесь идеи Маркса никогда полностью не выходили из употребления, они побуждали социологов к формулированию таких вопросов, ответ на которые не мог быть дан без привлечения полноценных классовых моделей с качественно различающимися классами. Классовой схеме Голдторпа предшествовала шкала привлекательности профессий, разбитая на 36 групп [Goldthorpe, Nore 1974]. Классы Голдторпа в одной из ранних работ (интерпретация менялась со временем) были представлены как результат укрупнения этих 36 групп на основе двух критериев — показателей дохода и положения в системе властных отношений. Принципиально, что классы более не образуют строгой иерархии; так, 4-я и 7-я группы шкалы привлекательности профессий относятся к I классу, а 5-я и 8-я — ко II [Goldthorpe, Llewellyn, Payne 1980: 39–40]. Аналогичным образом классовые позиции Райта определяются разными формами эксплуатации и также не образуют строгой

иерархии. Оба классовых подхода намеренно имеют эту особенность дизайна. Раньше она считалась аргументом в пользу отсутствия классовых делений (см., например: [Blau, Duncan 1967: 117–127]). Таким образом, значение класса опять претерпело изменение: если в 1960-е гг. он фактически являлся синонимом страты (см., например: [Lasswell 1969]), то теперь классовый анализ уже нетождествен ни исследованию неравенства, ни стратификации. «Золотым веком» классового анализа можно назвать 1980-е гг., поскольку исследователям удалось достичь консенсуса относительно фактического понимания термина; созданные в этот период классовые схемы остаются общепринятыми по сей день.

Исходя из сказанного, можно с известной долей условности выделить три периода в истории «класса»: центральный («золотой век»), то есть 1980–1990-е гг., — достаточно короткий период формирования консенсуса относительно широкой концептуализации класса как группировки профессий, закончившийся выходом серии критических работ, которые, однако, не привели к созданию новых концептуальных подходов; предшествующий период, то есть с рубежа 1930–1940-х по 1970-е гг., — достаточно гетерогенный период синхронного существования нескольких совершенно различных линий понимания класса (ограниченность нашего корпуса текстов не позволяет рассмотреть более дробное разбиение этого интервала); наконец, современность, то есть 2000–2020-е гг., — время относительного затишья в дискуссиях о классе, предложенные в этот период подходы не получили распространения.

Помимо периодизации, предпринятый обзор позволяет нам сформулировать ожидания относительно семантических изменений рассматриваемых терминов на неспециализированном корпусе социологических текстов с допущением, что изменения в этом корпусе следуют за изменениями в субполе классового анализа. Поскольку предложенный анализ имеет поисковый характер, а не конфирматорный, мы не будем ограничиваться рассмотрением только представленных ниже гипотез. Тем не менее они должны способствовать ответу на центральный вопрос работы: насколько «высокие» дебаты о классе влияли на массовое понимание и применение термина «класс» социологами?

Во-первых, мы полагаем, что употребление слова «класс» может оказаться связанным с названиями статистических техник анализа. Хотя на первый взгляд статистические методы универсальны и нейтральны по отношению к конкретным теоретическим и концептуальным решениям, как было показано, это не всегда так¹¹. Отметим, что само появление и распространение национальных опросов и синхронное с ним признание позитивизма как доминирующей эпистемологической ориентации в социальных науках содействовали¹² популярности одних способов операционализации класса и препятствовали другим¹³.

Во-вторых, представляет интерес связь терминов «класс» и «конфликт». Если в начале XX века понятие «класс» однозначно ассоциировалось с классовой борьбой (например, в классификаторе издания «American Journal of Sociology» понятие «класс» (наряду с «расами», «партиями» и «сектами») отнесено к категории «конфликтные группы» [Recent Literature 1923]), то в дальнейшем, как мы видели, термин в значительной степени утратил всякие коннотации с темой конфликта. Одна из редких попыток переопределить классы как конфликтующие группы принадлежит Дарендорфу [Dahrendorf 1959];

¹¹ Любопытным примером является пособие по статистическим методам 1978 г.; см.: [Farago 1978]. Если в современных книгах такого рода разделы организованы по рассматриваемым методам, а читатель едва ли ожидает, что предлагаемые примеры соответствуют его области интересов, то в этом пособии главы соответствуют типичным для социологов задачам; так, глава 16 посвящена методам анализа социальной мобильности.

¹² Представление о разнообразии методов в ранний период классового анализа даёт первая хрестоматия по классовой теме; см.: [Bendix, Lipset 1953]. Тогда же мы обнаруживаем формы рефлексии, совершенно нехарактерные для позитивизма, например, о классовой позиции исследователя; см.: [Gordon 1954].

¹³ В сравнительно недавнем тексте Голдторп раскрывает собственный вклад в исследования социальной мобильности в Британии, заключающийся в продвижении современных статистических методов, в использовании которых британская социология существенно отставала от американской [Goldthorpe 2019].

впрочем, она, очевидно, не достигла своей цели. О том, что в более широком внеакадемическом дискурсе класс всё ещё ассоциировался с борьбой и левыми идеями, мы можем догадываться по редким работам, полемизирующим с этой точкой зрения (см., например: [Morris, Jeffries 1970]). Райт попытался вернуть элементы классового антагонизма в социологические модели: классовые позиции определяют классовые интересы, которые в случае гипотетического конфликта формируют состав противостоящих групп. Исходя из сказанного трудно предсказать, имеет ли «класс» с относящимися к конфликту терминами какую-либо связь. Это мы попытаемся проверить на наших данных.

В-третьих, как было показано, в работах теоретиков классового анализа класс в послевоенный период оказался прочно связан со статусом и престижем, став ключевым термином при рассмотрении неравенства и стратификации, однако классовые группировки 1980-х гг. явно порвали с этой связью¹⁴. Следовательно, мы ожидаем увидеть расходящуюся траекторию «класса», с одной стороны, и этих терминов — с другой.

В-четвёртых, в контексте «конца истории», снижения интереса к марксизму и прихода ему на смену новых критических теорий возникает вопрос о соотношении понятия «класс» с набирающими популярность терминами «гендер» и «раса». С одной стороны, можно ожидать, что класс как понятие встраивается в новый критический дискурс как часть триады «раса, гендер, класс»; с другой стороны, новые оси неравенства могут замкнуть на себя тему социальных конфликтов, лишив класс соответствующих коннотаций.

Данные

Ключевым вопросом при построении моделей векторной семантики является выбор данных — корпуса используемых текстов. Анализируемый в данной работе корпус текстов был составлен из аннотаций ведущих журналов США и Британии (см. приложение 1; приложения к данной статье вынесены в отдельный блок). Выбор источника данных обусловлен его доступностью: аннотации свободно размещены на сайтах журналов, представлены в виде легко извлекаемого текста, не требующего распознавания и чистки.

При отборе конкретных журналов мы ориентировались на самый ранний рейтинг социологических журналов, составленный на основе их импакт-фактора, а также на его обновлённую версию [Allen 1990; 2003]. Двигаясь от вершины списка, мы проверяли журналы на соответствие следующим критериям:

- журнал начал рутинную публикацию аннотаций не позднее первой половины 1970-х гг.¹⁵; в противном случае корпус его текстов не охватывает интересующий нас временной интервал;
- журнал имеет общий профиль, то есть не является узкоспециализированным. Это требование обусловлено опасением получить сильно смещённый в сторону отдельных субдисциплин корпус. Хотя само по себе рассмотрение использования терминов в рамках различных направлений социологии соответствует задачам исследования, при имеющихся ограничениях мы находим невозможным составить репрезентирующую поле социологии и смежных дисциплин подборку специализированных журналов.

¹⁴ Некоторое отклонение от этой тенденции связано с творчеством П. Бурдьё, который ввёл понятие «культурный капитал», выполняющий роль статусного маркера. На распространение бурдьёзианских взглядов отреагировали Голдторп и Т. В. Чан, предложив семантически развести понятия «класс» и «статус» (престиж), но сохранив за «классом» исключительно то значение, что Голдторп разделял в своих работах; см.: [Chan, Goldthorpe 2007].

¹⁵ Журналы, не дожившие до настоящего времени, также не могли быть включены в наш корпус, если они не имеют собственного сайта с архивом аннотаций. Так, внесший значительный вклад в дискуссии о классе журнал «Sociology and Social Research» печатал аннотации статей 1960–1992 гг., когда закрылся из-за финансовых трудностей, сейчас доступен лишь в виде pdf-архива.

Поскольку массовое появление аннотаций в социологических журналах приходится лишь на рубеж 1970–1980-х гг., первый критерий оказался главным ограничением при отборе журналов.

Итак, перечень отобранных журналов представлен в приложении 1. Структура созданного корпуса показана на рисунке 1. Общий объём составил немногим более 20 тыс. текстов или трёх миллионов токенов (без учёта знаков препинания). Корпус включает как аннотации, так и заголовки статей.

Предобработка данных

В исходном виде текст представляет собой последовательность символов (букв, цифр, знаков препинания и др.). Нас интересуют не отдельные символы, но слова. Единица анализа, именуемая «токен», в данной работе соответствует слову. Исключения составляют устойчивые выражения, такие как «средний класс» и «рабочий класс», которые были объединены в отдельные токены на завершающем этапе подготовки данных.

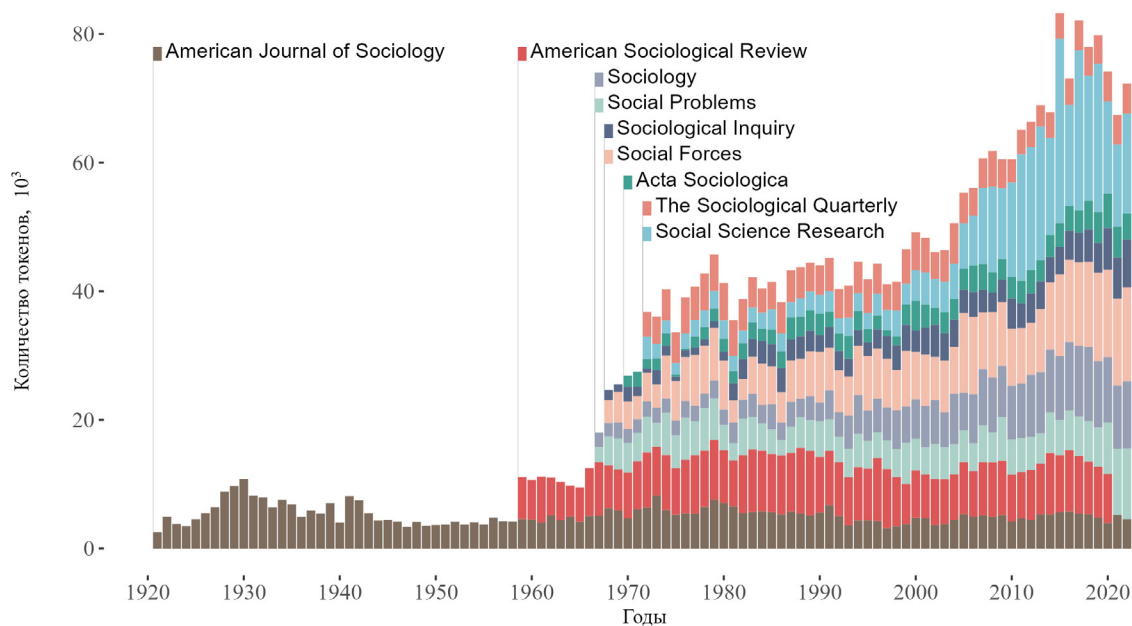
Первый этап обработки текста — *токенизация*, или разделение исходной последовательности символов на слова-токены. Знаки пунктуации, цифры и другие элементы при этом удаляются, заглавные буквы преобразуются в строчные. Каждый текст корпуса представлен последовательностью токенов; некоторые токены состоят из одной и той же последовательности символов — назовём их принадлежащими к одному *типу*. Типы токенов образуют своего рода словарь, однако его объём чрезмерно велик из-за (а) наличия редких слов, каждое из которых встречается лишь несколько раз в корпусе, но в совокупности они составляют значительную долю его объёма, (б) существования разных форм одного слова (например, единственное и множественное число), которые образуют разные типы.

Второй этап — *лемматизация*, то есть процедура приведения слова к его словарной форме — лемме¹⁶. Алгоритмы лемматизации основаны на использовании предварительно сформированных словарей. Сведение различных словоформ к общей лемме ведёт к сокращению числа типов токенов при сохранении общего количества токенов.

Третий этап — *удаление ряда не представляющих семантического интереса токенов* (так называемых стоп-слов), то есть местоимений, служебных глаголов, артиклей и др. Также удаляются редкие слова, чьё положение в семантическом пространстве не может быть удовлетворительно определено ввиду малочисленности примеров их использования.

Некоторые концепты записываются как сочетания слов, причём специфическое значение сочетания несводимо к значению каждого из слов по отдельности (например, *United Kingdom* — Соединённое королевство). Для выявления составных концептов был сформирован список наиболее часто подряд встречающихся слов (с учётом порядка), из которого такие концепты были отобраны экспертным способом. Список был получен на основе значений поточечной взаимной информации (*pointwise mutual information*, PMI), нормирующей частоту в клетке таблицы встречаемости слов на общую частоту по столбцу и строке (см. приложение 5). Также процедура содействовала задаче *нормализации* словаря типов, то есть совмещению различных форм написания в единый тип токена (например, *life style*, *life-style*, *lifestyle*).

¹⁶ Альтернативной процедурой является стемминг (*stemming*), то есть основанное на ряде простых правил преобразование разных форм слова к общей форме. Стемминг значительно быстрее и проще, чем лемматизация, но результат менее удовлетворителен.



Примечание: Выносками даны названия журналов. Цвета случайно распределены между журналами.

Рис. 1. Объём корпуса в токенах по годам и журналам

Аннотации и заголовки

Прежде чем приступать к анализу, необходимо обратить внимание на особенности и ограничения, обусловленные избранной стратегией формирования корпуса текстов. Во-первых, корпус имеет относительно небольшой объём, что накладывает ряд ограничений на методы построения и анализа векторного семантического пространства. Во-вторых, аннотация представляет собой до некоторой степени особый жанр — специфическую языковую игру, не вполне тождественную той, в рамках которой пишется основной текст статьи. По этой причине можно ожидать, что семантическое пространство, построенное на текстах статей, будет систематически отличаться от пространства аннотаций. Мы не можем провести прямое сравнение двух упомянутых пространств, но возможно сравнение корпусов текстов аннотаций и заголовков статей. Анализ показывает (см. приложение 2), что заголовки содержат большую долю (выше частотность) концептуально насыщенных слов. Экстраполируя указанную закономерность, мы предполагаем, что корпус аннотаций в большей степени состоит из слов, имеющих в рамках социологии концептуальное наполнение, чем корпус полных текстов статей, и в меньшей степени из относительно слабореlevantных слов. Контекст аннотаций более информативен с точки зрения семантического значения терминов, тогда как в полных текстах термины часто могут оказываться в случайном, не характерном для них контексте. Следовательно, корпус аннотаций позволяет получить более качественное векторное семантическое пространство, чем аналогичный по размеру (в токенах) корпус полных текстов. Мы рассуждаем это предположение как аргумент в пользу достоверности представленного анализа.

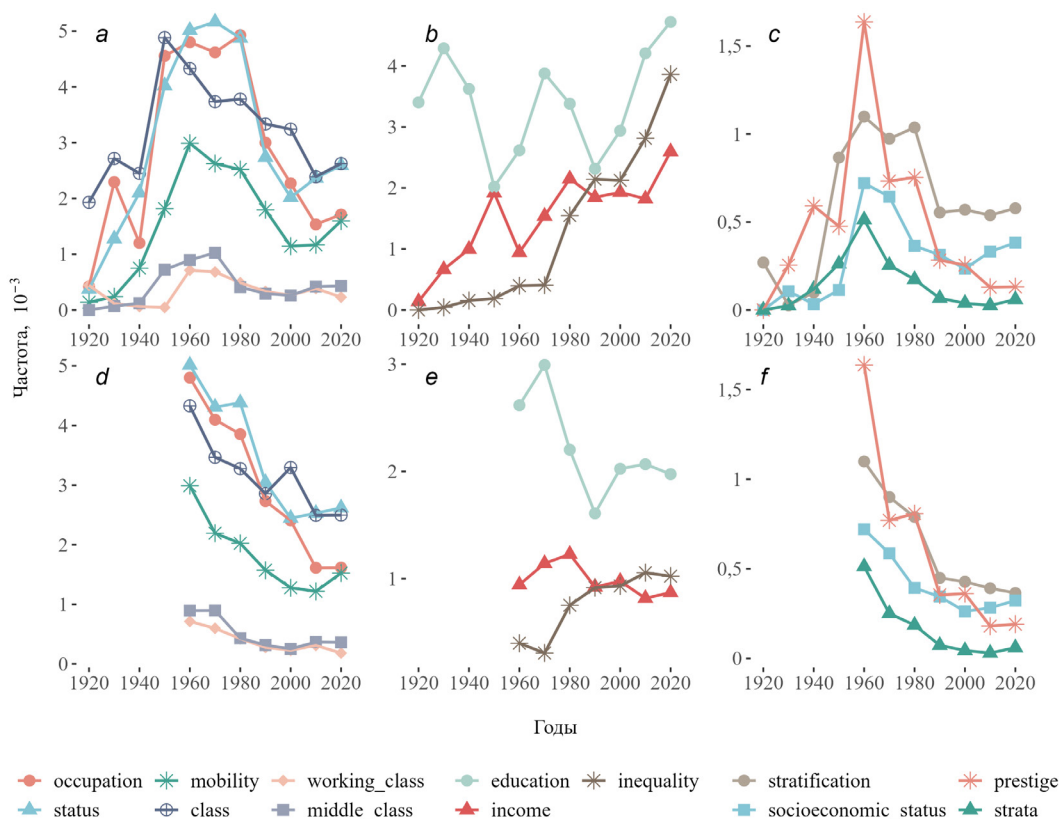
Далее в работе используется объединённый корпус аннотаций и заголовков.

Частотный анализ

Одним из наиболее простых способов численного анализа текстовых данных является измерение частотности слов в разные периоды времени (или в разных источниках). Целый ряд исследований (см. обзор: [Michel et al. 2010]) посвящён анализу связи между приобретением словом нового значения и изменением его частоты употребления (см., например: [Feltgen, Fagard, Nadal 2017]). Рассмотрение ча-

стотности может служить как первое приближение к выявлению семантических изменений [Kulkarni et al. 2015]. На рисунке 2 (панели *a — c*) представлены частоты рассматриваемых терминов по 10-летним периодам. Оценки среднего получены методом бутстрепа для большей надёжности и снижения влияния отдельных документов. Термины на панелях *a* и *c* демонстрируют схожий тренд: рост с достижением максимума в 1955–1975 гг. и затем продолжающийся до настоящего времени спад.

Судя по графикам, частотность класса в 1920-е гг. лишь немногим меньше, чем в XXI веке, что достаточно парадоксально, поскольку, согласно имеющимся представлениям, этот концепт не был востребован в США в то время. Корпус текстов за этот период весьма невелик, у нас была возможность просмотреть все упоминания класса в текстах. Выбрав в качестве верхней границы 1929 г. (выход «Миддлтауна» Линдов), мы обнаружили 53 упоминания класса в 34 документах. В большинстве своём это слово означает результат любой группировки или типизации: классы периодических изданий, классы социологических теорий. В более поздних работах термин уже резервируется для обозначения именно социального класса и редко используется в неспециализированном значении. Иногда «класс» употребляется в отношении групп людей, но эти группы явно не образуют какую-либо классификацию, упоминаемые классы могут пересекаться или дробиться. Когда речь идёт именно о социальном классе, особенно о классовом конфликте, он часто остаётся предметом абстрактных размышлений о прошлом (например, о Римской империи), далёких европейских странах или о неопределённом будущем. Как видно, класс, действительно, ещё не сформировался в этот период как устойчивый социологический концепт (в американской социологической литературе). Отметим также низкую популярность прочих терминов, за исключением образования, в 1920-е гг.



Примечание: Цифры по горизонтальной оси соответствуют середине периода, например, 1950: 1945–1954. Принадлежность токена к типу эксклюзивна: в число упоминаний слова *class* (класс) не включены *middle class* (средний класс) и *working class* (рабочий класс); в число упоминаний слова *status* (статус) — *socioeconomic status* (социальноэкономический статус).

Рис. 2. Относительные частоты встречаемости слов и словосочетаний (типов токенов) по декадам: исходные (*a — c*), скорректированные на изменения частотностей их «соседей» (см. приложение 3) (*d — f*)

Далее частотность терминов на панелях *a* и *c* растёт, в некоторых случаях с провалом в военные 1940-е гг., достигая пика в 1950–1970-е гг. Отметим, что распространение словосочетания «рабочий класс» отстаёт от «среднего класса». Вероятно, это связано с отсутствием в терминологии Уорнера такого классового ярлыка. В корпусе за период до 1954 г. «рабочий класс» уступает в численности «низшему классу». Вообще, вопрос положения «рабочего класса» в классификациях требует особого рассмотрения (что находится за рамками данной работы), поскольку оно определяется двумя потенциально противоречащими друг другу принципами: функциональным и иерархическим. Введение «рабочего класса» в классовые системы можно гипотетически связать с работой Р. Сентерса, показавшего, что респонденты охотно идентифицируют себя с рабочим классом, но очень неохотно — с низшим [Centers 1949]. Следует иметь в виду, что объём корпуса за период до 1960-х гг. весьма незначителен, поэтому ко всем наблюдениям, относящимся к этому временному отрезку, следует относиться с осторожностью. На панели *b* изображены слова, которые не демонстрируют явного спада в последние десятилетия. Отметим «образование», для которого, несмотря на сильные колебания, характерен скорее горизонтальный тренд, а также стабильно растущее употребление *inequality* (неравенство).

Частотность «класса» в 1950–2010 гг. упала более чем в два раза, а «неравенства» выросла примерно в 10 раз. Насколько это много или мало, чтобы делать какие-либо выводы? Насколько вообще характерно для социологических терминов такое многократное изменение частотности? Для ответа на эти вопросы мы выделили два подкорпуса: 1945–1974 гг. и 1995–2022 гг. Первый (точки 1950, 1960, 1970 гг. на рис. 2) соответствует максимальной частотности большинства рассматриваемых терминов, второй — условно современному этапу. Далее, для всех токенов, встречающихся в каждом из подкорпусов хотя бы 100 раз, мы получили бутстрепную оценку отношения их частотностей в эти периоды. Среди токенов, чья частотность снизилась в наибольшей степени, мы обнаруживаем множество статистических терминов: *correlation* (корреляция) — падение в 8 раз; *deviance* (отклонение), *variable* (переменная), *item* (элемент), *index* (индекс) и др. Едва ли из этого следует делать вывод о снижении востребованности статистических методов в социологии. Более убедительной представляется гипотеза об их натурализации: по мере распространения статистических методов исчезла потребность в подчёркивании применения той или иной техники в аннотируемой статье¹⁷. Для примера сравним динамику частотности токенов *qualitative* (качественный) и *quantitative* (количественный). Если до войны второй из них доминирует по числу упоминаний, то с послевоенного периода наблюдается плавное снижение его популярности. Напротив, *qualitative* в современных аннотациях встречается более чем в два раза чаще, чем *quantitative* (см. приложение 4, рис. П4.1). Таким образом, в паре «количественный анализ» и «качественный анализ» первый термин становится немаркированным в семиотическом смысле (то есть предполагаемым по умолчанию), а второй — маркированным (см.: [Waugh 1982]). Авторы эмпирических работ не видят необходимости уточнять, что они основаны именно на количественном анализе.

Среди токенов, наиболее снизивших частотность, мы находим также ряд связанных с социальной структурой концептов: *rank* (ранг) (беглый просмотр упоминаний показывает, что концепт часто употреблялся в отношении социального ранжирования); *inconsistency* (неконсистентность, термин относится к утратившей популярность теории статусной неконсистентности); *socialization* (социализация); а также имена ключевых для темы классиков — *Marx* (Маркс) и *Weber* (Вебер). Среди рассматриваемых слов наибольшее падение произошло у уже упомянутого *prestige* (престиж) — входит в 2% слов с наибольшим снижением частотности, *occupations* (профессии) и *middle class* (средний класс) — входят в 20% слов с наибольшим снижением частотности; *status* (статус) и *working class* (рабочий класс) — входят в 25% слов с наибольшим снижением частотности, *mobility* (мобильность) и *socioeconomic status* (социально-экономический статус) — входят в 30% слов с наибольшим снижением частотности. Потери в частотности для *stratification* (стратификация) и *class* на этом фоне умеренны — 40% и 30% соответственно. «Стратификация» входит в 35% токенов с наибольшим снижением частотности, «класс» — в 45%.

¹⁷ При этом *survey* (опрос) оказался в числе токенов, чья частотность выросла; вероятно, это связано с необходимостью описывать источник данных для верного позиционирования статьи.

Представленные данные позволяют сформировать следующую картину: тема социальной структуры за полвека утратила свою популярность, что отразилось на снижении употребления рассматриваемых нами слов¹⁸. В этом случае мы не можем говорить о каких-либо семантических изменениях. Действительно, колебания частот употребления слов чаще следуют за возникновением или снижением интереса к обозначаемым ими явлениям, чем за семантическими изменениями в языке (хотя само повышение частотности может приводить к изменениям). Так, мы наблюдаем на нашем корпусе очень резкий всплеск частотности слова *war* (война) в 1935–1944 гг. и значительно меньший всплеск для токенов *army* (армия) и *nazi* (нацист) в следующее десятилетие, вероятно, как результат осмысления предшествующего опыта (см. приложение 4, рис. П4.1).

Если изменение частотности слова обусловлено снижением или повышением интереса к теме, с которой он связан, то можно ожидать такое же изменение частотности других слов, относящихся к этой теме. Следовательно, изменение частотности слова, скорректированное на изменение частотности его соседей (относящихся к близким темам), будет более надёжным индикатором семантических изменений. Результаты такой коррекции представлены на рисунке 2 в панелях *d* — *f* (см. подробнее в приложении 3). Тренды принципиально не отличаются от наблюдаемых на рисунке 2 в панелях *a* — *c*.

Таким образом, анализ частот, возможно, указывает на семантические изменения большинства интересующих нас терминов. Даже если семантические изменения произошли, данные по динамике частотностей не позволяют судить об их направленности. Эта задача может быть решена с помощью векторного семантического анализа.

Векторное пространство

Методология

Векторная (или дистрибутивная) семантика — это количественный подход к анализу текста, получивший значительное развитие и распространение за последнее десятилетие (в том числе среди исследующих концепты историков; см.: [Gavin et al. 2019; Wevers, Koolen 2020]). Как следует из названия, смысл подхода сводится к представлению каждого слова как точки или вектора в многомерном пространстве. Зарождение векторной семантики принято связывать с работами лингвистов З. Харриса и Дж. Фирта, выдвинувших в 1954 и 1957 гг. соответственно идею о том, что слова со схожим значением встречаются в схожем контексте¹⁹, то есть смысл слова определяется тем, с какими словами оно обычно соседствует в текстах (см. подробнее: [Lenci 2018]). По мере развития техник создания векторного пространства, а также появления оцифрованных корпусов исторических документов соответствующие исследования получают всё большее распространение [Hamilton, Leskovec, Jurafsky 2016a; 2016b; Kozłowski, Taddy, Evans 2019; Rodman 2019; Wevers, Koolen 2020].

Построение семантического векторного пространства базируется на том, что значение слова определяется его встречаемостью в различных контекстах. Слова, которые часто оказываются в схожих контекстах, должны располагаться близко, в различных — далеко. Под контекстом в нашем случае понимается набор токенов, находящихся на расстоянии не больше некоторой величины (размера окна) от рассматриваемого токена. Так, контекст токена «набор» в предыдущем предложении при размере окна 2 будет следующим: «случае», «понимается», «токенов», «находящихся».

¹⁸ Среди терминов, чья популярность выросла, помимо *income* (доход), можно выделить те, что относятся к дискриминируемым группам, а именно *ethnic* (этнический), *migration* (миграция), *black* (чернокожий), *minority* (меньшинство), *race* (раса), и к парадигмальным изменениям в социологии: *cultural* (культурный), *practice* (практика).

¹⁹ Многие социологи, вероятно, приоритет в выработке этой позиции отдадут Л. Витгенштейну, чьи «Философские исследования» (1953) вышли чуть раньше.

Исходным материалом для построения семантического пространства является таблица, строки которой соответствуют уникальным токенам корпуса, столбцы — контекстам, которые также являются токенами. Значения в ячейках таблицы отражают количество токенов определённого типа, которые удалось обнаружить в соответствующем контексте во всём корпусе. Легко заметить, что таблица симметрична относительно диагонали: если токен A n раз встретился в контексте B , то и токен B n раз встретился в контексте A (при условии, что окно симметрично относительно целевого токена).

После нормализации (в данном случае с помощью PMI) строки в этой таблице можно рассматривать как векторы типов токенов в координатном пространстве контекстов (столбцов). Такое пространство имеет очень большую размерность (равную словарю текста), поэтому следующий шаг — её сокращение методом, близким методу главных компонент (см. подробнее в приложении 5). В качестве меры близости между векторами в полученном пространстве сокращённой размерности принят косинус угла между ними; в качестве меры расстояния тогда можно взять величину $1 - \cos(\alpha)$, где α — угол между векторами (то есть длины векторов игнорируются).

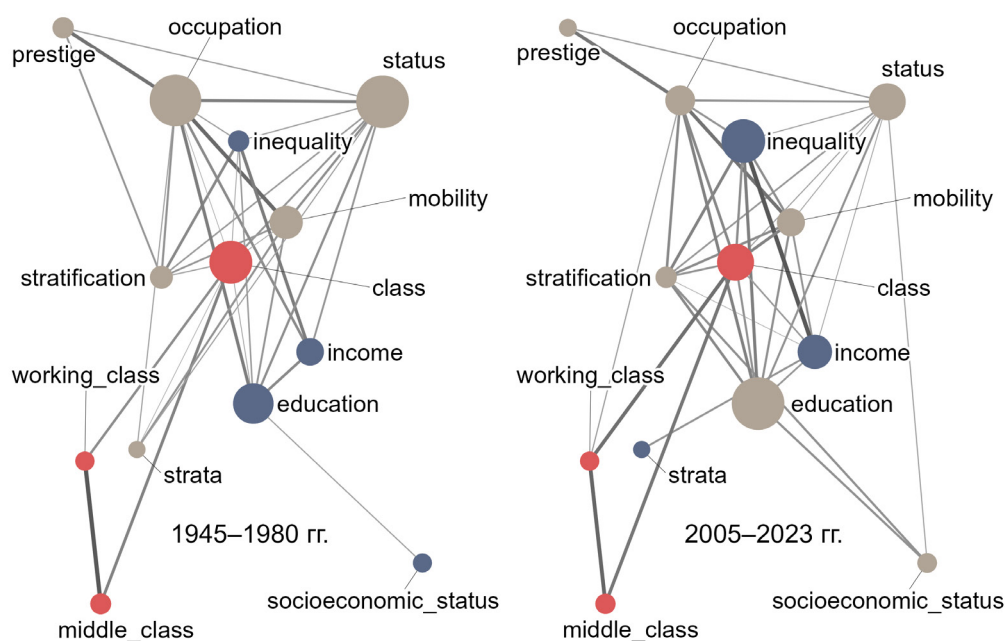
Следуя рекомендации ряда авторов (см.: [Antoniak, Mimno 2018; Rodman 2019]), особенно актуальной при работе с корпусом малого объёма, мы в большинстве случаев опираемся на оценки, полученные в результате усреднения расчётов на бутстрепных перевыборках.

Необходимо отметить, что семантический смысл несут не координаты вектора-слова, но его положение относительно других векторов: близость слов в созданном пространстве трактуется как семантическая близость. При этом в общем случае алгоритм не делает различия между разными типами отношений, выделяемых в традиционной семантике. Близость слов не позволяет априорно судить о том, являются ли они синонимами, антонимами, гипонимом и гиперонимом (то есть общим и частным), двумя гипонимами общего гиперонима и т. д. Модель также не делает различия между действительно семантически связанными словами или словами, имеющими ассоциативную связь [Lenci 2018]. Значительной трудностью является также отделение синтагматических связей (часто встречаются в цепочке слов, например, «писать ручкой») от парадигматических (могут заменять друг друга, сохраняя предложение осмысленным, например, «ручка» и «карандаш»: «писать ручкой» — «писать карандашом»).

Визуализация векторного пространства

На рисунке 3 представлены визуализации рассматриваемого семантического поля в двух векторных пространствах²⁰, построенных на корпусах документов 1945–1980 гг. и 2005–2023 гг. Рёбра графа изображают значимо положительные (косинус больше нуля) попарные расстояния между токенами-вершинами. Первый период соответствует времени, когда современное понимание класса (группировка кодов занятий в неиерархически организованные классы) среди профильных специалистов ещё не устоялось. Второй период — это современность, дебаты о смерти класса уже прошли, установился *status quo* в представлениях о роли и характере классового анализа. Промежуточный этап, то есть время, когда были созданы широко известные классовые системы, был исключён из рассмотрения. Причина этого в том, что наша оптика имеет невысокое временное разрешение в силу ограниченности объёма корпуса, у нас нет уверенности, что мы можем верно выделить стремительные (как предполагается) изменения этого этапа.

²⁰ Обычно в такого рода визуализациях отображают все связи выше выбранного порогового значения; мы ориентируемся не на силу связи, а на её статистическую значимость.



Примечание: Рёбра отражают статистически значимые, согласно бутстрепной оценке, положительные связи между вершинами-токенами. Толщина и яркость рёбер пропорциональны косинусу угла между векторами вершин. Цветом отмечены кластеры или сообщества, выделяемые по принципу плотности связей внутри сообщества и относительной разряжённости связей между ними. Размер вершин соответствует частотности токенов.

Рис. 3. Графы близости членов семантического поля для двух временных интервалов

Отметим несколько особенностей изображённых графов.

Термины *middle class* (средний класс), *working class* (рабочий класс) и просто *class* (класс) тесно связаны между собой, но средний и рабочий классы практически не имеют связей с другими токенами. Для того чтобы понять характер связи, можно попробовать рассмотреть документы, в которых эти токены встречаются одновременно²¹. Выборочное чтение таких аннотаций показало, что словосочетания «средний класс» и «рабочий класс» часто используются для указания на группы людей, например, студентов, происходящих из рабочих семей. В этом качестве термины уточняются ровно настолько, чтобы проведённое различие («рабочий» vs. «средний» или «белый воротничок») было понятным в контексте, что не требует реконструкции социальной структуры популяции. Это, на наш взгляд, объясняет сравнительную удалённость этих токенов от прочих анализируемых. Такое использование не требует (но и не запрещает) ссылаться на определённую классовую систему.

Престиж связан со статусом в обоих временных периодах, что соответствует нашим представлениям о значении этих терминов. Обращение к текстам подтверждает эти ожидания. Для первого временного интервала *status* (статус) и *prestige* (престиж), как правило, являются атрибутами человека, его оценкой окружающими. В современных текстах мы практически не находим употребления «престижа» в таком же смысле. «Престиж», если употреблён не в общем смысле, является престижем занятия (*occupational prestige*). Таким образом, связь престижа и статуса объясняется тем, что оба они относятся к проблеме построения и использования профессиональных шкал (см., например, международный социально-

²¹ Строго говоря, токены не обязаны встречаться друг с другом в текстах для того, чтобы оказаться близкими в векторном пространстве. Тем не менее на практике это часто происходит (совместная встречаемость является достаточным, но не необходимым условием близости). В литературе есть ряд примеров интерпретации сообществ (кластеров) графа токенов векторного пространства как отдельных тем и атрибуции документов к одной из этих тем на основе встречаемости в документе токенов соответствующего сообщества (то есть на основе осуществления тематического моделирования (*topic modeling*); см., например: [Pita, Nunes, Pappa 2022]).

экономический индекс профессионального статуса (*international socio-economic index of occupational status*) [Ganzeboom, De Graaf, Treiman 1992]). В свете сказанного ожидаемо, что «престиж» более не близок к «стратификации».

Статус связан со многими терминами в обоих графах ввиду его полисемичности. Статус часто оказывается синонимом социально-экономического статуса, профессионального статуса (*occupational status*): в 1945–1980 гг. так могли называть SEI Данкана [Duncan 1961]). «Статус» может употребляться в широком смысле как принадлежность к одной из категорий; например, принадлежность к меньшинству (*minority-status*).

Наконец, обратим внимание на место слова *income* (доход) в двух периодах. Во второй период времени «доход» соединён со значительно большим числом вершин, чем в первый. Так, появляется связь дохода и мобильности, выражение *income mobility* (мобильность по доходам) получает определённое распространение в корпусе. Термин употребляется экономистами уже в 1970-е гг., однако в нашем раннем корпусе он не встречается. Также *strata* (страта) теперь относится не к классу, а к доходу. Формально если класс имел наибольшую центральность в первом графе (является наиболее важным элементом), то во втором он уступает по этому показателю доходу и стратификации²². Можно допустить, что класс, ранее бывший предельно широким в рамках данного поля концептом, приобрёл некоторую специализацию, или же само поле оказалось в большей степени связанным с финансовым аспектом различий.

Представленные выше наблюдения демонстрируют, что изменение положения слова в семантическом поле может определяться изменением как его значения относительно других слов, так и собственного значения (например, ранее престиж был характеристикой человека, а позднее — профессии). Дальнейшее рассмотрение второй опции побуждает нас обратиться к анализу изменения состава ближайших соседей этих слов²³.

Ближайшие соседи

Для дальнейшей работы мы создали временные ряды косинусных расстояний между рассматриваемыми словами и их соседями. Для этого весь корпус был разбит на подкорпуса, соответствующие разным временным периодам. Подкорпуса формировались скользящим окном для того, чтобы обеспечить достаточный объём каждого из них. Поскольку объём корпуса для разных временных периодов существенно различается (см. рис. 1), размер окна был зафиксирован не хронологически, а через его объём в токенах. Таким образом, подкорпуса имеют различную временную протяжённость, однако объём подкорпусов и доля пересечения соседних приблизительно эквивалентны. Всего выделено 36 подкорпусов; самый современный включает документы за последние 9 лет, средний нормированный на объём год публикации которых — 2018-й; самый старый охватывает 1930–1976 гг. со средним значением 1962. В качестве меры расстояния взяты усреднённые по перевыборкам бутстрепные оценки косинусных расстояний. На их основе получен список соседей рассматриваемых токенов для каждого из подкорпусов.

На рисунке 4 представлены диахронные изменения состава ближайших 10 соседей слова *class* (класс). Для того чтобы изображение стало относительно компактным, 36 наборов слов были укрупнены до

²² Используются две меры центральности: степень близости (*closeness*) (сумма длин кратчайших путей из данной вершины до всех прочих в минус первой степени) и степень посредничества (*betweenness*) (число кратчайших путей между вершинами графа, проходящих через данную вершину).

²³ Формально нет препятствий для размещения соседей интересующих слов на графах, представленных на рисунке 3, однако в нашем случае изображение получается слишком громоздким и потому трудно интерпретируемым.

12 наборов²⁴. Отметим, что обозначения конкретных классов (*lower* — низший, *working* — рабочий, *middle* — средний, *upper* — высший) стабильно остаются лидерами списка²⁵. Достаточно значимое место занимает «конфликтная» тема: очень высокие позиции у *consciousness* (классовое сознание) до 2000-х гг.; в 1990-е гг. на смену классовому сознанию приходит *cleavage* (раскол), впрочем, в последние годы и это слово уходит из списка. В ранние периоды мы также обнаруживаем однократное попадание в список слов *struggle* (борьба) и *radicalism* (радикализм). Термины «классовое сознание» и «раскол» могут употребляться в отношении ненасильственного политического противостояния в отличие от слов *radicalism* и *struggle*. Таким образом, конфликтная тема остаётся важной составляющей значения термина «класс» на протяжении большей части рассматриваемого периода, при этом конфликт понимается, скорее, в «мягкой» политической форме.

Наличие среди соседей имени *Marx* (Маркс) указывает на то, что «класс» сохраняет связь с марксизмом, несмотря на множество, казалось бы, успешных попыток лишить термин всяческих идеологических и нормативных коннотаций. В 2000-е гг. марксистский лексикон («Маркс» и «классовое сознание») теряет связь с «классом».

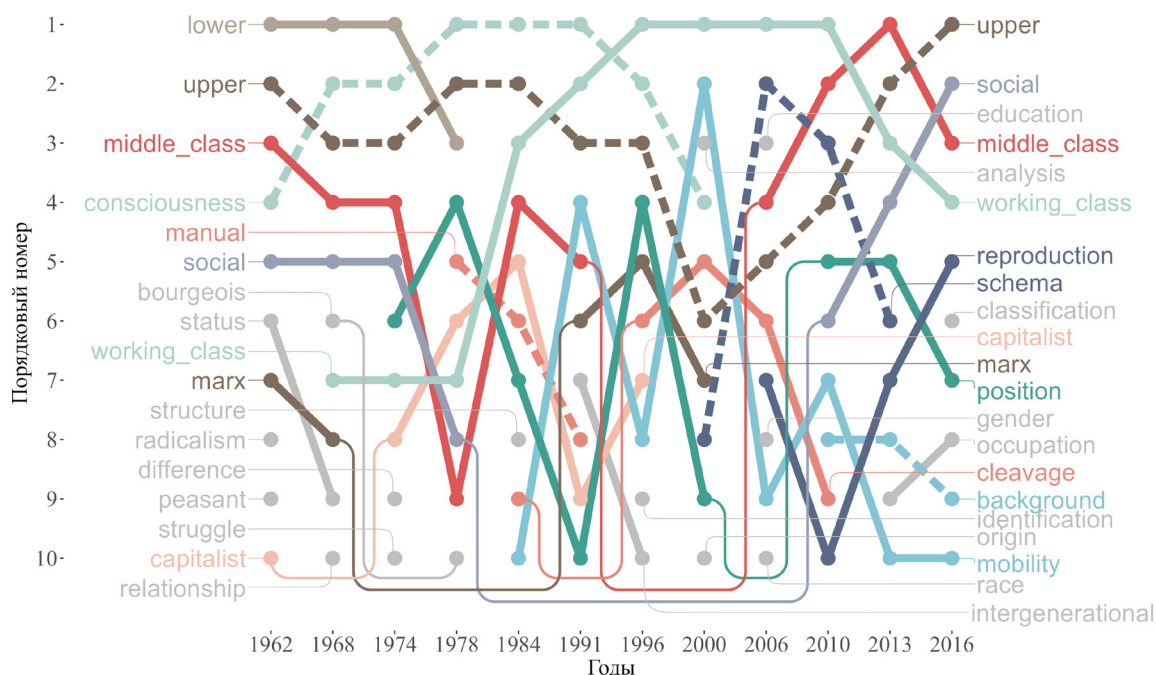
Другие термины из выделенного семантического поля лишь эпизодически попадают в список. В целом список составляют слова, имеющие, скорее синтагматические, чем парадигматические, отношения с целевым термином (то есть употребляются совместно, но не служат возможной заменой).

Значимое место в этих списках занимают слова, связанные с мобильностью и воспроизводством групп: *mobility* (мобильность), *reproduction* (воспроизводство), *background* и *origin* (происхождение), *intergenerational* (межпоколенческий). Хотя мобильность не всегда рассматривается как ключевой вопрос при конструировании классовых схем, фактическое использование «класса» в работах тесно связано с этим вопросом²⁶.

²⁴ Границы, разделяющие 36 подкорпусов на 12 групп, были проведены так, чтобы внутри групп подкорпуса имели схожий список соседей слова *class*, а границы проходили между отличающимися группами подкорпусов. Мерой схожести было выбрано «среднее пересечение» списков (см. приложение 6).

²⁵ Не следует переоценивать взлёт слова *upper* (высший [класс]) в последние годы, полагая, что социологи переориентировались на исследование элит. Дело в том, что каждое из словосочетаний *middle class* (средний класс) и *working class* (рабочий класс) представляют отдельный токен, тогда как *upper class* (высший класс) — два токена: *upper* и *class*. Это обеспечивает значительно большее число соприсутствий друг с другом токенов «высший» и «класс», а следовательно, нахождения их в общем контексте.

²⁶ Представляется, что это может быть одной из причин, почему классы-как-профессии Грусски вызвали неприятие. В отношении таких классов едва ли можно говорить о межпоколенческом воспроизводстве, за исключением специфического случая профессиональных династий.



Примечание: Координаты по горизонтальной оси соответствуют средневзвешенному году публикации текстов, составляющих подкорпус. Серым цветом обозначены токены, которые встречаются менее трёх раз на диаграмме. Тонкие линии соединяют отметки токенов, покинувших на некоторый период десятку ближайших соседей.

Рис. 4. Ближайшие соседи токена *class* (класс) в 12 диахронных подкорпусах. 1930–2023 гг.

Заслуживает внимания динамика токена *social* (социальный). Он довольно близок к «классу» в ранний период и в современный; в период же расцвета современных классовых группировок «социальный» покидает список. Легко допустить, что синтагматическая близость токенов связана с употреблением их в устойчивом выражении *social class* (социальный класс). В условиях гегемонии определённого общеразделяемого понимания слова «класс» уточнение того, что речь идёт именно о социальном классе, является избыточным (см. выше о немаркированном термине). Мы отмечали употребление слова «класс» в смыслах, отличных от «социального класса» на заре социологии. Позднее ряд авторов проводили различия между социальными и экономическими (см., например: [Cantril 1943]) или политическими (см., например: [Сох 1945]) классами, так что прилагательное «социальный» в этот период оставалось содержательным предикатом класса. То, что оно возвращается в этом качестве, может указывать на распространение более широкого употребления слова «класс» и, соответственно, необходимости уточнять, когда речь идёт о прежде основном значении. Рассмотрение частоты употребления словосочетания «социальный класс» относительно всех употреблений слова «класс» демонстрирует статистически значимый рост в последние 20 лет по отношению к эпохе «золотого века», когда эта величина была минимальной относительно предшествующего и последующего периодов (см. приложение 4, рис. П4.2). При этом «рабочий» и «средний» также являются предикатами, указывающими, что речь идёт именно о социальном классе. Помимо этого, вероятно, во многих случаях термины «рабочий класс» и «средний класс» употребляются в значении, близком обывательскому, поскольку специфические классовые модели используют, как правило, более тонкие градации. Совокупный рост доли упоминаний класса в словосочетаниях со словами «социальный», «рабочий» и «средний» (см. приложение 4, рис. П4.2) может быть признаком семантического сдвига от той концептуализации, которую разделяли и продвигали специалисты по классовому анализу, к профанному употреблению этого слова. Ещё одним свидетельством в пользу этой точки зрения является монотонное снижение с 1980-х гг. доли употребления слова *class* с такими словами, как *schema* (схема) или *approach* (подход), однозначно указывающими на то, что речь идёт именно о специальном социологическом значении

термина (см. приложение 4, рис. П4.2). Разумеется, сейчас утверждение о семантическом сдвиге в сторону обывательского понимания термина является лишь гипотезой, однако она может быть проверена в дальнейших исследованиях.

Лимитированность объёма статьи удерживает нас от подробного рассмотрения диаграмм соседей других терминов. Ограничимся лишь краткими замечаниями о семантическом окружении терминов *income* (доход) и *mobility* (мобильность) (см. приложение 4, рис. П4.3, П4.4).

Во-первых, среди соседей этих терминов мы находим наименования статистических техник и процедур сбора данных: *markov* (марков)²⁷, *log-linear* (лог-линейный), *table* (таблица мобильности), *panel study* (панельное обследование). Связь концепта и определённых исследовательских практик в случае этих терминов гораздо более очевидна, чем для класса.

Во-вторых, *income* (доход) имеет очень тесную связь с домохозяйством — *household* (домохозяйство), *dissolution* (расторжение брака), *family* (семья), *head* (глава), *husband* (муж), — что достаточно контрастирует с классовым анализом. Для исследователей класса, как представляется, семья является скорее методологической проблемой (например, определение классового положения жены; см. спровоцировавшую полемику работу Голдторпа [Goldthorpe 1983]), чем объектом анализа. Опосредованное классовое положение у Райта — редкий пример полноценного вовлечения данных о работе обоих супругов в анализ классового положения каждого из них [Wright 1997: 257–277], однако сложность подхода едва ли оставляла ему шансы на популярность.

В-третьих, мобильность остаётся тесно и стабильно связана с профессией, даже в период господства классов как группировок профессий, класс не способен полностью медиировать эту связь.

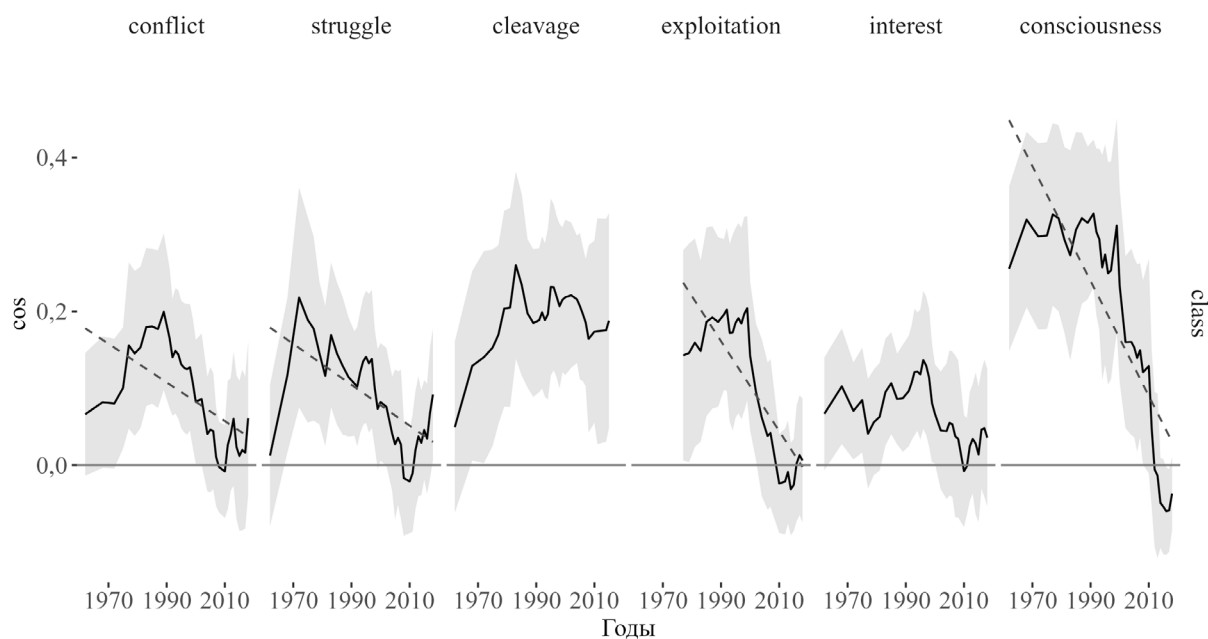
Наконец, анализ соседей создаёт устойчивое впечатление, что каждый из трёх рассмотренных терминов задаёт собственную временную динамику. Если класс тяготеет к воспроизводству, то мобильность, что тривиально, к изменениям, однако их темп задан сменой поколений — *intergenerational* (межпоколенческий), *son* (сын), *father* (отец); динамика дохода подчёркнута уже наличием этого слова среди его соседей. Анализ текстов показывает, что можно входить и выходить из бедности в зависимости от тех или иных событий или воздействий, либо же сама величина дохода может служить их предиктором: *assistance* (государственная помощь), *dissolution* (расторжение брака). Темп же изменений определяется периодичностью сбора панельных данных.

Изменение косинусных расстояний

Выше был представлен общий взгляд на положение интересующих нас слов в семантическом пространстве. Более строгим будет рассмотрение изменений во времени косинусного расстояния между конкретными словами, для чего мы воспользуемся созданными ранее рядами из 36 временных отметок. Во вводной части статьи был поставлен вопрос о связи класса с терминами, обозначающими кон-

²⁷ Марковский процесс предполагает, что для фиксированного набора состояний (например, классов) существуют постоянные во времени и одинаковые для всех членов популяции вероятности направленного перехода для каждой пары состояний. Можно показать, что для такого набора вероятностей переходов существует распределение членов популяции по состояниям (классам), которое будет без изменений воспроизводиться во времени (внутри или между поколениями). Применение цепей Маркова для расчёта равновесного социального профиля на основе таблиц мобильности получило распространение после пионерных работ середины 1950-х гг. Можно предполагать, что фактический профиль стремился к равновесному; помимо этого, равновесное распределение населения по классам. Ограничительность стоящих за моделью допущений вызвала, несмотря на ряд модификаций, охлаждение интереса к ней. Хотя моделирование мобильности на основе цепей Маркова находит применение в социальных науках, в нашей базе упоминания подхода исчезают с 1980-х гг.

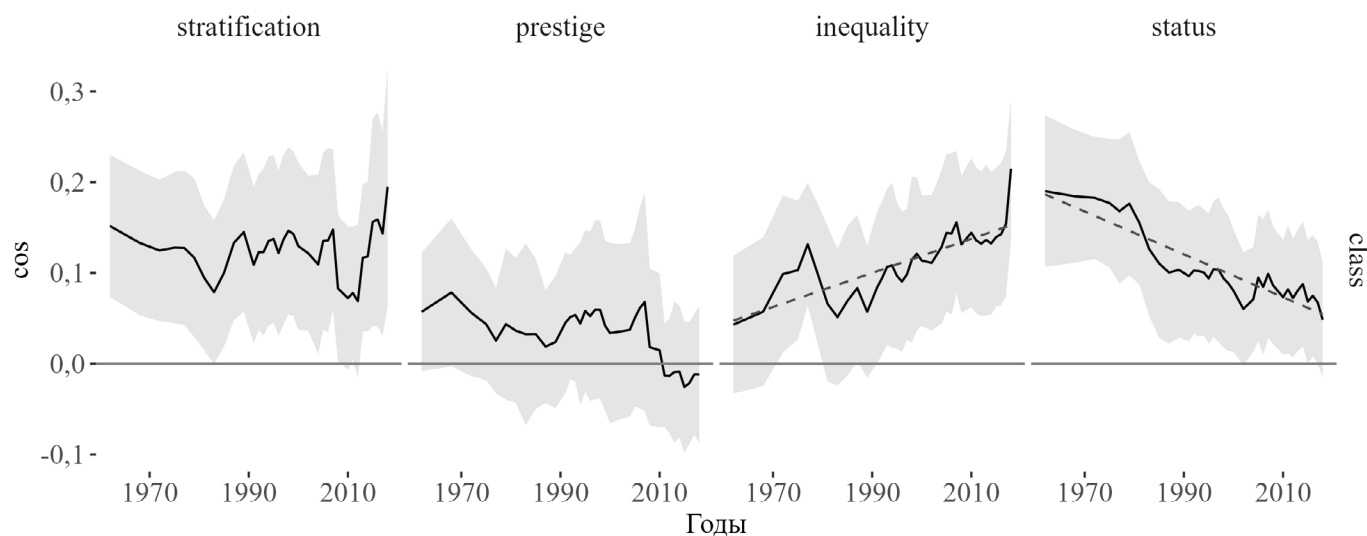
фликт. Конфликт здесь понимается максимально широко — как любое символическое, политическое, физическое явное или гипотетическое противостояние некоторых групп или категорий. К маркирующим конфликт отнесены следующие токены: *conflict* (конфликт), *interest* (интерес), *struggle* (борьба), *consciousness* (сознание), *cleavage* (раскол), *exploitation* (эксплуатация).



Примечание: Координаты по горизонтальной оси соответствуют средневзвешенному году публикации текстов, составляющих подкорпус. Сплошные линии — бутстрепная оценка величины для каждого из 36 диахронных подкорпусов, серая заливка — 95%-ный доверительный интервал этой величины. Пунктирная линия отмечает аппроксимацию тренда линейной регрессией, представлена только в случае значимо отличного от 0 наклона.

Рис. 5. Косинус угла между векторами токена «класс» и токенов, маркирующих конфликт в 36 диахронных подкорпусах, охватывающих 1930–2023 гг.

Для оценки изменения расстояния во времени использована линейная регрессия. Поскольку подкорпуса пересекаются, соответствующие им косинусные меры не являются независимыми случайными величинами, что противоречит базовому допущению регрессионной модели о независимости наблюдений, тем не менее можно показать, что даже в этом случае оценки коэффициентов остаются несмещёнными и консистентными [Harré, Brorsen 2009], стандартная ошибка нам доступна благодаря процедуре бутстрепа. На рисунке 5 представлена косинусная мера близости *class* и некоторых токенов, связанных с конфликтом. Во всех случаях, кроме одного, видны нисходящий тренд или отсутствие значимой связи в современных текстах. Единственное исключение — *cleavage* (раскол). Как свидетельствует анализ его семантической позиции, термин употребляется по отношению к электоральному противостоянию. Таким образом, тема конфликта, некогда существенная для концепта «класс», в настоящий момент свелась к различиям в электоральных предпочтениях. *Consciousness* (классовое сознание) также демонстрировало связь в прошлом с токенами *middle class* (средний класс) и *working class* (рабочий класс). Других сколько-нибудь стабильных значимых связей между словами рассматриваемого семантического поля и теми, что связаны с конфликтом, не выявлено.



Примечание: Координаты по горизонтальной оси соответствуют средневзвешенному году публикации текстов, составляющих подкорпус. Сплошные линии — бутстрепная оценка величины для каждого из 36 диахронных подкорпусов, серая заливка — 95%-ный доверительный интервал этой величины. Пунктирная линия отмечает аппроксимацию тренда линейной регрессией, представлена только в случае значимо отличного от 0 наклона.

Рис. 6. Косинус угла между вектором токена «класс» и других токенов семантического поля в 36 диахронных подкорпусах, охватывающих 1930–2023 гг.

Основываясь на проанализированной литературе, мы выдвинули предположение о том, что связь токена *class* (класс) с токенами *status* (статус) и *prestige* (престижем) должна ослабевать. Расчёты поддерживают это предположение в отношении «статуса» (см. рис. 6), связь «престижа» и «класса» оказывается незначимой на всем рассматриваемом интервале (см. также рис. 3). Только для наиболее ранних корпусов мы обнаруживаем значимое отличие косинуса от нуля на 95%-ном доверительном интервале. Примечательно также существование стабильной и значимой связи токенов *class* (класс) и *stratification* (стратификация). Как видно, несмотря на все усилия авторов классовых схем по разведению классового анализа и иерархического взгляда на общество, в этом они едва ли преуспели. Также значимо растёт близость «класса» к *inequality* (неравенству), хотя взгляд на класс как на механизм, порождающий неравенство в отношении чего-либо, соответствует большинству классовых подходов, сама тенденция может указывать на растущее внимание к вертикальным количественным различиям, а не к качественным.

Выше был поставлен вопрос о месте класса в контексте гендерных и расовых дискуссий. На графике (см. приложение 4, рис. П4.5) видно, что связь токенов *class* (класс) и *race* (раса) остаётся стабильной и значимой на протяжении всего периода, что неудивительно, учитывая интерес к пересечению классовых и расовых делений уже в работах Уорнера, поддерживаемый и позднейшими авторами²⁸ (см., например: [Сох 1959]). Косинусная близость токенов *class* (класс) и *sex* (пол) остаётся незначимой, тогда как связь *class* и *gender* (гендер) увеличивается. Это же верно для токенов *race* (раса) и *gender* (гендер) (см. приложение 4, рис. П4.5). Таким образом, термины «класс», «раса», «гендер» сближаются в семантическом пространстве. Исходя из этого можно было ожидать, что рост популярности последних двух будет содействовать росту популярности «класса», однако это, как уже было сказано, не происходит. Также нет оснований утверждать, что «гендер» и «раса» заменяют «класс» как источник конфликтов:

28 При этом связь токенов *class* (класс) и *caste* (каста) значимо снижается (показатель не представлен) вследствие того, что концептуализация расы как касты выходит из употребления в социологических текстах. Также значимо снижается связь *race* (раса) и *caste* (каста) (показатель не представлен); в современных корпусах связь «касты» с «классом» и «расой» незначима.

связь «гендера» и «расы» с обозначающими конфликт терминами остаётся стабильной и по большей части незначимой (показатель не представлен).

Выше была предпринята попытка выявить, как употребление слова «класс» связано с названиями численных методов. Однако не только новации в статистике, но и парадигмальные изменения могут определять использование концепта. В контексте культурного поворота можно ожидать появления и новых контекстов классового анализа. Так, с точки зрения бурдьезианской традиции²⁹, класс определяется в большей степени в сфере потребления, а не производства, связывается с определённым стилем жизни, операционализируемым через практики. Динамика построенных семантических пространств указывает на значимое сближение «класса» лишь с одним из перечисленных слов — с *practice* (практика); связь между токенами *class* (класс) и *lifestyle* (стиль жизни) оказалась значимой лишь для 2000-х гг. (см. приложение 4, рис. П4.6).

Наконец, попробуем ответить на вопрос, изменилось ли семантическое значение рассматриваемых слов или нет и, следовательно, могут ли эти изменения служить объяснением отмеченному выше падению частотности ряда слов. Анализ показывает (см. приложение 6), что, за исключением токена *socioeconomic_status* (социально-экономический статус), токены рассматриваемой семантической области, согласно большинству оценок, входят в 50% токенов, испытавших наименьшие семантические изменения между 1945–1980 гг. и 2005–2023 гг. Кроме того, было обнаружено, что только положительные изменения частотности токена являются индикатором семантических изменений, тогда как отрицательные не связаны с семантическими изменениями. Отметим, что относительная стабильность значения терминов не отменяет значимости представленных наблюдений. Кроме того, близость значения «класса» до 1980-х гг. и в современный период хорошо соотносится с предположением о его дрейфе от специфического понимания, которое стремились утвердить занимающиеся классовым анализом исследователи, к широкому использованию, близкому к обывательскому, каким, как предполагается, оно было до 1980-х гг.

Заключение

В данной работе предпринят анализ изменений концепта «класс» с помощью средств векторной семантики. Один из поставленных вопросов заключался в том, насколько усилия социологов, специализирующихся на классовом анализе и теории класса, направленные на формирование определённого понимания концепта «класс», влияют на использование этого слова социологами. Исходя из того, что многочисленные споры о существовании и характере классовой структуры являются в значительной степени спорами о дефинициях и стоящих за ними имплицитных допущениях о смысле слов, представляется актуальным разобраться в том, действительно ли эта специализированная дискуссия оказывает влияние на рутинное употребление (использование) концепта исследователями.

Анализ проведён на основе корпуса аннотаций статей ведущих англоязычных журналов. Из-за ограничений данных по объёму и временному охвату мы разделили историю дискуссий о классе на три периода: с рубежа 1930–1940-х по 1970-е гг.; 1980–1990-е гг.; современность. Второй период охватывает создание современных (все ещё наиболее современных) классовых схем, в первую очередь, Голдторпа и Райта и их производных. Эти работы, по нашему мнению, сформировали субдисциплину классового анализа, определив, как вообще может выглядеть классовая группировка. В большом числе публикаций эти и другие авторы транслировали собственное представление о том, чем является и не является класс. На этот же период пришлось дебаты о смерти класса, ставящие под сомнение созданную парадигму, но при этом возможные лишь в её рамках. Два других периода можно считать сравнительно

²⁹ Отметим, что П. Бурдьё вовсе не был первым, кто определил классовые различия как культурные (см., например: [Coleman 1966]).

стабильными; по крайней мере, такое впечатление создаётся при знакомстве со специализированной литературой. В работе мы сравниваем первый и последний периоды между собой в надежде выявить вклад центрального этапа, а также строим непрерывные ряды изменений отдельных показателей по всему охвату корпуса.

Часть наблюдений подтверждают соответствие трендов фактического использования термина и динамику консенсусной позиции профильных специалистов. Так, мы обнаруживаем расхождение терминов «класс» и «статус», соответствующее отказу от идущей от Уорнера (или Вебера) традиции. Другие тенденции (например, снижение роли марксистской лексики в определении класса) связаны с общеисторическими изменениями. На основе наших наблюдений была выдвинута гипотеза о том, что класс в настоящий момент теряет своё специфическое концептуальное содержание, его академическое употребление приближается к употреблению, принятому в неакадемических текстах. Если эта гипотеза верна, что может быть проверено в будущих исследованиях, то результат усилий, приложенных представителями классового анализа для выработки строгого и единообразного определения класса из расплывчатой метафоры, охватывающей множество объединённых лишь семейным сходством способов понимания, постепенно сходит на нет. Класс в этом случае из исследовательского инструмента медленно превращается лишь в ярлык для ряда проблемных областей.

Особое внимание было уделено рассмотрению связи класса и близких ему терминов с названиями процедур сбора и обработки данных. Мы исходили из предположения о том, что появление и распространение новых процедур оказывает влияние на использование концептов, поощряя одни его формы и препятствуя другим. Анализ показал, что значение термина «класс», в отличие от ряда других близких ему («доход» и «мобильность»), слабо связано с конкретными процедурами работы с данными. В то же время ряд методических допущений — использование данных представительных опросов, кодировка стандартных вопросов о работе респондента с помощью специальных классификаторов профессий, представление классов как таблиц таких кодов — стали столь общепринятыми, что не нуждаются в уточнении. Показательно, что слово «профессия» не входило до последнего момента в число ближайших 10 соседей класса в векторном семантическом пространстве (см. рис. 4).

Представляет интерес наблюдение, что каждый из терминов ряда «класс — мобильность — доход» имплицитно предполагает собственную временную динамику. «Класс» в определённой степени находится в статической вневременной перспективе, актуальными являются вопросы воспроизводства, воздействия классового происхождения и т. п. «Мобильность», что тривиально, сфокусирована на изменениях, причём слово «профессия» (более изменчивый показатель, чем «класс») ближе к ней, чем слово «класс». Тем не менее темп этих изменений относительно невелик, соответствует длительности карьеры человека или времени смены поколений, что связано и с инструментами анализа — логлинейными моделями и таблицами мобильности. «Доход», наоборот, сфокусирован на сравнительно быстрых изменениях, масштаб которых задаётся частотой волн в панельных данных.

Напрашивается вывод, что выбор концепта определяется не только онтологическими и теоретическими предпочтениями автора, но в не меньшей степени кругом рассматриваемых им проблем и используемых инструментов. Важно не только то, *как* смотреть, но и *куда*. По этой причине логически безупречный концепт, опирающийся на убедительную теорию, может уступить в конкурентной борьбе менее респектабельному концепту, который, однако, оказался «сподручнее» в исследовательской работе. Следовательно, производителям, то есть тем, кто занимается созданием или модификацией концептов, полезно иметь представление о том, какого рода спрос они могут удовлетворить своим продуктом.

Литература

- Атнашев Т., Велижев М. (ред.) 2018. *Кембриджская школа: теория и практика интеллектуальной истории*. М.: Новое литературное обозрение.
- Бикбов А. Т. 2014. *Грамматика порядка: историческая социология понятий, которые меняют нашу реальность*. М.: Изд. дом ВШЭ.
- Левинсон К., Ширле И. (сост.) 2014. *Словарь основных исторических понятий. Избранные статьи: В 2 т.* М.: Новое литературное обозрение (Серия «Historia Rossica»).
- Скиннер К. 2018. Значение и понимание в истории идей. В кн.: Атнашев Т., Велижев М. (ред.). *Кембриджская школа: теория и практика интеллектуальной истории*. М.: Новое литературное обозрение; 53–122.
- Сорокин П. А. 2005. *Социальная мобильность*. Перев. с англ. М.: Academia.
- Шкаратан О. И., Ястребов Г. А. 2012. Классы и слои в современной теории стратификации. В кн.: Шкаратан О. И. *Социология неравенства. Теория и реальность*. М.: Издательский дом ВШЭ; 167–204.
- Aida T., et al. 2021. A Comprehensive Analysis of PMI-based Models for Measuring Semantic Differences. In *Proceedings of the 35th Pacific Asia Conference on Language, Information and Computation*. Shanghai: Association for Computational Linguistics; 21–31.
- Allen M. P. 1990. The “Quality” of Journals in Sociology Reconsidered: Objective Measurers of Journal Influence. *Footnotes*. 18 (19): 4–5.
- Allen M. P. 2003. The “Core Influence” of Journals in Sociology Revisited. *Footnotes*. 31 (9): 7–10.
- Antoniak M., Mimno D. 2018. Evaluating the Stability of Embedding-Based Word Similarities. *Transactions of the Association for Computational Linguistics*. 6: 107–119.
- Bendix R., Lipset S. M. 1953. *Class, Status and Power: A Reader in Social Stratification*. Glencoe, IL: Free Press.
- Bendix R., Lipset S. M. 1966. *Class, Status, and Power*. New York: The Free Press.
- Blau P. M., Duncan O. D. 1967. *The American Occupational Structure*. New York: John Wiley and Sons.
- Bolla P. de et al. 2019. Distributional Concept Analysis: A Computational Model for History of Concepts. *Contributions to the History of Concepts*. 14 (1): 66–92.
- Bollen K. A., Glanville J. L., Stecklov G. 2001. Socioeconomic Status and Class in Studies of Fertility and Health in Developing Countries. *Annual Review of Sociology*. 27 (1): 153–185.
- Brunner V. O., Conze W., Koselleck R. (hrsg.) 1997. *Geschichtliche Grundbegriffe: Historisches Lexikon zur politisch-sozialen Sprache in Deutschland*. Bd. 6: St-Vert. Stuttgart: Klett-Cotta.
- Caínzos M., Voces C. 2010. Class Inequalities in Political Participation and the ‘Death of Class’ Debate. *International Sociology*. 25 (3): 383–418.

- Cantril H. 1943. Identification with Social and Economic Class. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*. 38 (1): 74–80.
- Centers R. 1949. *The Psychology of Social Classes: A Study of Class Consciousness*. Princeton: Princeton University Press.
- Chan T. W., Goldthorpe J. H. 2007. Class and Status: The Conceptual Distinction and Its Empirical Relevance. *American Sociological Review*. 72 (4): 512–532.
- Coleman J. A. 1966. A Paradigm for the Study of Social Strata. *Sociology and Social Research*. 50 (April): 338–350.
- Conze W. et al. (hrsg.) *Geschichtliche Grundbegriffe: Historisches Lexikon zur politisch-sozialen Sprache in Deutschland*. Bd. 6: St-Vert. Stuttgart: Klett-Cotta; 155–284.
- Cox O. C. 1945. Estates, Social Classes, and Political Classes. *American Sociological Review*. 10 (4): 464–469.
- Cox O. C. 1959. *Caste, Class, and Race: A Study in Social Dynamics*. New York: Monthly Review Press.
- Dahrendorf R. 1959. *Class and Class Conflict in Industrial Society*. Stanford: Stanford University Press.
- Dubossarsky H., et al. 2019. Time-Out: Temporal Referencing for Robust Modeling of Lexical Semantic Change. In *Proceedings of the 57th Annual Meeting of the Association for Computational Linguistics*. Florence: Association for Computational Linguistics; 457–470.
- Duncan O. D. 1961. A Socioeconomic Index for All Occupations. In: Reiss A. J. (ed.). *Occupations and Social Status*. New York: Free Press; 109–138.
- Duncan O. D. 1966. Path Analysis: Sociological Examples. *American Journal of Sociology*. 72 (1): 1–16.
- Duncan O. D., Hodge R. W. 1963. Education and Occupational Mobility a Regression Analysis. *American Journal of Sociology*. 68 (6): 629–644.
- Fararo T. J. 1978. *Mathematical Sociology: An Introduction to Fundamentals*. Huntington, NY: R. E. Krieger.
- Feltgen Q., Fagard B., Nadal J. P. 2017. Frequency Patterns of Semantic Change: Corpus-Based Evidence of A Near-Critical Dynamics in Language Change. *Royal Society Open Science*. 4: art. 170830.
- Ganzeboom H. B., De Graaf P. M., Treiman D. J. 1992. A Standard International Socio-Economic Index of Occupational Status. *Social Science Research*. 21 (1): 1–56.
- Gavin M. et al. 2019. Spaces of Meaning: Conceptual History, Vector Semantics, and Close Reading. In: Gold M. K., Klein L. F. (eds). *Debates in the Digital Humanities 2019*. Minneapolis, Minn: University of Minnesota Press; 243–267.
- Giddens A. 1973. *The Class Structure of the Advanced Societies*. London: Hutchinson University Library.
- Goldthorpe J. H. 1983. Women and Class Analysis: In Defence of the Conventional View. *Sociology*. 17 (4): 465–488.

- Goldthorpe J. H. 2002. Occupational Sociology, Yes: Class Analysis, No: Comment on Grusky and Weeden's Research Agenda. *Acta Sociologica*. 45 (3): 211–217.
- Goldthorpe J. H. 2007. *On Sociology*. Vol. 2. Stanford: Stanford University Press.
- Goldthorpe J. H. 2019. Sociology and Statistics in Britain: The Strange History of Social Mobility Research and Its Latter-Day Consequences. In: Panayotova P. (ed.). *The History of Sociology in Britain: New Research and Reevaluation*. London: Palgrave Macmillan; 339–387.
- Goldthorpe J. H. et al. 1967. The Affluent Worker and the Thesis of Embourgeoisement: Some Preliminary Research Findings. *Sociology*. 1 (1): 11–31.
- Goldthorpe J. H., Hope K. 1974. *The Social Grading of Occupations: A New Approach and Scale*. Oxford: Clarendon Press.
- Goldthorpe J. H., Llewellyn C., Payne C. 1980. *Social Mobility and Class Structure in Modern Britain*. New York: Oxford University Press.
- Goldthorpe J. H., Marshall G. 1992. The Promising Future of Class Analysis: A Response to Recent Critiques. *Sociology*. 26 (3): 381–400.
- Gonen H., et al. 2020. Simple, Interpretable and Stable Method for Detecting Words with Usage Change Across Corpora. In *Proceedings of the 58th Annual Meeting of the Association for Computational Linguistics, Online, July*. Association for Computational Linguistics; 538–555.
- Gordon M. M. 1954. Social Class and American Intellectuals. *Bulletin of the American Association of University Professors (1915–1955)*. 40 (4): 517–528.
- Gross L. 1949. The Use of Class Concepts in Sociological Research. *American Journal of Sociology*. 54 (5): 409–421.
- Grusky D. 2011. Theories of Stratification and Inequality. In: Ritzer G., Ryan J. M. (eds). *The Concise Encyclopedia of Sociology*. Hoboken, NJ: Wiley-Blackwell; 622–624.
- Grusky D., Sørensen J. 1998. Can Class Analysis Be Salvaged? *American Journal of Sociology*. 103 (5): 1187–1234.
- Grusky D., Weeden K. 2001. Decomposition without Death: A Research Agenda for a New Class Analysis. *Acta Sociologica*. 44 (3): 203–218.
- Hamilton W. L., Leskovec J., Jurafsky D. 2016a. Cultural Shift or Linguistic Drift? Comparing Two Computational Measures of Semantic Change. In: *Proceedings of the 2016 Conference on Empirical Methods in Natural Language Processing*. Austin, TX: Association for Computational Linguistics; 2116–2121.
- Hamilton W. L., Leskovec J., Jurafsky D. 2016b. Diachronic Word Embeddings Reveal Statistical Laws of Semantic Change. In: *Proceedings of the 54th Annual Meeting of the Association for Computational Linguistics. Vol. 1: Long Papers*. Berlin: Association for Computational Linguistics; 1489–1501.

- Harri A., Brorsen B. W. 2009. The Overlapping Data Problem. *Quantitative and Qualitative Analysis in Social Sciences*. 3 (3): 78–115.
- Hatt P. K. 1950. Occupation and Social Stratification. *American Journal of Sociology*. 55 (6): 533–543.
- Hollingshead A. B. 1975. *Four-Factor Index of Social Status*. New Haven, CT: Yale University.
- Hollingshead A. B., Redlich F. C. 1958. *Social Class and Mental Illness: Community Study*. New York, NY: John Wiley.
- Karjus A., et al. 2020. Quantifying the Dynamics of Topical Fluctuations in Language. *Language Dynamics and Change*. 10 (1): 86–125.
- Kozlowski A. C., Taddy M., Evans J. A. 2019. The Geometry of Culture: Analyzing the Meanings of Class through Word Embeddings. *American Sociological Review*. 84 (5): 905–949.
- Kulkarni V. et al. 2015, May. Statistically Significant Detection of Linguistic Change. In: *Proceedings of the 24th International Conference on World Wide Web (WWW '15)*. International World Wide Web Conferences Steering Committee, Republic and Canton of Geneva, CHE; 625–635.
- Lasswell T. 1969. Social Class and Social Stratification: Preface. *Sociology and Social Research 1966-04*. 50 (3): 277–370.
- Lenci A. 2018. Distributional Models of Word Meaning. *Annual Review of Linguistics*. 4: 151–171.
- Lenski G. E. 1952. American Social Classes: Statistical Strata or Social Groups. *American Journal of Sociology*. 58 (2): 139–144.
- Levy O., Goldberg Y., Dagan I. 2015. Improving Distributional Similarity with Lessons Learned from Word Embeddings. *Transactions of the association for computational linguistics*. 3: 211–225.
- London J. A. 2016. Re-Imagining the Cambridge School in the Age of Digital Humanities. *Annual Review of Political Science*. 19: 351–373.
- Long K., Renbarger R. 2023. Persistence of Poverty: How Measures of Socioeconomic Status have Changed over Time. *Educational Researcher*. 52 (3): 144–154.
- Lynd R. S., Lynd H. M. 1929. *Middletown: A Study in American Culture*. New York: Harcourt, Brace & Company.
- MacIver R. M. 1931. *Society: Its Structure and Changes*. New York: Ray Long and Richard R. Smith, Inc.
- Michel J.-B. et al. 2010. Quantitative Analysis of Culture Using Millions of Digitized Books. *Science*. 331 (6014): 176–182.
- Morris R. T., Jeffries V. 1970. Class Conflict: Forget It! *Sociology and Social Research*. 54 (3): 306–320.
- Nisbet R. A. 1959. The Decline and Fall of Social Class. *Pacific Sociological Review*. 2 (1): 11–17.

- North C. C., Hatt P. K. 1947. Jobs and Occupation: A Popular Evaluation. *Opinion News*. 9: 3–13.
- Ossowski S. 1963. *Class Structure in the Social Consciousness*. New York: The Free Press of Glencoe.
- Otto L. B. 1975. Class and Status in Family Research. *Journal of Marriage and the Family*. 37 (2): 315–332.
- Page C. H. 1940. *Class and American Sociology from Ward to Ross*. New York: The Dial Press.
- Page C. H. 1982. *Fifty Years in the Sociological Enterprise: A Lucky Journey*. Amherst: University of Massachusetts Press.
- Pakulski J., Waters M. 1996. *The Death of Class*. London: Sage Publications.
- Pfautz H. W. 1953. The Current Literature on Social Stratification: Critique and Bibliography. *American Journal of Sociology*. 58 (4): 391–418.
- Pita M., Nunes M., Pappa G. L. 2022. Probabilistic Topic Modeling for Short Text Based on Word Embedding Networks. *Applied Intelligence*. 52 (15): 17829–17844.
- Recent Literature. 1923. *American Journal of Sociology*. 29 (3): 373–400.
- Reissman L. 1959. *Class in American Society*. New York: The Free Press.
- Richter M. 1995. *The History of Political and Social Concepts: A Critical Introduction*. Oxford: Oxford University Press.
- Roach J. L., Gross L., Gursslin O. R. 1969. *Social Stratification in the United States*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Rodman E. 2020. A Timely Intervention: Tracking the Changing Meanings of Political Concepts with Word Vectors. *Political Analysis*. 28 (1): 87–111.
- Sartori G. 1984. *Social Science Concepts: A Systematic Analysis*. Beverley Hills, CA: Sage.
- Smith M. C. 1984. From Middletown to Middletown III: A Critical Review. *Qualitative Sociology*. 7 (4): 327–336.
- Sorokin P. A. 1927. *Social Mobility*. New York.; London: Harper & Brothers.
- Therborn G. 2002. Class Perspectives: Shrink or Widen? *Acta Sociologica*. 45 (3): 221–225.
- Toubøl J., Larsen A. G. 2017. Mapping the Social Class Structure: From Occupational Mobility to Social Class Categories Using Network Analysis. *Sociology*. 51 (6): 1257–1276.
- Warner W. L., Meeker M., Eells K. 1949. *Social Class in America; A Manual of Procedure for the Measurement of Social Status*. Chicago: Science Research Associates.
- Waugh L. R. 1982. Marked and Unmarked: A Choice between Unequals in Semiotic Structure. *Semiotica*. 38 (3–4): 299–318.

- Webber W., Moffat A., Zobel J. 2010. A Similarity Measure for Indefinite Rankings. *ACM Transactions on Information Systems*. 28 (4): 1–38.
- Wevers M., Koolen M. 2020. Digital Begriffsgeschichte: Tracing Semantic Change Using Word Embeddings. *Historical Methods: A Journal of Quantitative and Interdisciplinary History*. 53 (4): 226–243.
- Wright E. O. 1979. *Class Structure and Income Determination*. New York: Academic Press.
- Wright E. O. 1997. *Class Counts: Comparative Studies in Class Analysis*. New York: Cambridge University Press.
- Wright E. O. 2006. Falling into Marxism, Choosing to Stay. In: Sica A., Turner S. (eds) *The Disobedient Generation: social theorists in the 1960s*. Chicago: University Chicago Press; 325–349.
- Wright E. O. 2015. *Understanding Class*. London: Verso.

NEW TEXTS

Sergey Korotaev

Historical Semantics of the Class Concept in Academic Literature: The Experience of Quantitative Analysis

KOROTAEV, Sergey A. —

Research Fellow, Laboratory for Comparative Analysis of Development in Post-Socialist Countries, HSE University. Address: 20 Myasnitskaya str., 101000, Moscow, Russian Federation.

Email: skorotaev@hse.ru

Abstract

The paper is devoted to the quantitative analysis of semantic changes in the meaning of a concept of “class” in the sociological texts from the second third of the twentieth century to the present. The relevance of the study is conditioned by the lack of clarity and multiple meanings of the concept in question. This ambiguity has led to numerous fruitless discussions about definitions, exemplified by the famous debate on the “death of class”. In contrast to existing works on the history of “class” concept based on close engagement with a limited number of specialized sources, the focus of this

paper is to explicate the term's common usage across a wide range of topics in sociological publications. The analysis is based on a corpus of abstracts from the leading sociological journals using quantitative methods. A key question is to what extent the well-known discussions of experts on class analysis have influenced the widespread use of the concept by sociologists. A number of additional questions aimed at identifying the factors determining the dynamics of the term's use were also considered: to what extent the word “class” has retained the conflict connotations derived from Marxism; and whether there is a connection between this concept and terminology denoting statistical methods. Proceeding from the fact that the concept can be expressed by different words in different periods of time in different texts, we examined the semantic field which included, in addition to “class”, a number of related terms such as “stratification” and “mobility”. According to the analysis, most of the examined terms have remained relatively stable in their semantics. Nevertheless, a few changes of the class definition, known from the core literature, have affected its practical usage. However, as one can assume, the general “disciplining” effect of numerous publications by major authors is fading, which allows us to formulate the hypothesis that “class” is losing its conceptual content, turning into a metaphor, and its use in sociological texts is getting closer to non-academic.

Keywords: class; stratification; mobility; history of concepts; vector semantics; distributive semantics.

Acknowledgements

The research was supported by the Russian Science Foundation (project No. 22-28-20426 “Classification of occupational groups based on the similarity of career trajectories”).

References

Aida T., Komachi M., Ogiso T., Takamura H., Mochihashi D. (2021) A Comprehensive Analysis of PMI-Based Models for Measuring Semantic Differences. *Proceedings of the 35th Pacific Asia Conference on Language, Information and Computation, Shanghai: Association for Computational Linguistics*, pp. 21–31.

- Allen M. P. (1990) The “Quality” of Journals in Sociology Reconsidered: Objective Measurers of Journal Influence. *Footnotes*, vol. 18, no 19, pp. 4–5.
- Allen M. P. (2003) The “Core Influence” of Journals in Sociology Revisited. *Footnotes*, vol. 31, no 9, pp. 7–10.
- Antoniak M., Mimno D. (2018) Evaluating the stability of embedding-based word similarities. *Transactions of the Association for Computational Linguistics*, vol. 6, pp. 107–119.
- Atnashev T., Velizhev M. (eds) (2018) *Kembridzhskaya shkola: teoriya i praktika intellektual'noy istorii* [Cambridge School: Theory and Practice of Intellectual History], Moscow: Novoe Literaturnoe Obozrenie (in Russian).
- Bendix R., Lipset S. M. (1966) *Class, Status, and Power*, New York: The Free Press.
- Bikbov A. T. (2014) *Grammatika poryadka: Istoricheskaya sotsiologiya ponyatiy, kotorye menyayut nashu real'nost'* [The Grammar of Order: Historical Sociology of Terms that Change Our Reality], Moscow: HSE Publishing House (in Russian).
- Blau P. M., Duncan O. D. (1967) *The American Occupational Structure*, New York: John Wiley and Sons.
- Bolla P. de, Jones E., Nulty P., Recchia G., Regan J. (2019) Distributional Concept Analysis: A Computational Model for History of Concepts. *Contributions to the History of Concepts*, vol. 14, no 1, pp. 66–92.
- Bollen K. A., Glanville J. L., Stecklov G. (2001) Socioeconomic Status and Class in Studies of Fertility and Health in Developing Countries. *Annual Review of Sociology*, vol. 27, no 1, pp. 153–185.
- Brunner V. O., Conze W., Koselleck R. (hrsg.) (1997) *Geschichtliche Grundbegriffe: Historisches Lexikon zur politisch-sozialen Sprache in Deutschland*. Bd. 6: St-Vert, Stuttgart: Klett-Cotta (in German).
- Caínzos M., Voces C. (2010) Class Inequalities in Political Participation and the ‘Death of Class’ Debate. *International Sociology*, vol. 25, no 3, pp. 383–418.
- Cantril H. (1943) Identification with Social and Economic Class. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, vol. 38, no 1, pp. 74–80.
- Centers R. (1949) *The Psychology of Social Classes: A Study of Class Consciousness*, Princeton: Princeton University Press.
- Chan T. W., Goldthorpe J. H. (2007) Class and Status: The Conceptual Distinction and Its Empirical Relevance. *American Sociological Review*, vol. 72, no 4, pp. 512–532.
- Coleman J. A. (1966) A Paradigm for the Study of Social Strata. *Sociology and Social Research*, vol. 50, April, pp. 338–350.
- Conze W., Oezle O. G., Walther R. (1997) Stand, Klasse. *Geschichtliche Grundbegriffe: Historisches Lexikon zur politisch-sozialen Sprache in Deutschland*. Bd.6: St-Vert (hrsg. V. O. Brunner, W. Conze, R. Koselleck), Stuttgart: Klett-Cotta, S. 155–284 (in German).
- Cox O. C. (1945) Estates, Social Classes, and Political Classes. *American Sociological Review*, vol. 10, no 4, pp. 464–469.

- Cox O. C. (1959) *Caste, Class, and Race: A Study in Social Dynamics*, New York: Monthly Review Press.
- Dahrendorf R. (1959) *Class and Class Conflict in Industrial Society*, Stanford: Stanford University Press.
- Dubossarsky H., Hengchen S., Tahmasebi N., Schlechtweg D. (2019) Time-out: Temporal Referencing for Robust Modeling of Lexical Semantic Change. *Proceedings of the 57th Annual Meeting of the Association for Computational Linguistics*, Florence: Association for Computational Linguistics, pp. 457–470.
- Duncan O. D. (1961) A Socioeconomic Index for All Occupations. *Occupations and Social Status* (ed. A. J. Reiss), New York: Free Press, pp. 109–138.
- Duncan O. D. (1966) Path Analysis: Sociological Examples. *American Journal of Sociology*, vol. 72, no 1, pp. 1–16.
- Duncan O. D., Hodge R. W. (1963) Education and Occupational Mobility a Regression Analysis. *American Journal of Sociology*, vol. 68, no 6, pp. 629–644.
- Fararo T. J. (1978) *Mathematical Sociology: An Introduction to Fundamentals*, Huntington, NY: R. E. Krieger.
- Feltgen Q., Fagard B., Nadal J. P. (2017) Frequency Patterns of Semantic Change: Corpus-Based Evidence of a Near-Critical Dynamics in Language Change. *Royal Society Open Science*, no 4, art. 170830.
- Ganzeboom H. B., De Graaf P. M., Treiman D. J. (1992) A Standard International Socio-Economic Index of Occupational Status. *Social Science Research*, vol. 21, no 1, pp. 1–56.
- Gavin M., Jennings C., Kersey I., Pasanek B. (2019) Spaces of Meaning: Conceptual History, Vector Semantics, and Close Reading. *Debates in the Digital Humanities 2019* (eds. M. K. Gold, L. F. Klein), Minneapolis, Minn: University of Minnesota Press, pp. 243–267.
- Giddens A. (1973) *The Class Structure of the Advanced Societies*, London: Hutchinson University Library.
- Goldthorpe J. H. (1983) Women and Class Analysis: In Defence of the Conventional View. *Sociology*, vol. 17, no 4, pp. 465–488.
- Goldthorpe J. H. (2002) Occupational Sociology, Yes: Class Analysis, No. Comment on Grusky and Weeden's Research Agenda. *Acta Sociologica*, vol. 45, no 3, pp. 211–217.
- Goldthorpe J. H. (2007) *On Sociology*, vol. 2, Stanford: Stanford University Press.
- Goldthorpe J. H. (2019) Sociology and Statistics in Britain: The Strange History of Social Mobility Research and Its Latter-Day Consequences. *The History of Sociology in Britain: New Research and Reevaluation* (ed. P. Panayotova), London: Palgrave Macmillan, pp. 339–387.
- Goldthorpe J. H., Lockwood D., Bechhofer F., Platt J. (1967) The Affluent Worker and the Thesis of Embourgeoisement: Some Preliminary Research Findings. *Sociology*, vol. 1, no 1, pp. 11–31.
- Goldthorpe J. H., Hope K. (1974) *The Social Grading of Occupations: A New Approach and Scale*, Oxford: Clarendon Press.

- Goldthorpe J. H., Llewellyn C., Payne C. (1980) *Social Mobility and Class Structure in Modern Britain*, New York: Oxford University Press.
- Goldthorpe J. H., Marshall G. (1992) The Promising Future of Class Analysis: A Response to Recent Critiques. *Sociology*, vol. 26, no 3, pp. 381–400.
- Gonen H., Jawahar G., Seddah D., Goldberg Y. (2020) Simple, Interpretable and Stable Method for Detecting Words with Usage Change Across Corpora. In *Proceedings of the 58th Annual Meeting of the Association for Computational Linguistics, Online, July*. Association for Computational Linguistics, pp. 538–555.
- Gordon M. M. (1954) Social Class and American Intellectuals. *Bulletin of the American Association of University Professors (1915–1955)*, vol. 40, no 4, pp. 517–528.
- Gross L. (1949) The Use of Class Concepts in Sociological Research. *American Journal of Sociology*, vol. 54, no 5, pp. 409–421.
- Grusky D. (2011) Theories of Stratification and Inequality. *The Concise Encyclopedia of Sociology* (eds. G. Ritzer, J. M. Ryan), Hoboken, NJ: Wiley-Blackwell, pp. 622–624.
- Grusky D., Sørensen J. (1998) Can Class Analysis Be Salvaged? *American Journal of Sociology*, vol. 103, no 5, pp. 1187–1234.
- Grusky D., Weeden K. (2001) Decomposition without Death: A Research Agenda for a New Class Analysis. *Acta Sociologica*, vol. 44, no 3, pp. 203–218.
- Hamilton W. L., Leskovec J., Jurafsky D. (2016a) Cultural Shift or Linguistic Drift? Comparing Two Computational Measures of Semantic Change. *Proceedings of the 2016 Conference on Empirical Methods in Natural Language Processing*, Austin, Texas: Association for Computational Linguistics, pp. 2116–2121.
- Hamilton W. L., Leskovec J., Jurafsky D. (2016b) Diachronic Word Embeddings Reveal Statistical Laws of Semantic Change. *Proceedings of the 54th Annual Meeting of the Association for Computational Linguistics*, vol. 1: Long Papers, Berlin: Association for Computational Linguistics, pp. 1489–1501.
- Harri A., Brorsen B. W. (2009) The Overlapping Data Problem. *Quantitative and Qualitative Analysis in Social Sciences*, vol. 3, no 3, pp. 78–115.
- Hatt P. K. (1950) Occupation and Social Stratification. *American Journal of Sociology*, vol. 55, no 6, pp. 533–543.
- Hollingshead A. B. (1975) *Four-Factor Index of Social Status*, New Haven, CT: Yale University.
- Hollingshead A. B., Redlich F. C. (1958) *Social Class and Mental Illness: Community Study*, New York, NY: John Wiley.
- Karjus A., Blythe R. A., Kirby S., Smith K. (2020) Quantifying the Dynamics of Topical Fluctuations in Language. *Language Dynamics and Change*, vol. 10, no 1, pp. 86–125.
- Kozłowski A. C., Taddy M., Evans J. A. (2019) The Geometry of Culture: Analyzing the Meanings of Class through Word Embeddings. *American Sociological Review*, vol. 84, no 5, pp. 905–949.

- Kulkarni V., Al-Rfou R., Perozzi B., Skiena S. (2015, May) Statistically Significant Detection of Linguistic Change. *Proceedings of the 24th International Conference on World Wide Web (WWW '15)*. International World Wide Web Conferences Steering Committee, Republic and Canton of Geneva, CHE, pp. 625–635.
- Lasswell T. (1969) Social Class and Social Stratification: Preface. *Sociology and Social Research 1966-04*, vol. 50, no 3, pp 277–370.
- Lenci A. (2018) Distributional Models of Word Meaning. *Annual Review of Linguistics*, vol. 4, pp. 151–171.
- Lenski G. E. (1952) American Social Classes: Statistical Strata or Social Groups. *American Journal of Sociology*, vol. 58, no 2, pp. 139–144.
- Levy O., Goldberg Y., Dagan I. (2015) Improving Distributional Similarity with Lessons Learned from Word Embeddings. *Transactions of the association for computational linguistics*, vol. 3, pp. 211–225.
- Levinson K., Shirle I. (comps.) (2014) *Slovar' osnovnykh istoricheskikh ponyatiy: Izbrannye stat'i* [Vocabulary of Main Historical Concepts: The Selected Articles], Moscow: Novoe literaturnoe obozrenie (Historia Rossica Series) (in Russian).
- London J. A. (2016) Re-Imagining the Cambridge School in the Age of Digital Humanities. *Annual Review of Political Science*, vol. 19, pp. 351–373.
- Long K., Renbarger R. (2023) Persistence of Poverty: How Measures of Socioeconomic Status have Changed over time. *Educational Researcher*, vol. 52, no 3, pp. 144–154.
- Lynd R. S., Lynd H. M. (1929) *Middletown: A Study in American Culture*, New York: Harcourt, Brace & Company.
- MacIver R. M. (1931) *Society: Its Structure and Changes*, New York: Ray Long and Richard R. Smith, Inc.
- Michel J.-B., Shen Y. K., Aiden A. P., Veres A., Gray M. K., Pickett J. P., Hoiberg D., Clancy D., Norvig P., Orwant J., Pinker S., Nowak M. A., Aiden E. L. (2010) Quantitative Analysis of Culture Using Millions of Digitized Books. *Science*, vol. 331, no 6014, pp. 176–182.
- Morris R. T., Jeffries V. (1970) Class Conflict: Forget It! *Sociology and Social Research*, vol. 54, no 3, pp. 306–320.
- Nisbet R. A. (1959) The Decline and Fall of Social Class. *Pacific Sociological Review*, vol. 2, no 1, pp. 11–17.
- North C. C., Hatt P. K. (1947) Jobs and Occupation: A Popular Evaluation. *Opinion News*, no 9, pp. 3–13.
- Ossowski S. (1963) *Class Structure in the Social Consciousness*, New York: The Free Press of Glencoe.
- Otto L. B. (1975) Class and Status in Family Research. *Journal of Marriage and the Family*, vol. 37, no 2, pp. 315–332.
- Page C. H. (1940) *Class and American Sociology from Ward to Ross*, New York: The Dial Press.
- Page C. H. (1982) *Fifty Years in the Sociological Enterprise: A Lucky Journey*, Amherst: University of Massachusetts Press.

- Pakulski J., Waters M. (1996) *The Death of Class*, London: Sage Publications.
- Pfautz H. W. (1953) The Current Literature on Social Stratification: Critique and Bibliography. *American Journal of Sociology*, vol. 58, no 4, pp. 391–418.
- Pita M., Nunes M., Pappa G. L. (2022) Probabilistic Topic Modeling for Short Text Based on Word Embedding Networks. *Applied Intelligence*, vol. 52, no 15, pp. 17829–17844.
- Recent Literature. (1923) *American Journal of Sociology*, vol. 29, no 3, pp. 373–400.
- Reissman L. (1959) *Class in American Society*, New York: The Free Press.
- Richter M. (1995) *The History of Political and Social Concepts: A Critical Introduction*, Oxford: Oxford University Press.
- Roach J. L., Gross L., Gursslin O. R. (1969) *Social Stratification in the United States*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Rodman E. (2020) A Timely Intervention: Tracking the Changing Meanings of Political Concepts with Word Vectors. *Political Analysis*, vol. 28, no 1, pp. 87–111.
- Sartori G. (1984) *Social Science Concepts: A Systematic Analysis*, Beverley Hills, CA: Sage.
- Shkaratan O. I., Yastrebov G. A. (2012) Klassy i sloi v sovremennoy teorii stratifikatsii [Classes and Stratas in the Modern Theory of Stratification]. *Sociologiya neravenstva. Teoriya i real'nost'* [Sociology of Inequality. Theory and Reality], O. I. Shkaratan, Moscow: HSE Publishing House, pp. 167–204 (in Russian).
- Skinner Q. (2018) Znachenie i ponimanie v istorii ide [The Meaning and Understanding in History of Ideas]. *Kembridzhskaya shkola: teoriya i praktika intellektual'noy istorii* [Cambridge School: Theory and Practice of Intellectual History] (eds. T. Atnashev, M. Velizhev), Moscow: Novoe Literaturnoe Obozrenie, pp. 53–122 (in Russian).
- Smith M. C. (1984) From Middletown to Middletown III: A Critical Review. *Qualitative Sociology*, vol. 7, no 4, pp. 327–336.
- Sorokin P. A. (1927) *Social Mobility*, New York; London: Harper & Brothers.
- Sorokin P. A. (2005) *Sotsial'naya mobilnost* [Social Mobility], Moscow: Academia (in Russian).
- Therborn G. (2002). Class Perspectives: Shrink or Widen? *Acta Sociologica*, vol. 45, no 3, pp. 221–225.
- Toubøl J., Larsen A. G. (2017) Mapping the Social Class Structure: From Occupational Mobility to Social Class Categories Using Network Analysis. *Sociology*, vol. 51, no 6, pp. 1257–1276.
- Warner W. L., Meeker M., Eells K. (1949) *Social Class in America; A Manual of Procedure for the Measurement of Social Status*, Chicago: Science Research Associates.
- Waugh L. R. (1982) Marked and Unmarked: A Choice between Unequals in Semiotic Structure. *Semiotica*, vol. 38, no 3–4, pp. 299–318.

Webber W., Moffat A., Zobel J. (2010) A Similarity Measure for Indefinite Rankings. *ACM Transactions on Information Systems*, vol. 28, no 4, pp. 1–38.

Wevers M., Koolen M. (2020) Digital Begriffsgeschichte: Tracing Semantic Change Using Word Embeddings. *Historical Methods: A Journal of Quantitative and Interdisciplinary History*, vol. 3, no 4, pp. 226–243.

Wright E. O. (1979) *Class Structure and Income Determination*, New York: Academic Press.

Wright E. O. (1997) *Class Counts: Comparative Studies in Class Analysis*, New York: Cambridge University Press.

Wright E. O. (2006) Falling into Marxism, Choosing to Stay. *The Disobedient Generation: social theorists in the 1960s* (eds. A. Sica, S. Turner), Chicago: University Chicago Press, pp. 325–349.

Wright E. O. (2015) *Understanding Class*, London: Verso.

Received: October 4, 2023

Citation: Korotaev S. (2024) Istoricheskaya semantika kontsepta «klass» v akademicheskoy literature: opyt kolichestvennogo analiza [Historical Semantics of the Class Concept in Academic Literature: The Experience of Quantitative Analysis]. *Journal of Economic Sociology = Ekonomicheskaya sostiologiya*, vol. 25, no 3, pp. 13–50. doi: [10.17323/1726-3247-2024-3-13-50](https://doi.org/10.17323/1726-3247-2024-3-13-50) (in Russian).

О. Е. Кузина, Д. В. Моисеева

Есть ли взаимосвязь между сберегательным поведением населения, доверием к финансовым институтам и установками на сбережение в современной России?¹



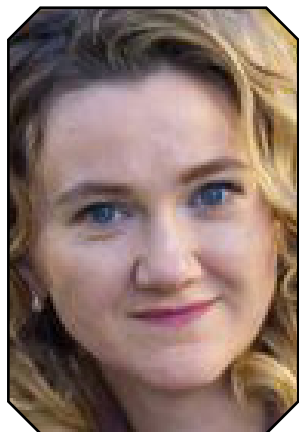
КУЗИНА Ольга Евгеньевна — кандидат экономических наук, PhD, профессор, старший научный сотрудник Лаборатории экономико-социологических исследований (ЛЭСИ) НИУ ВШЭ. Адрес: 101000, Россия, г. Москва, ул. Мясницкая, д. 11.

Email: kuzina@hse.ru

Статья посвящена исследованию сбережений россиян как одному из показателей финансовой (не)устойчивости домохозяйств. Основная цель исследования — выявление взаимосвязи между доверием населения финансовым институтам, сберегательным поведением россиян и их установками на сбережение. Изучение финансовой (не)устойчивости важно для разработки мер экономической и социальной политики, особенно в отношении тех условий, на которые государство способно повлиять. Новизна исследования заключается в обращении к российским данным и включении доверия институтам и сберегательных установок в число ковариат наличия сбережений у домохозяйств. Эмпирическая база исследования — данные всероссийских опросов населения 2009–2023 гг. Финансовая устойчивость большей части россиян в силу того, что лишь около трети населения имеет сбережения и их размер невелик, находится на низком уровне. Опросы также показывают высокий уровень недоверия большинству социально-политических и финансовых институтов. На основе метода главных компонент выделены два латентных фактора доверия. Первая компонента связана с доверием социально-политическим институтам, Сберу и Банку России, Агентству по страхованию вкладов (АСВ) и банкам с государственным участием; вторая включала доверие всем негосударственным финансовым институтам. С помощью регрессионного анализа установлено, что и сберегательные установки, и обе компоненты доверия положительно связаны с наличием сбережений. Ассоциативный анализ показал, что при наличии установки на сбережения наиболее часто встречающимися неслучайными сочетаниями ответов являются отсутствие сбережений, недоверие банкам (за исключением Сбера) и АСВ. Таким образом, недоверие социально-политическим и финансовым институтам выступает препятствием для роста сбережений населения и повышения финансовой устойчивости домохозяйств.

Ключевые слова: финансовая неустойчивость домохозяйств; сбережения населения; сберегательное поведение населения; сберегательные установки; доверие финансовым институтам; финансовое поведение населения.

¹ В данной научной работе использованы результаты проекта «Социально-экономические стратегии населения по совладанию с кризисом», выполненного в рамках Программы фундаментальных исследований НИУ ВШЭ в 2023 г.



МОИСЕЕВА Дарья Викторовна — кандидат социологических наук, старший научный сотрудник Лаборатории экономико-социологических исследований (ЛЭСИ) НИУ ВШЭ. Адрес: 101000, Россия, г. Москва, ул. Мясницкая, д. 11.

Email: dmoiseeva@hse.ru

Введение

Сбережения населения после кризиса 2007–2008 гг. в академической литературе стали рассматриваться в контексте финансовой (не)устойчивости домохозяйств (*financial fragility; financial resilience*). Домохозяйства, у которых в 2007–2008 гг. произошёл дефолт по кредитным обязательствам вследствие их перекредитованности, были названы финансово неустойчивыми [Jappelli, Pagano, Maggio 2008]. В дальнейшем данное понятие было расширено и к таким домохозяйствам стали относить те, у которых в ситуации экономического шока произошло существенное падение уровня материального благополучия. Под экономическим шоком понималось как резкое снижение доходов домохозяйства, так и возникновение у него необходимости покрытия крупных неожиданных денежных расходов (например, на оплату медицинских услуг). Если у домохозяйства не было сбережений, доступа к кредиту или безвозмездной помощи от родственников и друзей, то в случае экономического шока домохозяйство не могло оплатить аренду жилья и коммунальные услуги, купить в достаточном количестве продукты питания и предметы первой необходимости. Это приводило к задержкам платежей по данным статьям расходов или к отказу от их потребления [Bridges, Disney 2004; 2010; Worthington 2006; Anderloni, Vacchicchi, Vandone 2012]. В результате понятие «финансовая (не)устойчивость» получило широкое распространение благодаря его прикладной значимости при анализе финансового поведения домохозяйств и разработки мер социальной и экономической политики.

Пандемия COVID-19 стала новым источником экономического шока. Домохозяйства столкнулись с риском заболеть или потерять заработок вследствие локдаунов или снижения экономической активности. Отсутствие сбережений и (или) высокий уровень долговой нагрузки при сохранении обязательств по оплате арендованного жилья, платного образования детей или возникновения больших расходов на медицинское обслуживание создавали стрессовую ситуацию для домохозяйства [Fitch et al. 2011], могли приводить к снижению самооценки и разрыву социальных связей [Wang 2010], к накоплению неоплаченных счетов, к просрочкам в обслуживании кредитов [Skoufias 2003]. Исследование показало, что накануне пандемии, в январе 2020 г., 27% респондентов в репрезентативной для взрослого населения США выборке были финансово неустойчивыми к возможным экономическим шокам [Lusardi, Schneider, Tufano 2020].

Предполагалось, что новый экономический шок приведёт к снижению финансовой устойчивости населения, поскольку согласно модели перманентного дохода (см.: [Friedman 1957]) сбережения в кризис должны сокращаться, так как за счёт их использования домохозяйства компенсируют уменьшение дохода и не позволяют потреблению снижаться. Однако исследования, проведённые в ходе пандемии, показали, что, вопреки логике модели перманентного дохода, во многих странах, по данным макростатистики в 2020–2021 гг., норма сбережений домохозяйств увеличилась [International Monetary Fund 2021], и на счетах физических лиц стали накапливаться денежные средства. Данный рост был оценён как повышение финансовой устойчивости домохозяйств. С одной стороны, увеличение

сбережений было вызвано ожиданиями домохозяйств дальнейшего сокращения их будущих доходов и неопределённостью относительно продолжительности кризиса, что приводило к увеличению сберегательных установок, стимулировало формирование резервов «на чёрный день», а также ускоренное погашение домохозяйствами имеющейся задолженности. С другой стороны, спецификой данного кризиса стало то, что ковидные ограничения и локдауны сильно ограничили возможности домохозяйств тратить деньги на потребление, тогда как снижение доходов населения отчасти было компенсировано за счёт мер поддержки со стороны государств [Pinkovetskaia, Campillo, Bahamon 2022]. В результате доходы многих домохозяйств не уменьшились, а расходы сократились [Bachas et al. 2020], и домохозяйства смогли создать или увеличить имеющиеся сбережения [Basselier, Minne 2021; Dossche, Zalatnos 2020]. Подобная реакция населения на кризис уже встречалась и ранее: например, во время рецессии 2007–2009 гг. в странах с высоким уровнем дохода наблюдался рост нормы сбережений [Alan, Crossley, Low 2012; Mody, Ohnsorge, Sandri 2012; Adema, Pozzi 2015; Carroll, Slacalek, Sommer 2019].

Исследование сберегательного поведения американских домохозяйств в пандемию выявило: домохозяйства с высокими доходами уменьшили своё потребление больше, чем низкодоходные группы, и их возврат к прежнему уровню шёл медленнее, что способствовало росту накоплений на банковских счетах. Домохозяйства же в группе нижнего доходного квартиля не так сильно сократили своё потребление, как высокодоходные группы, и хотя их банковские накопления в абсолютных значениях также увеличились, но на меньшую величину [Bachas et al. 2020]. Неравномерность изменений сбережений по доходным группам воспроизводится и при межстрановых сравнениях. Например, оценка сберегательной активности домохозяйств в странах Центральной, Восточной и Юго-Восточной Европы (Central, Eastern and Southeastern Europe — CESEE)², по данным опросов населения в октябре — ноябре 2021 г., показала, что лишь 8% опрошенных респондентов смогли увеличить свои сбережения в течение полутора лет пандемии, причём больше сберегали в основном те, кто делал регулярные сбережения до её начала. Большинство тех, кто не имел и не делал сбережений до кризиса, не начали этого делать и в кризис [Ellmeier, Koch, Scheiber 2023]. Таким образом, увеличение сбережений домохозяйств и их финансовой устойчивости в кризис было положительно связано с уровнем доходов.

Финансовая (не)устойчивость приводит к негативным последствиям не только для самих домохозяйств, но и для экономики в целом (например, из-за риска дефолтов или снижения уровня жизни населения и размера потребительских расходов), что мотивировало исследователей к поиску причин данного феномена и потребовало, в свою очередь, не только определить понятие теоретически, но и операционализировать его в систему измеряемых индикаторов [Anderloni, Vacchicchi, Vandone 2012]. В настоящее время общепринятой методики измерения финансовой (не)устойчивости нет, используются несколько видов индикаторов:

- уровень закредитованности и перекредитованности домохозяйств [Anderloni Vacchicchi, Vandone 2012; Albacete, Linder 2013; Bańbuła et al. 2016; Kim, Kim, Yoo 2016];
- отсутствие ликвидных финансовых резервов [Demertzis, Dominguez-Jimenez, Lusardi 2020];
- возможность получения помощи в сетях социальной поддержки [Lusardi, Schneider, Tufano 2011b].

Множество работ по данной теме написаны с целью выявить факторы (ковариаты) финансовой (не)устойчивости домохозяйств, к числу которых относят уровень доходов [D'Alessio, Iezzi 2013], пол, образование, семейное положение, состав портфеля активов [Brunetti, Giarda, Torricelli 2016], возраст [Brown, Taylor 2008; Lusardi, Schneider, Tufano 2011b], раса [Emmons, Noeth 2013], занятость, размер домохозяйства, наличие и количество детей, тип населённого пункта [Rahim 2011; Catherine, Yusof, Mainal 2016; Daud et al. 2018; Walugembe et al. 2019], наличие доступа к инструментам финансового рынка, финансовая грамотность [Lusardi, Tufano 2009; Gathergood 2011] и управление финансами в домохозяйстве [Bryan,

² Босния и Герцеговина, Болгария, Чехия, Хорватия, Венгрия, Польша, Румыния и Сербия.

Taylor, Veliziotis 2010], ведение бюджета доходов и расходов [Yusof, Rokis, Jusoh 2015], а также поведенческие смещения, такие как, например, недостаток самоконтроля и импульсивность [Worthington 2006; Bridges, Disney, Gathergood 2008; Anderloni, Vacchicchi, Vandone 2012; Kim et al. 2014; Hamid, Loke, Chin 2023]. В большинстве исследований было показано, что финансовая неустойчивость характерна для групп с низкими доходами, без высшего образования, а также она чаще распространена среди молодёжи.

Изучение факторов финансовой (не)устойчивости важно для разработки мер экономической и социальной политики, особенно в отношении тех детерминант, на которые государство способно повлиять. Интересный вывод был получен в исследовании о наличии связи между финансовой (не)устойчивостью и финансовой доступностью [Hamid, Loke, Chin 2023]. На данных репрезентативного опроса населения Малайзии авторы исследования обнаружили, что при контроле социально-демографических факторов отсутствие банковского счёта было положительно связано с финансовой неустойчивостью. Если быть уверенными в том, что включённость домохозяйств в пользование банковскими продуктами при прочих равных способна повышать их финансовую устойчивость, то расширяя доступ населения к банковским услугам, можно создать условия для повышения финансовой устойчивости домохозяйств, а если направление связи обратное, то такие меры не помогут. В логике исследований, представленных в обзоре, возникает вопрос, пока ещё не поставленный в литературе, о роли доверия социальным институтам в формировании и воспроизводстве финансовой неустойчивости. Если доверие отсутствует, то меры по расширению доступа к инструментам финансового рынка не окажут положительного влияния на динамику сбережений населения.

Новизна нашего исследования и вклад в существующий корпус литературы по теме финансовой (не)устойчивости домохозяйств заключаются в обращении к российским данным и включении доверия социально-политическим и финансовым институтам и сберегательных установок в число ковариатов финансовой (не)устойчивости домохозяйств. Причём российский контекст, в котором при наличии доступа к инструментам финансового рынка значительное число домохозяйств не доверяет как большинству социально-политических, так и финансовых институтов [Ибрагимова 2015; Ibragimova, Kuzina, Vernikov 2015], даёт возможность оценить наличие связи между доверием таким институтам и финансовой (не)устойчивостью. При наличии потребности в сбережениях их отсутствие определяется не только финансовыми возможностями домохозяйств, но и недостатком доверия финансовым институтам: если нет доверия финансовой системе, банковским вкладам и другим сберегательным инструментам, нет и длинного горизонта планирования, и сбережений [Красильникова 2010; Козырева 2012; Щербаль 2013а; 2013б, Тихонова 2023]. На данном этапе мы пока не ставим целью сделать вывод о причинно-следственной связи между доверием и финансовой (не)устойчивостью в силу имеющихся предположений об эндогенности фактора доверия. Эндогенность возникает вследствие того, что доверие может быть как фактором, так и результатом финансовой (не)устойчивости домохозяйств. С одной стороны, домохозяйства, у которых нет финансовых резервов, не пользуются финансовыми инструментами, поэтому, не имея опыта, не доверяют финансовым институтам. С другой стороны, возможна и обратная взаимосвязь: если у домохозяйств нет доверия таким институтам, то они менее склонны делать сбережения, поскольку для них нет надёжных форм сбережений.

В качестве показателя финансовой (не)устойчивости мы будем рассматривать наличие финансового резерва (сбережений) в домохозяйстве, оставляя за рамками исследования проблему перекредитованности и наличия или отсутствия у домохозяйств неформальных сетей материальной поддержки в кризисной ситуации. Наличие высокого уровня перекредитованности большинства россиян не столь распространено [Кузина, Крупенский 2018], причём домохозяйства, у которых есть кредиты, не так часто имеют сбережения, поэтому группы закредитованных домохозяйств и не имеющих финансовых резервов в значительной степени совпадают, а оценку роли неформальных сетей мы пока сделать не можем из-за отсутствия соответствующих вопросов в имеющейся базе данных.

Таким образом, основной целью нашего исследования будет выявление взаимосвязи между доверием населения финансовым институтам, сберегательным поведением россиян и их установками на сбережение. В данной работе мы сначала охарактеризуем динамику доли сберегателей в России в 2009–2023 гг. Потом мы представим динамику и латентные факторы доверия социально-политическим и финансовым институтам в России в 2013–2023 гг., далее оценим то, как связана вероятность наличия сбережений в домохозяйстве с его характеристиками и доверием общественным институтам. В заключении, используя метод ассоциативных правил, рассмотрим логические зависимости между доверием различным институтам, сберегательными установками и созданием финансовых резервов домохозяйствами.

В качестве эмпирической базы данных использованы результаты мониторингового исследования, проведённого по заказу Лаборатории экономико-социологических исследований (ЛЭСИ) в 2009–2023 гг. Опросы проводились ежегодно по всероссийской выборке в 41 регионе методом личных интервью по месту проживания по структурированной анкете; количество наблюдений в каждой волне составляло не менее 1600 респондентов; формулировки вопросов и дизайн выборки не менялись. Выборочная совокупность данного исследования репрезентирует взрослое население России (18⁺) по полу, возрасту, образованию, типу населённого пункта. Максимальная ошибка измерения равна 3,7%. Опросы проводятся ежегодно при поддержке Программы фундаментальных исследований НИУ ВШЭ.

Для анализа динамики сберегательного поведения и предпочтений населения использовались данные за весь период наблюдений (2009–2023 гг.). Вопросы о сберегательных установках были добавлены в анкету в 2014–2021 гг., поэтому оценка их динамики проведена для данного периода. Вопросы о доверии социально-политическим и финансовым институтам в сопоставимых формулировках задавались в 2013–2023 гг. В связи с этим для факторного, регрессионного и ассоциативного анализа использовалась база данных за 2014–2021 гг.; объём выборки составил 12 963 респондента.

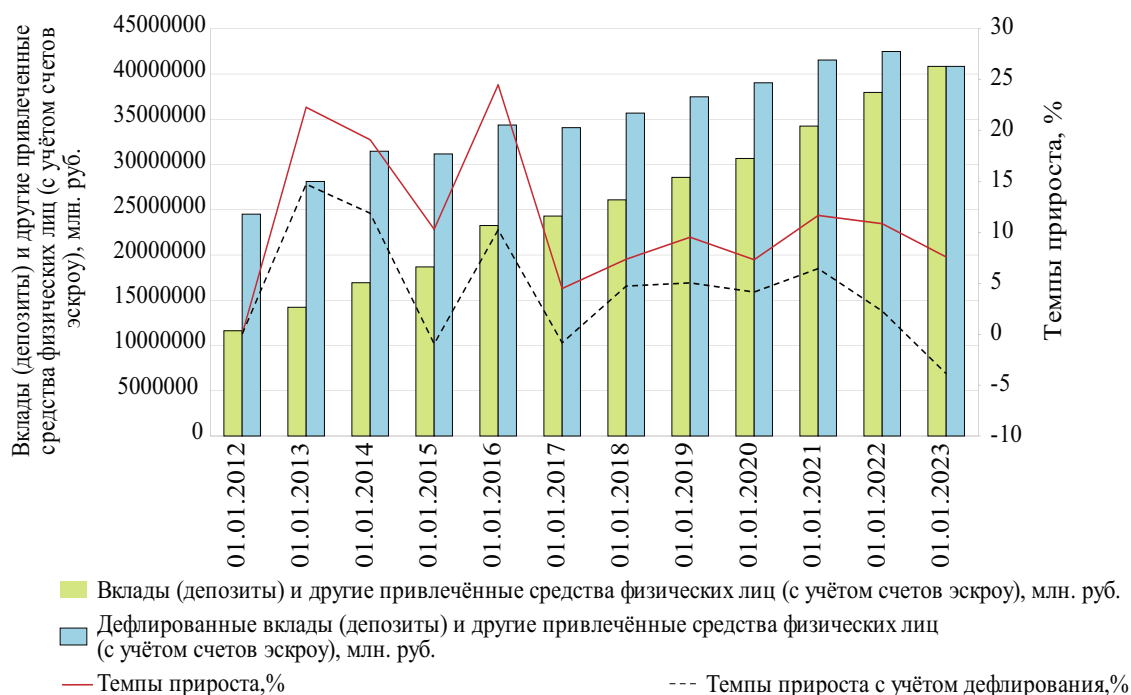
Сберегательное поведение и сберегательные установки россиян: тренды 2009–2023 гг.

В течение последних 30 лет россияне неоднократно сталкивались с экономическими кризисами, вызванными самыми разными причинами — как экономическими, так и политическими или эпидемическими. Эти кризисы так или иначе сказывались на доходах, расходах и сбережениях населения.

Финансовый кризис 2008 г. и его последствия для сберегательного поведения населения были описаны российскими исследователями, которые пришли к выводу, что доля россиян, имеющих сбережения, до и после кризиса не изменилась и составляла около четверти населения, причём в отличие от кризиса 1998 г. массовых потерь сбережений в 2008 г. не произошло. Основным мотивом сбережений являлось создание «страхового запаса» на непредвиденный случай в форме вкладов в государственных банках или наличных деньгах. В качестве причин, препятствующих появлению сбережений, исследователи указывали на низкий уровень доходов и финансовой грамотности домохозяйств [Красильникова 2010; Козырева 2012; Щербаль 2013а; 2013б].

Исследований об изменениях финансового поведения россиян в период пандемии и после начала специальной военной операции (СВО) в 2022 г. не так много, в основном это результаты опросов, проведённых в тот или иной момент времени без возможности анализа динамики [Радаев et al. 2023; Тихонова 2023], либо, если представлены изменения во времени, то данные были ограниченно сопоставимы из-за изменения методологии опросов [ВЦИОМ 2022], либо фокусировались не на сберегательном поведении населения, а на материальном положении, занятости и потреблении [ФОМ 2022], доходах и потребительском кредитовании [Бессонова, Цветкова 2022].

Если обратиться к данным Банка России за 2012–2023 гг., то можно заметить два важных изменения в 2022 г.: сокращение объёма денег во вкладах и других привлечённых средств физических лиц в реальном выражении; снижение доли вкладов со сроками привлечения более одного года. Номинально динамика привлечённых средств населения за 2012–2023 гг. была положительной (см. рис. 1). Однако в реальном выражении за указанный период объём средств населения в банках снижался трижды, причём наибольшее снижение данного показателя произошло в 2022 г.: на 1 января 2023 г. объём привлечённых средств населения сократился на 4% по сравнению с предыдущим годом.



Источник: Средства на счетах организаций, банковские депозиты (вклады) и другие привлечённые средства юридических лиц, физических лиц и индивидуальных предпринимателей в рублях (в целом по Российской Федерации), млн руб.; см. URL: https://cbr.ru/vfs/statistics/BankSector/Borrowings/02_01_Funds_all.xlsx

Рис. 1. Динамика вкладов (депозитов) и других привлечённых средств физических лиц (с учётом счетов эскроу), по данным Банка России

В структуре оборотов по привлечённым кредитными организациями вкладам (депозитам) физических лиц в рублях (см. рис. 2) до ноября 2014 г. доля вкладов со сроком больше года составляла 35–43%, затем доля таких вкладов сократилась в два раза и с декабря 2014 г. по февраль 2022 г. колебалась в пределах 10–32%; в марте 2022 г. доля вкладов от года и выше упала до 2%. Причиной резкого снижения доли длинных вкладов как в 2014 г., так и в 2022 г. стал резкий рост процентных ставок. Так, в марте 2022 г. ставки по банковским вкладам увеличились до 18,67%³, причём в отличие от предыдущего скачка процентной ставки высокий процент предлагался только для вкладов на короткие сроки. Вкладчики стали массово переключать деньги, чтобы воспользоваться данной возможностью. И хотя в июле 2022 г. размер процентных ставок вернулся на уровень июня 2019 г., доля вкладов со сроком привлечения свыше года так и не достигла докризисного уровня: с декабря 2022 г. она остаётся на уровне 11–12%. Таким образом, пандемия COVID не оказала значительного влияния на сроки привлечения банковских вкладов, а кризис 2014 г. и начало СВО привели к их уменьшению.

³ См.: Процентные ставки и структура оборота по вкладам (депозитам) в рублях (URL: https://www.cbr.ru/statistics/bank_sector/int_rat/DepositsDB/).

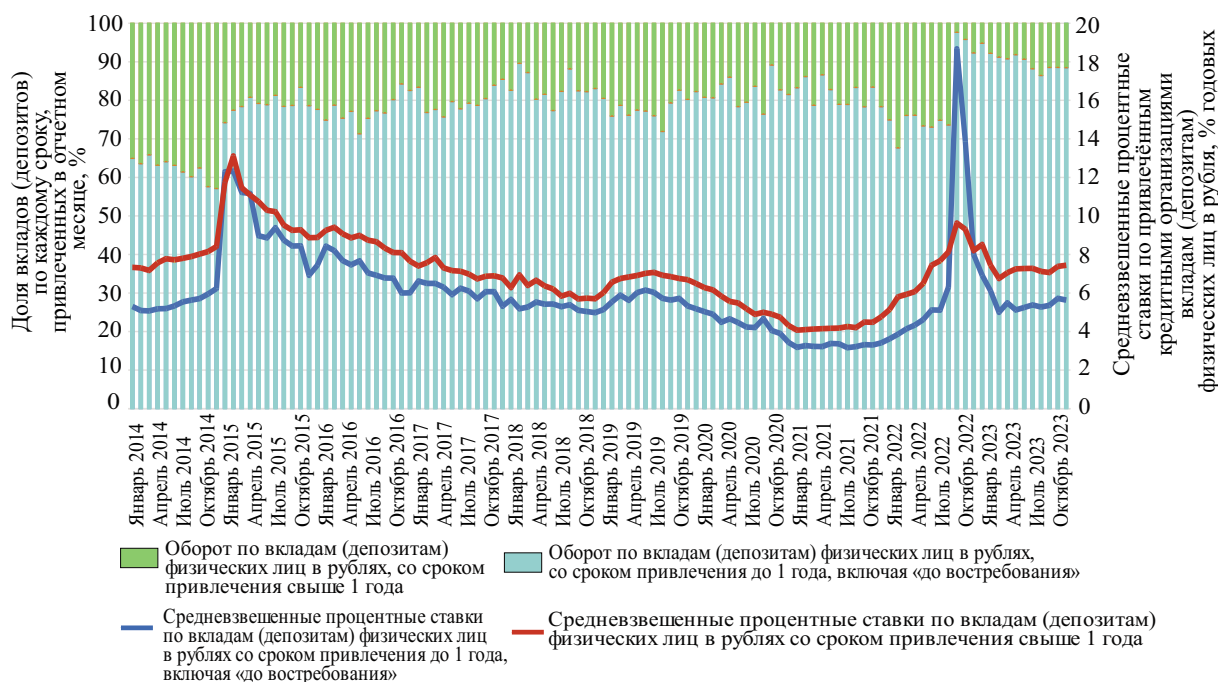


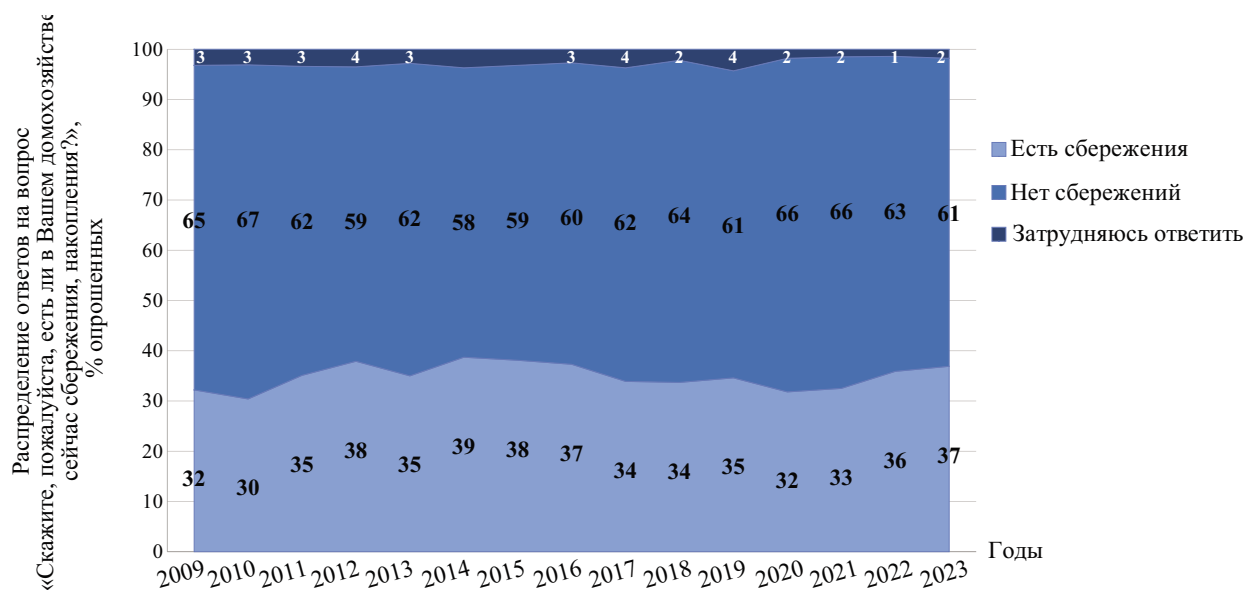
Рис. 2. Динамика процентных ставок и структуры оборота по вкладам (депозитам) в рублях

Обратимся к данным наших социологических опросов. Несмотря на изменения, произошедшие с 2009 г., многие из которых носят экстраординарный характер, доля россиян, имеющих сбережения, колебалась незначительно — в пределах 30–39%⁴ (см. рис. 3).

Основные причины того, что люди не делают сбережений, не изменялись на протяжении всего рассматриваемого периода. Самой популярной причиной было отсутствие денег, чтобы делать сбережения (минимальное значение 64% в 2022 г., максимальное — 77% в 2010 г.); другие причины упоминались в разы реже.

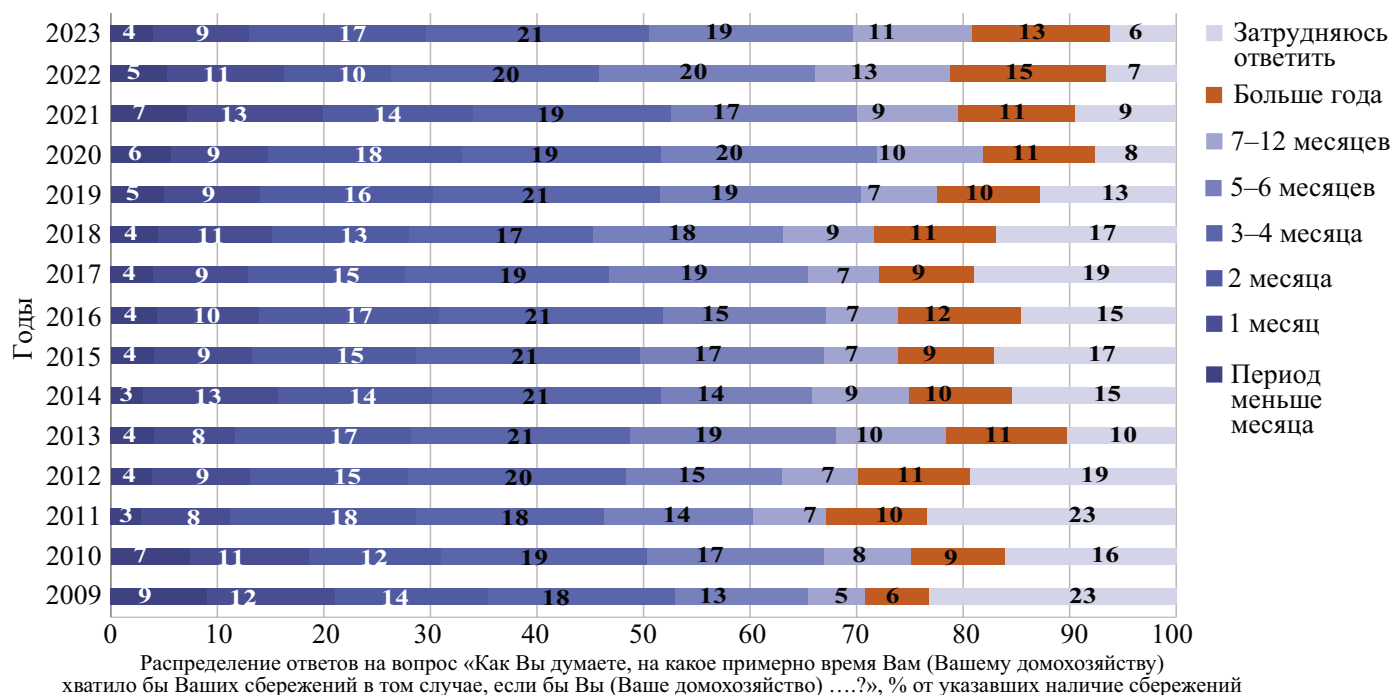
В России лишь треть населения имеет сбережения и их размер не так велик. Подавляющее большинство из имеющих сбережения сообщают, что им хватит этих денег на срок менее года: в 2011 г. доля таких ответов составляла 67%; к 2020 г. она выросла до 82%. При этом приблизительно лишь каждый десятый сообщил, что в его или её домохозяйстве сбережений хватит на год или более (см. рис. 4). За 2009–2023 гг. изменилась только доля тех, кто затрудняется ответить: 23% в 2009 г.; 6% в 2023 г.

⁴ Ошибка измерения на величине доли признака 30% — 3,4%, 40% — 3,7%.



Примечание: Формулировка вопроса: «Скажите, пожалуйста, есть ли в Вашем домохозяйстве сейчас сбережения, накопления?».

Рис. 3. Доля россиян, имеющих сбережения. 2009–2023 гг., % опрошенных

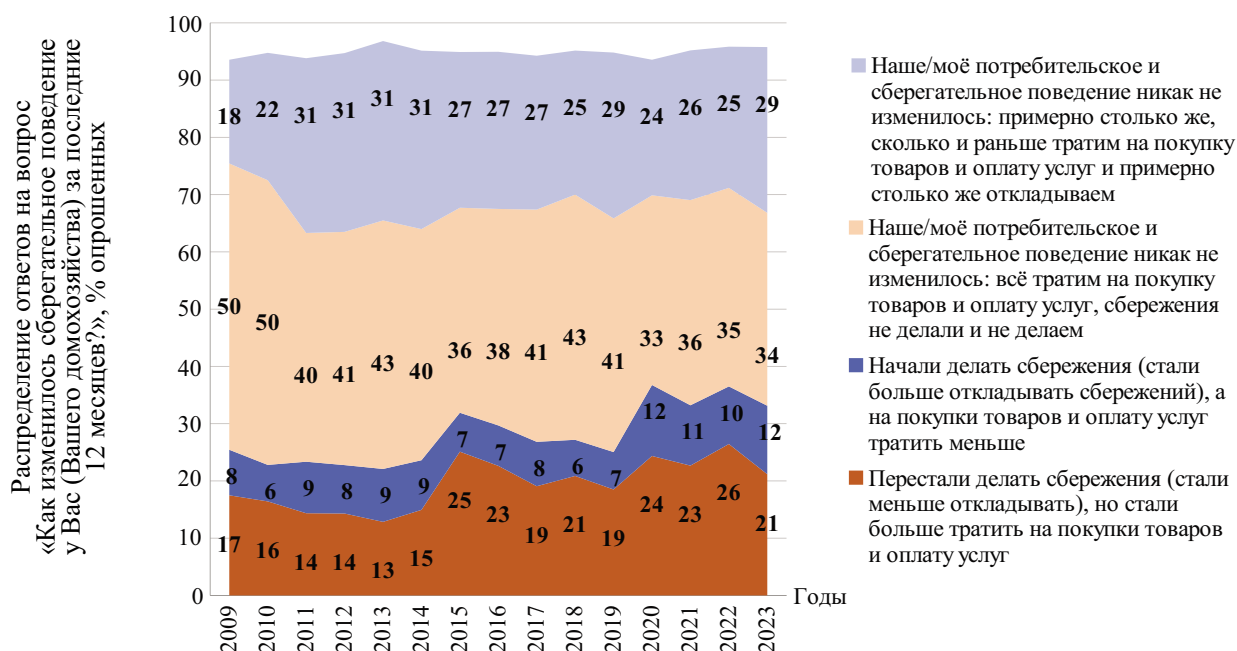


Примечание: Формулировка вопроса: «Как Вы думаете, на какое примерно время Вам (Вашему домохозяйству) хватило бы Ваших сбережений в том случае, если бы Вы (Ваше домохозяйство) лишились всех нынешних источников дохода, и Вам на повседневные нужды пришлось бы тратить только Ваши сбережения?»

Рис. 4. Оценка величины сбережений, % от указавших наличие сбережений

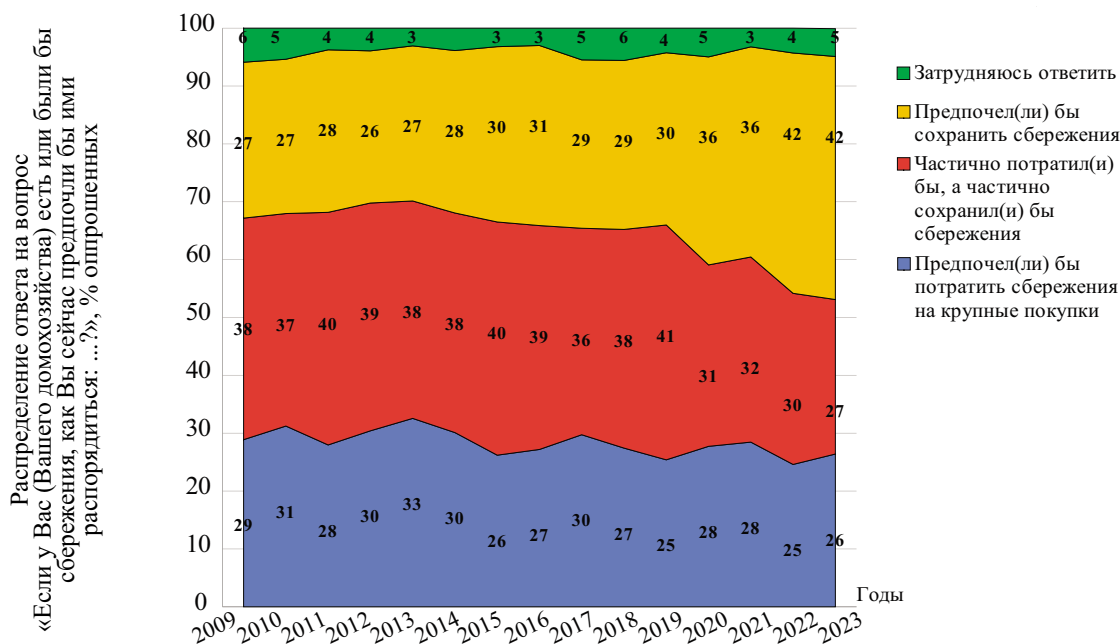
Ни кризис 2014 г., ни пандемия, ни начало СВО никак не сказались на оценке размера сбережений: медианное значение суммы, которую, по мнению россиян, можно считать сбережениями, не меняется с 2013 г. и составляет 100 тыс. руб.

При ответе на вопрос о самооценке произошедших изменений преобладали ответы, фиксирующие отсутствие изменений в сберегательном поведении. Однако после 2014 г. выросла доля тех, кто перестал делать сбережения (с 15% в 2014 г. до 19–26% в последующие годы). Причём сдвиги наблюдались в 2015 и 2020 гг.; именно в эти годы выросла доля тех, кто сообщил о том, что перестал делать сбережения или стал откладывать меньше (см. рис. 5).



Примечание: Формулировка вопроса: «Как изменилось сберегательное поведение у Вас (Вашего домохозяйства) за последние 12 месяцев?»

Рис. 5. Самооценки изменения сберегательного поведения россиянами, % опрошенных

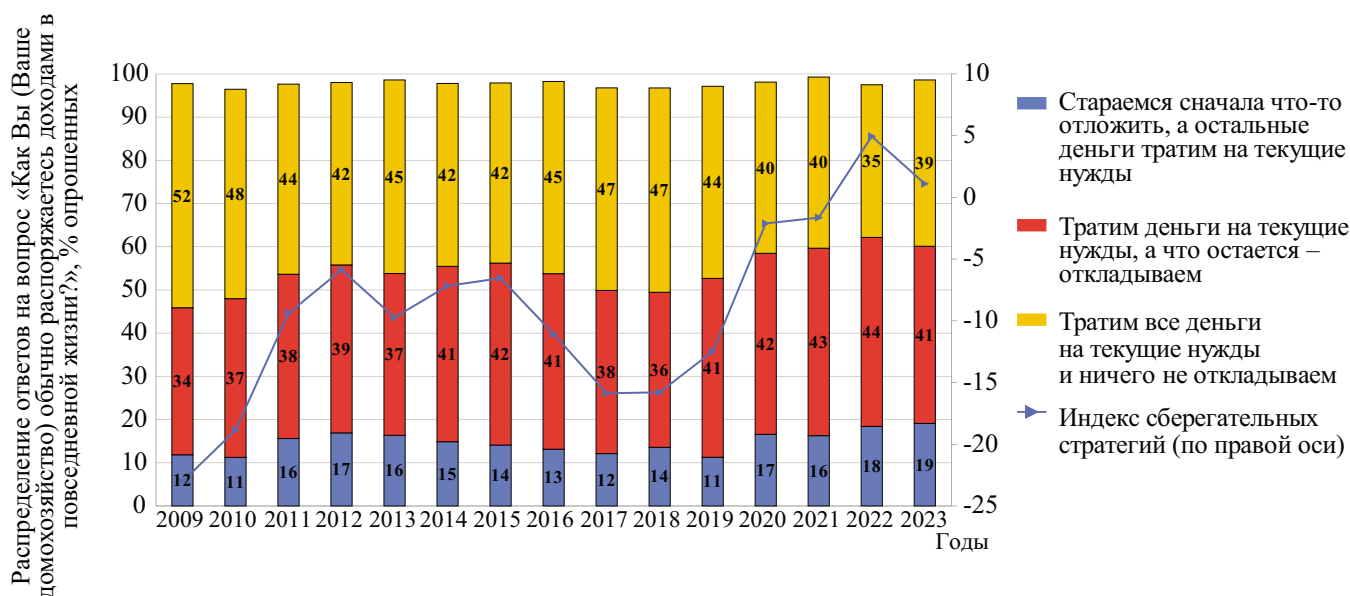


Примечание: Формулировка вопроса: «Если у Вас (Вашего домохозяйства) есть или были бы сбережения, как Вы сейчас предпочли бы ими распорядиться: потратить их на нужные Вам крупные вещи или сохранить сбережения, не тратить их на покупку крупных вещей?»

Рис. 6. Предпочтения относительно сбережений, % опрошенных

На протяжении 2009–2019 гг. доля опрошенных, которые предпочли бы сохранить сбережения, а не тратить их на покупку крупных вещей, практически не изменялась и составляла около 30%; в 2020–2021 гг. она выросла до 36%, а в 2022–2023 гг. — до 42%. Доля тех, кто ответил, что предпочёл бы потратить сбережения на крупные покупки, сократилась с одной трети в 2013 г. до одной четверти в 2023 г. (см. рис. 6). Этот вопрос измерял не столько поведение людей, сколько имеющиеся у них предпочтения, поскольку содержал условие «если есть или были бы сбережения».

Следующий вопрос был нацелен на выявление не предпочтений, а того, как респонденты распоряжались своими доходами (см. рис. 7). В 2020–2023 гг. доля респондентов, которые по возможности делают сбережения, выросла до 59–62% (с 52% в 2019 г.). Рассчитанный нами индекс, который измеряет выраженность сберегательных стратегий, показал наибольший рост в 2020–2022 гг.



Примечание: Формулировка вопроса: «Как Вы (Ваше домохозяйство) обычно распоряжаетесь доходами в повседневной жизни?»

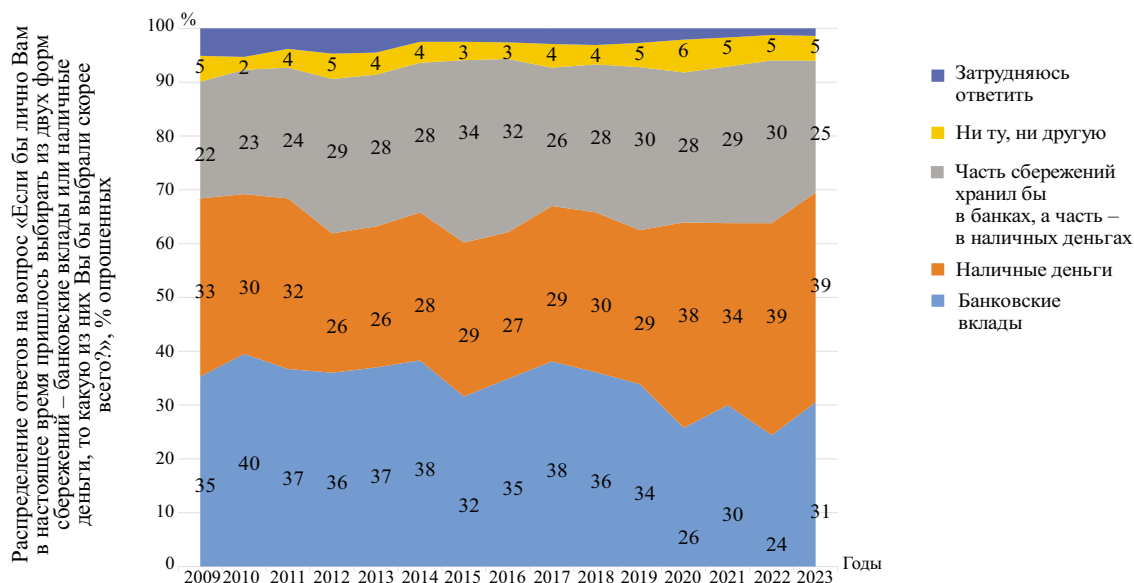
Индекс сберегательных стратегий рассчитан следующим образом:

$\% \text{ ответов «Стараемся сначала что-то отложить, а остальные деньги тратим на текущие нужды»} + 0,5 * \% \text{ ответов «Тратим деньги на текущие нужды, а что остаётся – откладываем»} - \% \text{ ответов «Тратим все деньги на текущие нужды и ничего не откладываем»}.$

Рис. 7. Сберегательные стратегии россиян, % опрошенных

С точки зрения способов хранения сбережений россияне предпочитают наличные и банковские депозиты [Радаев et al. 2023]. До 2019 г. доля россиян, предпочитающих банковские вклады наличным деньгам как способу хранения сбережений, была выше доли тех, кто указывал в ответе на такой вопрос наличные деньги, но в 2020–2023 гг. соотношение изменилось: так, в 2023 г. доля тех, кто выбирал вклады, составила 24% от всех опрошенных; доля тех, кто предпочитает наличные, — 39% (см. рис. 8).

Популярность сбережений в иностранной валюте оставалась относительно стабильной на протяжении 2009–2019 гг. (30–35%), затем произошёл рост данного показателя до 40% в 2020 г., после которого последовало резкое снижение до 20% в 2022 г.



Примечание: Формулировка вопроса: «Если бы лично Вам в настоящее время пришлось выбирать из двух форм сбережений — банковские вклады или наличные деньги, то какую из них Вы бы выбрали скорее всего?»

Рис. 8. Предпочтения наличной или безналичной формы сбережений, % опрошенных

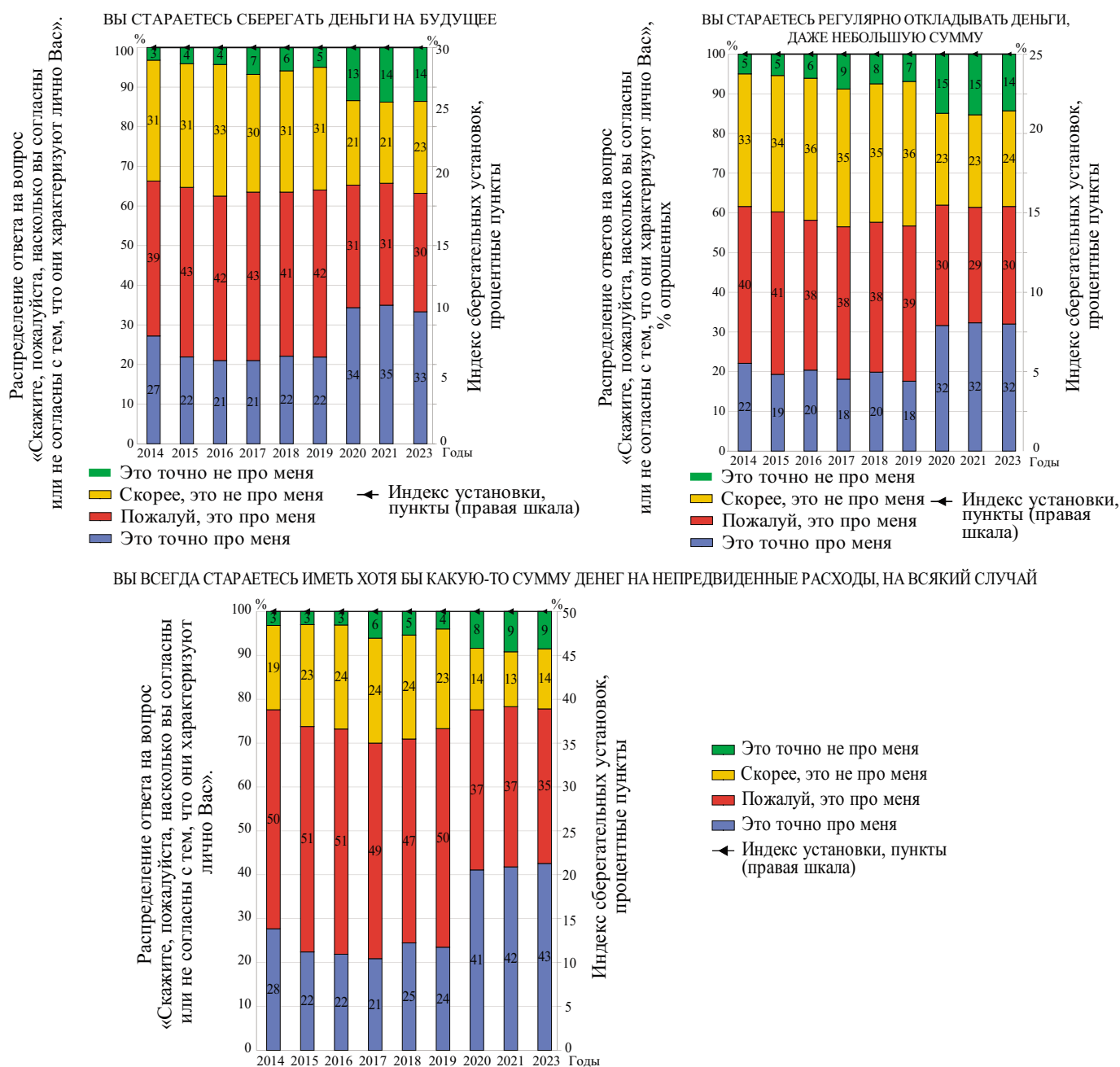
В опросах, проведённых в 2014–2021 гг. и в 2023 г., задавались вопросы, направленные на измерение сберегательных установок (см. рис. 9). Во-первых, по всем трём вопросам доля ответов, выражающих согласие, превышает долю ответов, выражающих несогласие. Во-вторых, распределение ответов по всем трём установкам демонстрирует одинаковую динамику: в 2020–2021 гг. и в 2023 г. резко выросла доля тех, кто выбрал позицию «Это точно про меня». Пандемия стала тем событием, которое актуализировало понимание необходимости делать сбережения.

Подводя итоги анализа динамики сберегательного поведения россиян в 2009–2023 гг., можно сказать следующее: в России лишь около трети населения имеет сбережения и их размер не так велик — подавляющее большинство из имеющих сбережения сообщают, что им хватит этих денег на срок менее года. Сократилась вариативность форм сбережений в восприятии населения, и предпочтения сместились на хранение сбережений в наличных рублях. В 2020–2021 гг. и в 2023 г. наблюдался рост установок на сбережения: респонденты всё чаще сообщали о том, что они стараются по возможности сберегать, но эти установки пока не привели к росту доли сберегателей и размеру сбережений. Иными словами, финансовая устойчивость большей части россиян находится на очень низком уровне и не увеличилась за время пандемии. Возможно, ключом к объяснению этого является отсутствие доверия финансовым институтам, к анализу которого мы переходим в следующем разделе.

Доверие: концептуальное и операциональное определения

В социологии понятие «доверие» является одной из основополагающих категорий для анализа. По образному выражению П. Штомпки, доверие — это атом социальной жизни во всех её проявлениях [Sztompka 1999]. Если мы хотим понять эту жизнь, нужно понять, как устроены её атомарные основы. Наличие доверия значительно облегчает как межличное, так и безличное взаимодействие между людьми. В силу мультипарадигмальности социологической теории определение понятия «доверие» и его типов до сих пор является одной из наиболее дискуссионных тем в социологии [Schilke, Reimann, Cook 2021]. Подходы и аргументы сторон в данной дискуссии мы оставим за рамками нашей работы, выбрав то определение, которое подходит для наших целей: концептуально под доверием чему-либо или кому-либо мы будем понимать уверенность людей в способности объекта быть предсказуемым.

Идея о том, что ключевой характеристикой доверия является именно предсказуемость поведения, восходит к определениям доверия у Г. Зиммеля, Н. Лумана, Дж. Коулмана, Э. Гидденса, Д. Гамбетты [Luhmann 1979; Giddens 1984; Coleman 1988; Gambetta 1988; Simmel 1990].



Примечание: Формулировка вопроса: «Сейчас я Вам зачитаю несколько утверждений. Скажите, пожалуйста, насколько вы согласны или не согласны с тем, что они характеризуют лично Вас».

Индекс установки рассчитан по следующей формуле:

$$\% \text{ ответов «Это точно про меня»} + 0,5 * \% \text{ ответов «Пожалуй, это про меня»} - 0,5 * \% \text{ ответов «Скорее, это про меня»} - \% \text{ «Это точно не про меня»}.$$

Рис. 9. Сберегательные установки россиян, % опрошенных

Общим для всех указанных авторов является то, что доверие снижает неопределённость будущего, позволяет сформировать ожидания относительно того, как будут вести себя другие, и на основании этого выработать собственные поведенческие стратегии. Судить о будущем поведении людей можно на основе либо опыта личного взаимодействия, либо понимания того, что наши контрагенты следуют

определённым правилам. Формируемое в обоих случаях доверие снижает вероятность обмана со стороны контрагентов, и у агентов появляется уверенность в том, что их контрагенты выполнят взятые на себя обязательства [Sirdeshmukh, Singh, Sabol 2002; Guiso 2010; Schilke, Reimann, Cook 2021].

Применительно к сберегательному поведению люди доверяют свои деньги банку потому, что они либо в прошлом имели положительный опыт личного взаимодействия с этим банком, либо знают о государственной системе страхования вкладов, которая в случае банкротства любого входящего в эту систему банка выплатит деньги по определённым правилам. Однако доверие является не только условием, но и результатом сберегательного поведения, поскольку если доверие и ожидания людей оправдываются в результате их действий, то это работает на укрепление доверия запуская новый цикл. Таким образом, доверие и сберегательное поведение оказываются взаимосвязаны и обуславливают друг друга.

В эмпирических исследованиях различают два способа измерения доверия: поведенческий (*behavioural*) и установочный (*attitudinal*). Поведенческий подход широко использует методы теории игр [Berg, Dickhaut, McCabe 1995]; его преимущество в том, что о доверии не спрашивается напрямую, о его наличии или отсутствии свидетельствует то, как действуют участники экспериментов при заданных исследователем условиях. Недостатком данного подхода является то, что такие исследования возможны только на малых выборках и требуют лабораторных условий, поэтому их результаты не всегда возможно распространить на всю генеральную совокупность. Для измерения на больших репрезентативных выборках используются вопросы, в которых респондентов просят самих оценить свой уровень доверия различным социально-политическим и финансовым институтам [Mishler, Rose 1997]. К подобным вопросам для измерения уровня доверия уже многие годы прибегают в самых различных исследованиях; например, с 2002 г. — в Европейском социальном исследовании (European Social Survey)⁵.

В нашем исследовании мы использовали набор вопросов о доверии различным социально-политическим и финансовым институтам⁶. На рис. 10–12 представлена динамика индексов доверия социально-политическим и финансовым институтам. Индексы рассчитывались как разница между долями доверяющих и не доверяющих им респондентов. Отрицательные значения говорят о том, что доля не доверяющих больше, чем доля доверяющих. Данные опросов показывают, что для России характерна ситуация недоверия большинству социально-политических и финансовых институтов, причём на протяжении 2013–2022 гг. уровень доверия, начиная с 2015 г., снижался, а в 2022–2023 гг. по большинству индексов показал рост. Доля положительных ответов стабильно выше доли негативных ответов только для индексов доверия Президенту России, Сберу и Банку России. Доверие социально-политическим институтам, индексы для которых были положительны в 2014–2015 гг., в последующие годы показали негативный тренд. Стоит обратить внимание на индекс доверия телевидению, который снизился сильнее всего.

⁵ См. официальный сайт European Social Survey (<https://www.europeansocialsurvey.org>).

⁶ Формулировка вопроса: «Я перечислю разные организации. Скажите, насколько Вы доверяете каждой из них: полностью доверяете; скорее доверяете; скорее не доверяете; совсем не доверяете?». Для упрощения интерпретации при анализе данных переменные доверия были перекодированы: значения «Не знаю, что это за организация» и «Затрудняюсь ответить» были отнесены к миссингам, а ответам была присвоена обратная кодировка: 1 — «Совсем не доверяю»; 2 — «Скорее не доверяю»; 3 — «Скорее доверяю»; 4 — «Полностью доверяю». В результате перекодировки с ростом доверия увеличивалось числовое значение переменной.

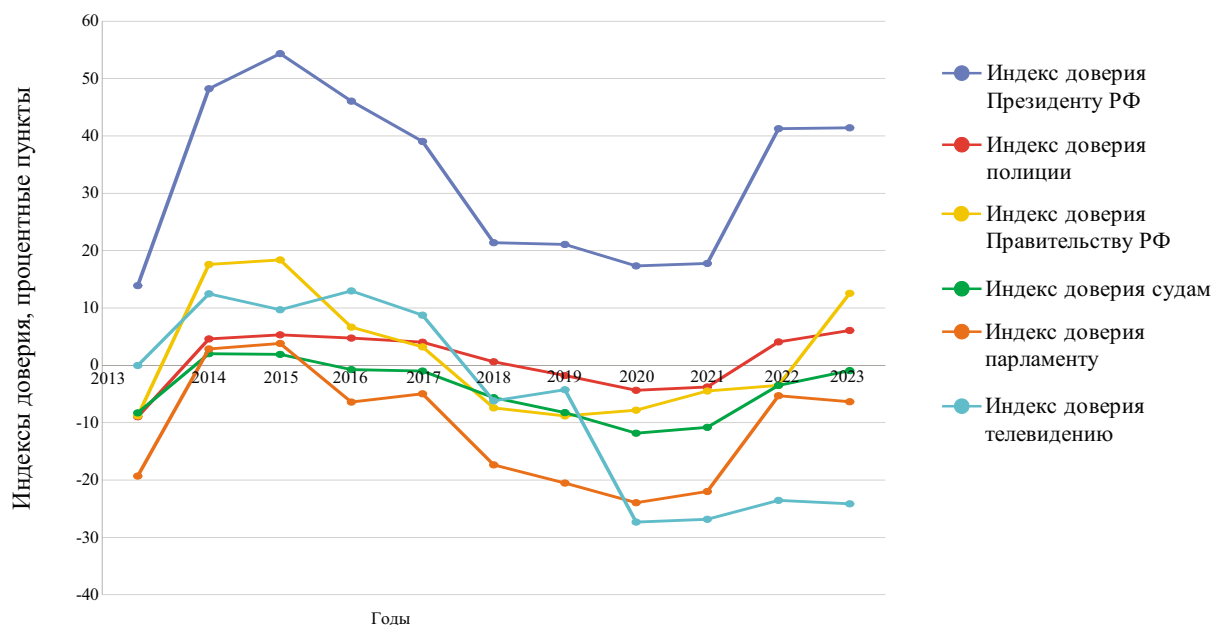


Рис. 10. Динамика индексов доверия социально-политическим институтам, процентные пункты

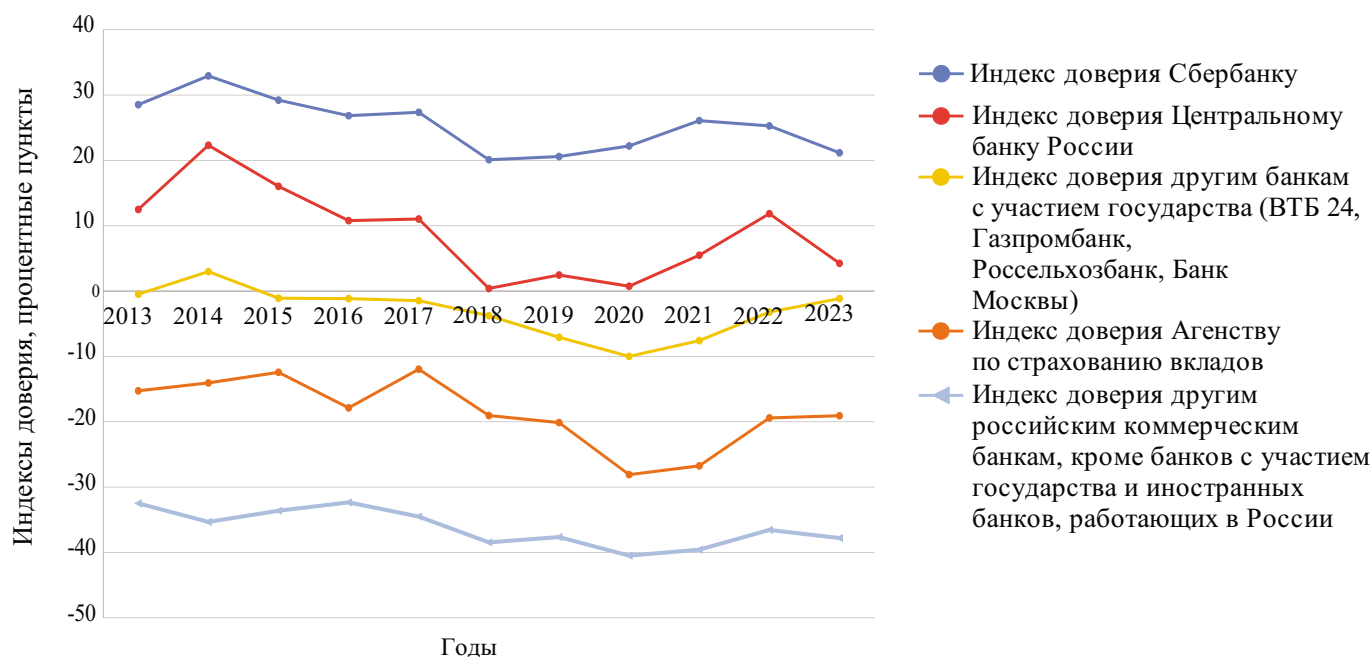


Рис. 11. Динамика индексов доверия банковским институтам, процентные пункты

Доверие финансовым организациям, за исключением Сбера и Банка России, несмотря на различные усилия со стороны государства и представителей финансового рынка, такие как цифровизация финансового сектора для розничного потребителя, повышение прозрачности банков, запуск программ финансового просвещения, не привели к переходу индексов в положительную зону. Среди негосударственных финансовых институтов нет ни одного, доверяющих которому было бы больше, чем не доверяющих (все индексы на протяжении 2013–2023 гг. находятся в отрицательной зоне).

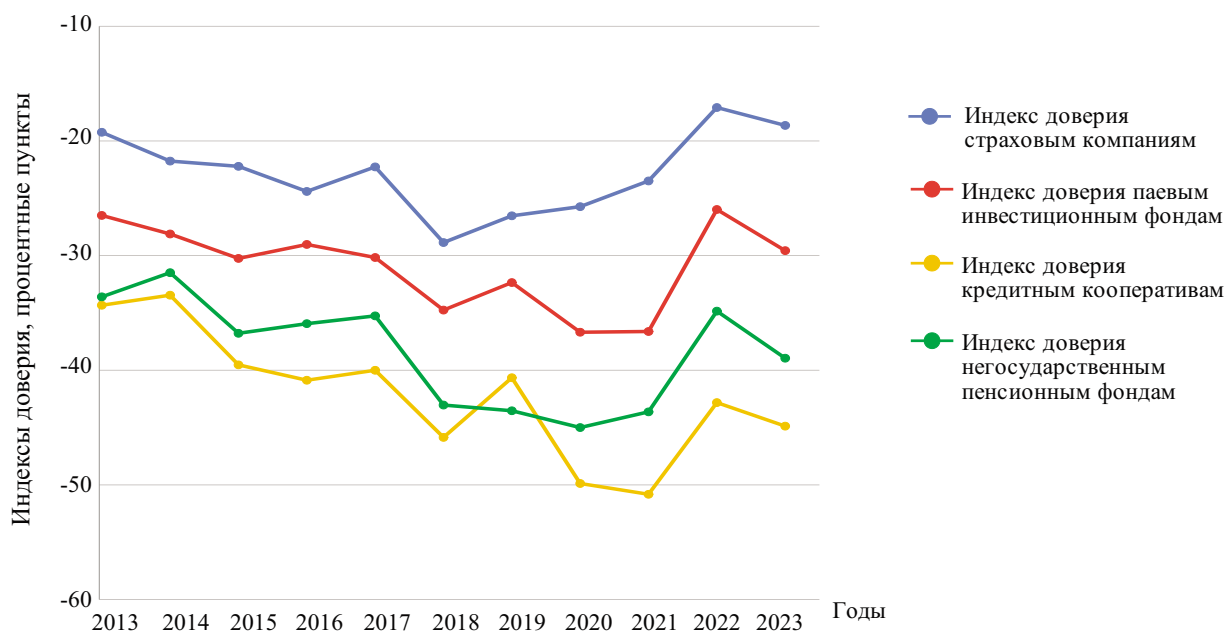


Рис. 12. Динамика индексов доверия финансовым институтам, процентные пункты

Таким образом, опросы показывают высокий уровень недоверия большинству социально-политических и финансовых институтов. На протяжении 2013–2021 гг. подавляющее большинство индексов имело негативный тренд. Исключением из этого правила стал рост индексов доверия социально-политическим институтам в 2014–2015 гг., однако в последующие годы они вернулись к своим значениям 2013 г. Единственным социально-политическим институтом, доверие к которому упало ниже уровня 2013 г., стало телевидение.

Латентные факторы доверия институтам

Для уменьшения размерности пространства переменных по доверию мы использовали сводную базу данных за 2014–2021 гг. Метод главных компонент с вращением варимакс позволил свести 16 переменных в два ортогональных фактора. Величина меры адекватности выборки Кайзера—Мейера—Олкина (КМО) близка к единице (0,940), что говорит о применимости выборки для факторного анализа, критерий Бартлетта значим (0,000), что свидетельствует о скоррелированности переменных в выявленных факторах.

В результате мы получили решение с двумя латентными факторами (компонентами), которые объясняют 63,9% совокупной дисперсии соответственно (см. приложение, табл. П.1). Первая компонента, связанная с доверием социально-политическим институтам, включала также доверие Сберу и Банку России, АСВ и госбанкам; вторая — доверие всем негосударственным финансовым институтам. Две переменные доверия — доверие АСВ и доверие госбанкам — оказались связаны сразу с обоими факторами даже после вращения.

Взаимосвязь доверия социально-политическим и финансовым институтам и наличие запаса сбережений: регрессионный анализ

Для оценки взаимосвязи доверия и сбережений мы использовали регрессионный анализ, предположив вслед за другими авторами (см.: [Guiso 2010; Chernykh, Davydov, Sihvonen 2019]), что сберегательное поведение домохозяйств связано с доверием финансовым институтам. Н. Додд пишет о том, что в Греции во время финансового кризиса недоверие населения банкам привело к тому, что стали массово

снимать деньги с банковских счетов и хранить наличные дома, несмотря на рост числа квартирных краж [Dodd 2014]. Низкий уровень доверия финансовой системе в целом и пережитый негативный опыт предыдущих банковских потрясений ведут к недоверию банкам во время новых кризисов, однако отсутствие случаев банкротства банков и демонстрация стабильности системы страхования вкладов предотвращают бегство вкладчиков из банков [Stix 2013; Knell, Stix 2015]. Подтверждается вывод, что доверие к финансовым институтам изменяется проциклически, снижаясь во время кризиса [Stevenson, Wolfers 2011; Cruijsen, Naan, Roerink 2021]. Причём на данных по Великобритании было выявлено, что уровень доверия Центральному банку был выше, чем уровень доверия коммерческим банкам и другим финансовым компаниям [Farrell, Fry, Fry 2020]. На экспериментальных рандомизированных данных по Перу был сделан вывод о том, что после проведения обучающих семинаров по финансовой грамотности для людей из низкодоходных групп населения выросло как доверие банкам, так и пользования ими [Galani, Gertler, Ahumada 2022]. Исследование 10 стран Центральной и Восточной Европы показало, что недостаток доверия банкам приводит к хранению сбережений в наличной форме [Beckmann 2019]. Таким образом, в существующей литературе доверие рассматривается как условие, предпосылка сберегательного поведения, а не его следствие. В регрессионной модели в качестве зависимой была использована переменная о наличии или отсутствии сбережений в домохозяйстве. Тем не менее потенциально обратное влияние также возможно, поэтому интерпретировать результаты анализа в терминах влияния доверия на сбережения мы не будем.

Модели, которые оценивали влияние доверия на сбережения индивидов и домохозяйств, в качестве контрольных использовали такие переменные, как пол, возраст, образование, размер домохозяйства, наличие детей, семейный статус, респондент — глава домохозяйства, проживание в собственном жилье, статус занятости, религия [Beckmann 2019]. В исследованиях факторов наличия сбережений в банках и вложений на фондовом рынке оценивались также доступность финансовых институтов (банки, микрофинансовые организации) [Brown, Guin, Kirschenmann 2015], уровень финансовой грамотности [Rooij, Lusardi, Alessie 2011].

В таблице П.2 (см. приложение) представлены список переменных нашей модели, их обозначение, кодировка, обоснование, а также даны ссылки на работы, в которых эти переменные включались в модели сберегательного поведения населения. Описательные статистики по данным переменным представлены в таблице П.3 (см. приложение). Для оценки регрессионной модели мы использовали *probit*-регрессию с расчётом предельных эффектов для выборочного среднего по всем независимым переменным для выборок 2014–2021 гг.⁷ Сначала была оценена модель с набором социально-демографических объясняющих переменных (см. модель 1, табл. 1), затем мы увеличили их число, добавив переменные финансовой грамотности, пользования банковскими картами и Интернетом (модель 2, см. табл. 1). В третьей спецификации (см. модель 3, табл. 1) мы ввели переменные доверия (см. приложение, табл. П.1) и сберегательных установок (см. приложение, табл. П.4), полученные с помощью факторного анализа.

Полученные оценки по контрольным переменным показали, что сбережения не зависят от пола респондента. Коэффициенты при переменных «возраст» и «квадрат возраста» говорят о том, что связь между наличием сбережений и возрастом есть и она линейная, поэтому в финальных версиях моделей мы удалили переменную «квадрат возраста». Данный результат предсказуем, если исходить из логики моделей жизненного цикла: если люди выравнивают своё потребление с помощью сбережений, то вероятность наличия накоплений должна увеличиваться с возрастом [Paxson 1996; Denizer, Wolf 1998; Gregory, Mokhtari, Schrettl 1999; Deaton, Paxson 2000; Chamon, Prasad 2010]. Наличие высшего образования положительно связано с наличием сбережений, как и размер душевого дохода. Вероятность иметь сбережения была также положительно связана с наличием долгосрочной финансовой цели, бан-

⁷ В 2022 г. вопросы о сберегательных установках не задавались.

ковской карты, доступа к Интернету, знания о государственной системе страхования вкладов и с проживанием в крупном населённом пункте. Семейный статус был незначим, как и ведение письменного учёта доходов и расходов. В качестве базового года для серии дамми-переменных по годам был взят 2014 г. Значимые отличия от него в финальной спецификации были выявлены только для 2020 г. и 2021 г.: в эти годы вероятность иметь сбережения была ниже, чем в 2014 г.

Таблица 1

Результаты оценивания *Probit*-модели: зависимая переменная — наличие сбережений в домохозяйстве; предельные эффекты

Наименование переменных	Модель 1	Модель 2	Модель 3
Пол	- 0,018*	- 0,004	0,010
Возраст	0,003***	0,005***	0,003***
Наличие высшего образования	0,070***	0,045***	0,039*
Натуральный логариф дохода	0,158***	0,146***	0,099***
Размер населённого пункта	0,039***	0,0269*	0,032*
Семейный статус	0,058***	0,016	0,028
Есть долгосрочная финансовая цель	—	0,124***	0,077***
Наличие банковской карты	—	0,056***	0,051*
Пользование Интернетом	—	0,083***	0,061***
Знание государственной системы страхования вкладов	—	0,099***	0,109***
Ведение письменного учёта доходов и расходов	—	0,082***	0,009
Год проведения опроса: 2015	—	- 0,021	0,004
Год проведения опроса: 2016	—	- 0,068**	- 0,025
Год проведения опроса: 2017	—	- 0,068**	- 0,021
Год проведения опроса: 2018	—	- 0,099***	- 0,053
Год проведения опроса: 2019	—	- 0,084***	- 0,017
Год проведения опроса: 2020	—	- 0,128***	- 0,142***
Год проведения опроса: 2021	—	- 0,137***	- 0,127***
Доверие политическим институтам, АСВ и госбанкам	—	—	0,022**
Доверие финансовым институтам, АСВ и госбанкам за исключением «Сбера»	—	—	0,037***
Сберегательные установки	—	—	0,247***
	Количество наблюдений: 10 893	Количество наблюдений: 8546	Количество наблюдений: 3957
	Статистика Вальда: 582,67	Статистика Вальда: 911,87	Статистика Вальда: 841,82
	Значимость: 0,0000	Значимость: 0,0000	Значимость: 0,0000
		Псевдо R2: 0,0961	Псевдо R2: 0,2324
	Псевдо R2: 0,0524		

Переменные сберегательных установок и доверия оказались положительно связаны с наличием сбережений. Иными словами, можно говорить о том, что финансовая устойчивость, измеренная через наличие финансового резерва, положительно связана с доверием населения социальным институтам и сберегательными установками.

Создание сбережений в условиях (не)доверия: выявление ассоциативных правил

Регрессионный анализ показал положительную корреляцию между доверием и наличием сбережений, однако хотелось бы понять, как связаны не латентные факторы доверия и сберегательных установок, полученные методом главных компонент, а непосредственно те переменные, которые измеряли доверие конкретным социально-политическим или финансовым институтам и установки. Ответ на поставленный вопрос может дать применение метода ассоциативных правил. Данный метод появился в маркетинге для оптимизации размещения товаров на полках. Суть данного метода в том, чтобы обнаружить повторяющийся набор элементов в наборе данных, или выделение набора событий, которые произошли одновременно [Agrawal et al. 1996; Man 2018]. Это позволяет выявлять наборы покупок, совершаемых одновременно и регулярно. Такие наборы размещают на соседних полках, что облегчает выбор потребителя и стимулирует покупки. Позже этот метод стал использоваться для более широкого круга задач как в маркетинге, так и в других областях; например, в строительстве и в медицинских исследованиях. Также уже есть примеры ассоциативного анализа результатов массовых опросов населения: изучение взаимосвязи между жизненным счастьем отдельных людей в обществе и их условиями жизни и установками [Pan et al. 2019]; анализ факторов успеваемости студентов [Herawan, Chiroma, Vitasari 2015]. Нахождение ассоциативных правил широко практикуется при сегментировании потребителей, в том числе потребителей финансовых услуг [Amoozad Mahdiraji et al. 2022].

Примеров ассоциативного анализа результатов социологических исследований пока не так много, поэтому поясним логику применения данного анализа к результатам опросов. Базовым понятием ассоциативного анализа является «транзакция», то есть множество событий, которые произошли одновременно. В анализе рыночной корзины транзакцией является чек, фиксирующий факт покупки определённого набора товаров. В анализе результатов опросов транзакцией будут ответы на вопросы анкеты одного респондента. Транзакционной базой данных будет совокупность результатов опроса всех респондентов.

Ассоциативные правила позволяют описать взаимную связь (ассоциацию) между наборами данных (предметов, событий, наблюдений и т. д.), соответствующими условию и следствию. Для анализа результатов опроса ассоциативные правила устанавливают взаимосвязь между наборами ответов респондентов, то есть выделяют наиболее часто встречающиеся наборы ответов респондентов в опросе. Ассоциативное правило имеет следующий вид: «Из события А (набор ответов респондента) следует событие В (другой набор ответов)». В результате такого анализа мы устанавливаем логическую закономерность следующего вида: «Если в транзакции (анкета) встретился набор ответов А, то можно сделать вывод, что в этой же транзакции (анкета) должен появиться набор ответов В». Выделенная логическая закономерность называется ассоциативным правилом.

Для характеристики ассоциативных правил, используются такие показатели, как поддержка (*support*), достоверность (*confidence*) и лифт (*lift*) [Agrawal et al. 1996; Седова, Раменская, Безбородникова 2015; Tsui et al. 2023]. Предположим, что мы хотим выявить ассоциативные правила для событий А и В.

Поддержкой правила (*support*) называют долю транзакций, в которых одновременно встречаются события А и В в общем количестве транзакций. Поддержка может варьироваться от 0 до 100%. Чем выше значение поддержки, тем чаще данная комбинация встречается и тем более значимой она считается.

$$\text{Support}(A \rightarrow B) = P(A \cup B)$$

Достоверность правила (*confidence*) показывает, какова доля транзакций, в которых события А и В происходят одновременно в общем количестве транзакций с событием А (с В или без В). Уровень досто-

верности также варьируется от 0 до 100%. Чем выше значение достоверности, тем более надёжной и значимой считается связь между элементами.

$$\text{Confidence}(A \rightarrow B) = P(A \cup B) / P(A) = \text{Support}(A \rightarrow B) / \text{Support}(A)$$

Показатель лифт (*lift*) позволяет охарактеризовать, насколько появление наборов ответов А и В зависят друг от друга. Это отношение частоты появления события А в транзакциях, которые также содержат и событие В, к частоте появления А в целом.

$$\text{Lift}(A \rightarrow B) = \text{Confidence}(A \rightarrow B) / \text{Support}(B)$$

Если *lift* = 1, то наборы ответов независимы и правил их совместного появления нет. Если *lift* > 1, то правила есть и чем выше значение данного параметра, тем выше вероятность появления события В, если есть событие А. Если *lift* < 1, это означает, что связанность у наборов есть, но обратная, то есть наличие набора ответов А делает маловероятным появление набора ответов В. Лифт характеризует полезность правила для разработки решений на их основе, изменятся от 0 до бесконечности.

Количественно значения поддержки, достоверности и лифта не регламентируются. Выбор лимитирующих значений зависит от целей исследования. Принято выделять полезные, тривиальные и непонятные правила. Полезные правила — это те, которые позволяют получить ранее неизвестную информацию, на основе чего можно принимать решения. Тривиальные правила описывают общеизвестные, очевидные зависимости, которые могут использоваться для проверки эффективности принятых решений. Непонятные правила — зависимости, не поддающиеся интерпретации. Правила с высоким уровнем поддержки и высокой достоверностью чаще можно отнести к тривиальным, но следует отметить, что полученные зависимости могут быть понятны для экспертов, а ассоциативный анализ позволяет дать количественную оценку экспертной «интуиции».

Задача алгоритма состоит в том, чтобы установить закономерности появления двух событий одновременно и определить, что будет условием, а что следствием в ассоциативном правиле. Однако эти закономерности не могут интерпретироваться в терминах причинно-следственной взаимосвязи. Так, классический пример для данного метода о наличии связи между покупкой памперсов и пива в пятницу вечером (см.: [Power 2004]) говорит о том, что в это время за памперсами в магазин посылают мужей, которые покупают памперсы для ребёнка и пиво для себя. При этом обратное не будет верным: если кто-то пришёл за пивом, то вероятность того, что он купит памперсы, невелика. Иными словами, сравнивая эти вероятности можно понять, что является условием, а что следствием, но в любом случае покупка памперсов не будет причиной покупки пива.

Какие задачи данный метод может решить для нашей исследовательской проблемы о выявлении связи между доверием и сберегательным поведением? Алгоритм выделяет наиболее часто встречающиеся неслучайные наборы ответов, поэтому, используя вопросы о наличии сбережений, сберегательных установках и доверии различным институтам, мы можем оценить, как наличие сбережений связано с доверием тем или иным институтам, а также с наличием или отсутствием сберегательных установок. Доверяют ли финансовой системе те, у кого есть сбережения? Связано ли наличие сбережений со сберегательными установками? Является ли доверие государственным банкам условием для наличия доверия частным банкам, российским или иностранным⁸, а доверие АСВ и Банку России — условием для доверия российским банкам? Доверие каким социально-политическим институтам сочетается с

⁸ Строго говоря, иностранных банков в России нет, поскольку законодательство запрещает создание филиалов иностранных банков на территории России. Банки с иностранными названиями — это дочерние российские банки с участием иностранного капитала. То же касается и распространённого представления о противопоставлении государственных и коммерческих банков. Государственным банком в России является только Центральный банк РФ; он же — регулятор финансового

доверием банкам? Как сберегательные установки связаны с доверием банкам? Наконец, изменились ли и, если да, то как, сочетания интересующих нас ответов респондентов в 2020–2021 гг. по сравнению с доковидным периодом (2014–2019 гг.).

В качестве исходного набора для нашего алгоритма мы использовали переменные, показанные в таблице (см. табл. 2).

Таблица 2

Набор переменных и их кодировки для ассоциативного анализа

Переменная	Код 1	Код 0
Наличие или отсутствие сбережений в домохозяйстве	Есть сбережения	Нет сбережений
Сберегательная установка («Насколько утверждение: “Вы стараетесь регулярно откладывать деньги, даже небольшую сумму”, — характеризует лично Вас?»)	«Это точно про меня» и «Скорее, это про меня»	«Скорее, это не про меня» и «Это точно не про меня»
Доверие телевидению	«Полностью доверяю» и «Скорее, доверяю»	«Скорее, не доверяю» и «Совсем не доверяю»
Доверие Правительству РФ	«Полностью доверяю» и «Скорее, доверяю»	«Скорее, не доверяю» и «Совсем не доверяю»
Доверие Агентству по страхованию вкладов (АСВ)	«Полностью доверяю» и «Скорее, доверяю»	«Скорее, не доверяю» и «Совсем не доверяю»
Доверие «Сберу»	«Полностью доверяю» и «Скорее доверяю»	«Скорее, не доверяю» и «Совсем не доверяю»
Доверие другим банкам с участием государства	«Полностью доверяю» и «Скорее, доверяю»	«Скорее, не доверяю» и «Совсем не доверяю»
Доверие банкам с иностранным участием	«Полностью доверяю» и «Скорее, доверяю»	«Скорее, не доверяю» и «Совсем не доверяю»
Доверие другим российским коммерческим банкам, кроме банков с участием государства и иностранных банков, работающих в России	«Полностью доверяю» и «Скорее, доверяю»	«Скорее, не доверяю» и «Совсем не доверяю»

Необходимые нам вопросы задавались в 2014–2021 гг., ассоциативные правила были рассчитаны для двух периодов — до пандемии (2014–2019 гг.) и время пандемии (2020–2021 гг.), поскольку в регрессионном анализе было выявлено различие именно в такой периодизации. Это разделение на периоды также следует из анализа динамики сберегательных установок и поведения россиян. В таблице П.5 (см. приложение) представлены ассоциативные правила для двух периодов и основные параметры правил, полученные в программе Orange Data Mining⁹. На первом этапе анализа нас интересовали наиболее распространённые наборы ответов, поэтому поддержка была установлена на уровне 40% и выше с высокой достоверностью (отсечение было выполнено на уровне 90% и выше).

Все полученные правила характеризуются значением лифта больше 1; следовательно, все наборы неслучайны. Для 2014–2019 гг. было выделено 29 правил, а для 2020–2021 гг. — 27 правил; при этом в обоих периодах 19 правил совпали; уникальных правил в допандемийном периоде — 10, в пандемийном — 8.

рынка, поэтому не предоставляет банковских услуг потребителям. «Сбер», ВТБ, «Почта Банк», Россельхозбанк — коммерческие банки с государственным участием, в которых государству принадлежит контрольный пакет акций.

⁹ См. URL: <https://orangedatamining.com/> (см. также описание модуля ассоциативного анализа URL: <https://pypi.org/project/Orange3-Associate/>).

При заданном уровне поддержки и достоверности правила, содержащие одновременно и переменные (наличие или отсутствие сбережений, сберегательная установка и доверие), не сформировались. Содержательно большинство правил характеризует сочетание ответов по недоверию всем отобранным для анализа организациям, поскольку, как было отмечено ранее, недоверяющих им в России больше, чем доверяющих. При этом доверие Президенту как популярный ответ в опросах по доверию не встретился ни в качестве условия, ни в качестве следствия в наиболее распространённых правилах.

Среди общих для обоих периодов самой высокой поддержкой обладали ассоциации недоверия иностранным и коммерческим банкам: если респонденты не доверяют иностранным банкам, то они не доверяют и коммерческим. Причём обратное соотношение тоже было достаточно распространённым: при условии недоверия коммерческим банкам не доверяли и иностранным, однако только в том случае, если оно дополнялось недоверием АСВ или госбанкам либо отсутствием сбережений.

Интересно также то, что недоверие госбанкам часто встречалось среди условий, но никогда среди следствий. То же касается и недоверия АСВ: в сочетании с недоверием коммерческим банкам оно становилось условием недоверия иностранным, а недоверие АСВ и иностранным банкам ассоциировалось с недоверием коммерческим. Два правила содержали в качестве условия недоверие Правительству России, которое в сочетании с недоверием иностранным банкам имело следствием недоверие коммерческим (и наоборот).

Только два правила содержали доверие: (1) «Если доверяют госбанкам, то доверяют и Сбербанку» и (2) «Если доверяют Сбербанку и не доверяют иностранным банкам, то не доверяют и коммерческим банкам». Первое правило имеет не только высокую поддержку и достоверность, но и самое высокое значение лифта среди всех правил.

В правилах, объединяющих сберегательный опыт и доверие, также фиксируется негативная коннотация: отсутствие сбережений в сочетании с недоверием коммерческим банкам имело следствием недоверие иностранным (и наоборот).

Среди правил, получивших высокую поддержку только в 2014–2019 гг., есть сочетания, в которых условием выступает положительная сберегательная установка, однако она сочетается с недоверием АСВ, иностранным и коммерческим банкам, а в качестве следствий имеет недоверие данным типам банков. С началом пандемии поддержка данных правил значительно снизилась (снижение около 10%), что свидетельствует о том, что данное правило стало реже встречаться в ответах респондентов.

Спецификой правил, полученных только в 2020–2021 гг., стало появление правил, включающих недоверие телевидению, а также отсутствие сбережений. Трансформация наборов правил для 2014–2019 гг. и 2020–2021 гг. свидетельствует об изменении структуры взаимосвязей доверия и сберегательного поведения.

Итак, анализ наиболее часто встречающихся неслучайных наборов ответов респондентов, направленный на поиск взаимосвязей между сберегательным опытом, установками и доверием показал, что при уровне поддержки правил не менее 40% и с достоверностью не менее 90% распространены наборы ответов, сочетающие недоверие разным социально-политическим и финансовым институтам, отсутствие сбережений и позитивная установка на сбережения, при этом одновременно наличие сбережений и установки на сбережение в правилах не встретилась. Таким образом, можно говорить о том, что ассоциативный анализ при заданных нами параметрах распространённости и достоверности правил не выявил правил, которые связывали бы доверие и сбережения. Возможно, такие связи могли бы появиться при снижении пороговых значения для поддержки.

На следующем этапе анализа мы, снижая уровень поддержки правил, выделили правила, объединившие все интересующие нас переменные (см. табл. 3). Анализируя наборы ответов респондентов о наличии или отсутствии сбережений, сберегательных установок и доверия, при снижении поддержки до 25% было сформировано 12 правил для 2014–2019 гг. и только три правила для 2020–2021 гг. (эти три правила есть и в наборах для первого периода, но уровень их поддержки снизился). Общим для всех полученных правил является отсутствие сбережений при наличии позитивной сберегательной установки и отсутствие доверия АСВ. При снижении уровня поддержки до 15% и сохранении достоверности на уровне 90% правил, содержащих ответы, указывающие на наличие сбережений, не было сформировано; это свидетельствует о том, что такие наборы не являются распространёнными, достоверными и неслучайными.

Таблица 3

Ассоциативные правила, описывающие сочетание ответов респондентов о наличии или отсутствии сбережений, сберегательных установках и доверии (поддержка не менее 25%; достоверность не менее 90%)

Поддержка	Достоверность	Лифт	Условие	Следствие
Правила, полученные для 2014–2019 гг.				
Всего 227 правил; из них 45 содержат сберегательные установки, в том числе 12 с ответами об отсутствии сбережений				
0,377	0,938	1,223	Нет сбережений, установка позитивная, коммерческие банки = не доверяете	→ Иностранные банки = не доверяете
0,377	0,960	1,219	Нет сбережений, установка позитивная, иностранные банки = не доверяете	→ Коммерческие банки = не доверяете
0,313	0,940	1,194	Нет сбережений, установка позитивная, АСВ = не доверяете	→ Коммерческие банки = не доверяете
0,307	0,922	1,202	Нет сбережений, установка позитивная, АСВ = не доверяете	→ Иностранные банки = не доверяете
0,301	0,961	1,252	Нет сбережений, установка позитивная, АСВ = не доверяете, коммерческие банки = не доверяете	→ Иностранные банки = не доверяете
0,301	0,979	1,244	Нет сбережений, установка позитивная, АСВ = не доверяете, иностранные банки = не доверяете	→ Коммерческие банки = не доверяете
0,301	0,903	1,238	Нет сбережений, установка позитивная, АСВ = не доверяете	→ Коммерческие банки = не доверяете, иностранные банки = не доверяете
0,277	0,978	1,274	Нет сбережений, установка позитивная, госбанки = не доверяете	→ Иностранные банки = не доверяете
0,275	0,972	1,234	Нет сбережений, установка позитивная, госбанки = не доверяете	→ Коммерческие банки = не доверяете
0,272	0,958	1,313	Нет сбережений, установка позитивная, госбанки = не доверяете	→ Коммерческие банки = не доверяете, иностранные банки = не доверяете
0,272	0,986	1,285	Нет сбережений, установка позитивная, коммерческие банки = не доверяете, госбанки = не доверяете	→ Иностранные банки = не доверяете
0,272	0,980	1,245	Нет сбережений, установка позитивная, госбанки = не доверяете, иностранные банки = не доверяете	→ Коммерческие банки = не доверяете

Таблица 3. Окончание

Под- держка	Досто- вер- ность	Лифт	Условие	Следствие
Правила, полученные для 2020–2021 гг.				
Всего 227 правил, из них 45 содержат сберегательные установки, в том числе в том числе три с ответами об отсутствии сбережений				
0,290	0,901	1,199	Нет сбережений, установка позитивная, коммерческие банки = не доверяете	→ Иностранные банки = не доверяете
0,290	0,959	1,197	Нет сбережений, установка позитивная, иностранные банки = не доверяете	→ Коммерческие банки = не доверяете
0,256	0,927	1,157	Нет сбережений, установка позитивная, АСВ = не доверяете	→ Коммерческие банки = не доверяете

Возвращаясь к поставленным нами вопросам о том, как связаны наличие сбережений и доверие институтам, можно утверждать, что даже при установке на сбережения не формируются правила, в которых есть сбережения или есть доверие. Снижение количества ассоциативных правил и уровня их поддержки в 2020–2021 гг., по сравнению с 2014–2019 гг., свидетельствует об изменениях в соотношении сберегательного опыта, сберегательных установок и доверия институтам. Изменения носят, скорее, негативный характер, так как не появляются правила, описывающие взаимосвязь наличия сбережений со сберегательными установками и доверием финансовым институтами. Результаты ассоциативного анализа взаимосвязи доверия финансовым институтам и финансовой неустойчивости домохозяйств свидетельствуют о том, что недоверие финансовым институтам сдерживает рост финансовой устойчивости.

Заключение

Наша работа мотивирована исследованиями, в которых был получен вывод о том, что в период кризиса финансовая устойчивость домохозяйств во многих странах возросла за счёт увеличения сбережений и числа сберегателей. Это случилось благодаря тому, что, с одной стороны, негативные ожидания относительно будущего стимулировали формирование сбережений «на черный день», а с другой, возможности тратить деньги на потребление в кризис были сильно ограничены из-за противокризисных мер. Кейс России был интересным тем, что на протяжении 2009–2023 гг. россияне несколько раз оказывались в условиях экономических шоков с характерными для них высокой неопределённостью и негативными ожиданиями относительно будущего, что могло привести к увеличению числа домохозяйств, имеющих сбережения «на черный день». Однако этого не произошло. Мы предположили, что одним из возможных препятствий является отсутствие доверия населению большинству социальных институтов, в частности — банковским и финансовым.

Рассмотрев динамику доверия и сберегательного поведения населения, мы пришли к выводу о том, что установка на сбережение, действительно, стала намного более распространённой в 2020 г. и 2021 г., однако это практически не отразилось на сберегательном поведении: доля россиян, имеющих сбережения, не изменилась; на протяжении 2009–2023 гг. она составляла около трети респондентов. Опыт пандемии и неопределённость в отношении будущего способствуют распространению установок на необходимость формирования финансовых резервов, однако сужение набора инструментов для хранения сбережений и переключение на наличные рубли в условиях высокого инфляционного риска фактически блокируют превращение этих установок в конкретные действия.

Социально-политическая и финансовая ситуация в России характеризуется высоким уровнем недоверия институтам. Большинству институтов, как социально-политических, так и финансовых, россияне не доверяют. Есть всего три института (из 16), индекс доверия которым устойчиво находится в зоне

положительных значений: Президент, «Сбер» и Банк России. Использование метода главных компонент для снижения размерности пространства видов доверия выявило два латентных фактора: первый объединил доверие политическим институтам, Банку России, АСВ и госбанкам, второй — доверие негосударственным финансовым институтам, АСВ и госбанкам за исключением «Сбера». Оценка регрессионной модели показала, что оба фактора имеют статистически значимую положительную связь с наличием сбережений.

Применённый ассоциативный анализ при заданных параметрах распространённости и достоверности правил не выявил правил, которые связывали бы доверие и наличие сбережений. Содержательно большинство правил характеризует сочетание ответов по недоверию всем отобранным для анализа институтам и отсутствию сбережений.

Спецификой правил, полученных только в 2020–2021 гг., стало, во-первых, появление в них недоверия телевидению, во-вторых, сочетание отсутствия сбережений и недоверия АСВ. Финансовая неустойчивость домохозяйств, связанная с отсутствием сбережений, в сочетании с недоверием как финансовым, так и социально-политическим институтам, являются для России распространённым правилом. При этом недоверие финансовым институтам в последние годы все больше связано с установкой на создание сбережений.

Принимая во внимание рост объёма наличных денег на руках у населения, можно предположить, что недоверие банкам и другим финансовым институтам способствует увеличению сбережений в наличных рублях, однако в условиях высокой инфляции этот способ ведёт к снижению их покупательной способности и росту интереса к поиску альтернативных способов хранения сбережений (криптовалюта, индивидуальные инвестиционные счета, материальные активы и др.), что, в свою очередь, может провоцировать рост распространения финансового мошенничества. И хотя популярность сбережений в иностранной валюте в последние годы снижалась, если инфляция будет высокой, а доверие банкам низким, можно предположить рост интереса к хранению сбережений в наличной иностранной валюте и материальных активах. А если и эти каналы будут ограничены, то не исключён рост к снижению сберегательной активности россиян, а следовательно, увеличение их финансовой неустойчивости.

Приложение

Таблица П.1

Матрица факторных нагрузок латентных переменных доверия (указаны нагрузки выше 0,4)*

Насколько вы доверяете?..	Компоненты (критерий Кайзера)	
	Доверие социально-политическим институтам, «Сберу», АСВ и госбанкам	Доверие финансовым институтам, кроме «Сбера» и Банка России
Правительству РФ	0,844	
Президенту РФ	0,801	
Парламенту РФ	0,792	
судам	0,739	
полиции	0,731	
Банку России	0,723	
телевидению	0,655	
Сбербанку	0,649	
Кредитным кооперативам		0,819
Паевым инвестиционным фондам		0,818
Другим российским коммерческим банкам, кроме банков с участием государства и иностранным банкам, работающим в России		0,817
Иностраным банкам, работающим в России (например, Ситибанк, Райффайзенбанк и др.)		0,796
Негосударственным пенсионным фондам		0,768
Страховым компаниям		0,733
Агентству страхования вкладов	0,492	0,591
Другим банкам с участием государства: ВТБ24, Газпромбанк, Россельхозбанк, Банк Москвы	0,468	0,578

* Метод выделения факторов: метод главных компонент. Метод вращения: варимакс с нормализацией Кайзера. Вращение сошлось за три итерации.

Таблица П.2

Список независимых переменных, использованных для спецификации модели

Переменная	Кодировка	Обоснование	Ссылки на источники
Пол	1 — мужчина 0 — женщина	Сберегательное поведение женщин и мужчин различается	[Fisher 2015]
		Женщины сберегают меньше	[Fisher 2010; Basiglio et al. 2020]
		Женщины имеют более высокую склонность к сбережениям	[Seguino, Floro 2003; Devaney, Anong, Whirl 2007]
		Нет связи	[Swasdpeera, Pandey 2012; Beckmann, Hake, Urvova 2013]
		Неоднозначная связь	[Abdelkhalek et al. 2010]
Возраст и возраст в квадрате	Количество полных лет	Согласно модели жизненного цикла норма сбережений изменяется с возрастом нелинейно (сначала растёт, потом снижается); следовательно, вероятность нормы сбережений будет выше у респондентов среднего возраста. Однако наличие сбережений будет связано линейно и положительно	[Modigliani, Brumberg 1954; Ando, Modigliani 1963; Poterba 1996; Cocco, Gomes, Maenhout 2005; Deaton 2005; Beckmann, Hake, Urvova 2013]
Высшее образование	1 — есть высшее образование, законченное и незаконченное 0 — нет высшего образования	Высшее образование позволяет лучше оценивать соотношение рисков и доходности и принимать более эффективные решения в потреблении	[Morisset, Revoredo 1995; Poterba, Wise 1996; Joo, Grable 2000; Hogarth 2002; Lusardi 2008; Rooij, Lusardi, Alessie 2011; Chowa, Masa, Ansong 2012; Minh et al. 2013; Beckmann, Hake, Urvova 2013]
Доход	Логарифм среднедушевого дохода домохозяйства*	С ростом дохода увеличивается вероятность того, что у домохозяйства будут сбережения	[Duesenberry 1949; Modigliani, Brumberg 1954; Friedman 1957; Minh et al. 2013; Nalin 2013; Beckmann, Hake, Urvova 2013]
Размер населённого пункта	1 — города от 500 тыс. жителей и больше 0 — населённые пункты менее 500 тыс. жителей	Положительная связь, так как в населённых пунктах большего размера у домохозяйств есть более широкий доступ к сберегательным инструментам и информации	[Grigoli, Herman, Schmidt-Hebbel 2014]
Семейный статус	1 — состоит в официальном или не официальном браке 0 — не состоит в браке	Если респонденты состоят в браке, то вероятность сбережений ниже, так как у них больше расходов и обязательств	[Glazer 2008; Kostakis 2012; Love 2009; Nalin 2013]
		Состоящие в браке могут экономить на эффекте масштаба, и это увеличивает вероятность наличия сбережений	[Knoll, Tamborini, Whitman 2012]
Есть долгосрочная финансовая цель	1 — есть цель 0 — нет цели	Наличие долгосрочных целей стимулирует формирование сбережений	[Nam et al. 2016]
Наличие банковской карты	1 — есть карта 0 — нет карты	Наличие банковской карты открывает доступ к банковским сберегательным инструментам, что повышает вероятность сбережений	[Bachas et al. 2021]

Переменная	Кодировка	Обоснование	Ссылки на источники
Пользование Интернетом	1 — пользуется Интернетом 0 — не пользуется Интернетом	Доступ к Интернету повышает информированность пользователей о способах хранения средств, что повышает вероятность наличия сбережений	[Glaser, Klos 2013]
Знание государственной системы страхования вкладов	1 — правильный ответ на тестовый вопрос 0 — неправильный ответ на тестовый вопрос или нет ответа	Финансовая грамотность положительно связана с наличием сбережений	[Lusardi, Mitchell 2007; Clark, D'Ambrosio 2008; Landerretche, Martinez 2013; Deuflhard, Georganakos, Inderst 2015]
Доверие политическим институтам, АСВ, госбанкам	Факторные нагрузки (см. табл. П.1)	Доверие социально-политическим институтам положительно связано со сбережениями	[Balloch, Nicolaei, Philip 2015]
Доверие финансовым институтам, АСВ, госбанкам, за исключением Сбера	Факторные нагрузки (см. табл. П.1)	Доверие финансовым институтам положительно связано со сбережениями	[Balloch, Nicolaei, Philip 2015]
Сберегательные установки	Факторные нагрузки (см. табл. П.3)	Сберегательные установки положительно связаны с формированием сбережений	[Lindqvist 1981]
Ведение письменного учёта доходов и расходов	1 — ведут учёт 2 — не ведут учёта	Ведение учёта положительно связано с наличием сбережений	
Период проведения опроса	2014–2021 гг.	Сбережения населения контрцикличны, то есть увеличиваются во время кризиса, снижаются во время экономической стабилизации	[Adema, Pozzi 2015]
		Сбережения населения процикличны	[Friedman 1957]

* Переменная дохода домохозяйства рассчитана на основе двух вопросов: прямого вопроса о доходах домохозяйства за последний месяц и вопроса с интервальными закрытиями в случае, если нет ответа на прямой вопрос. Во этом втором случае в качестве оценки дохода использовалось среднее значение интервала. Для расчёта среднедушевого дохода домохозяйства общий доход делился на количество членов домохозяйства.

Таблица П.3

Описательные статистики переменных в регрессии

Наименование переменной	Число наблюдений (Obs)	Среднее значение (Mean)	Стандартное отклонение (Std. Dev.)	Минимальное значение (Min)	Максимальное значение (Max)
Наличие сбережений	12,589	0,361	0,480	0	1
Пол	12,963	0,450	0,498	0	1
Возраст	12,963	45,166	16,414	18	95
Высшее образование	12,963	0,276	0,447	0	1
Доход	11,119	9,638	0,683	5,992	13,122
Размер населённого пункта	12,963	0,295	0,456	0	1
Семейный статус	12,963	0,601	0,489	0	1
Есть долгосрочная финансовая цель	12,652	0,467	0,498	0	1
Наличие банковской карты	12,963	0,768	0,422	0	1
Пользование Интернетом	10,533	0,365	0,482	0	1
Знание государственной системы страхования вкладов	12,963	0,294	0,456	0	1
Доверие политическим институтам, АСВ и госбанкам	5,668	0,000	1	2,992	2,691
Доверие финансовым институтам, АСВ и госбанкам, за исключением Сбера	5,668	0,000	1	3,392	2,422
Сберегательные установки	12,652	0,000	1	1,460	2,342
Ведение письменного учёта доходов и расходов	12,682	0,304	0,459	0	1
Год проведения опроса: 2014	12,963	0,126	0,332	0	1
Год проведения опроса: 2015	12,963	0,123	0,329	0	1
Год проведения опроса: 2016	12,963	0,123	0,329	0	1
Год проведения опроса: 2017	12,963	0,124	0,329	0	1
Год проведения опроса: 2018	12,963	0,126	0,332	0	1
Год проведения опроса: 2019	12,963	0,126	0,332	0	1
Год проведения опроса: 2020	12,963	0,126	0,332	0	1
Год проведения опроса: 2021	12,963	0,127	0,333	0	1

Таблица П.4

Матрица факторных нагрузок (указаны нагрузки выше 0,4)*

Суждения	Компоненты (критерий Кайзера)
	1
Вы стараетесь регулярно откладывать деньги, даже небольшую сумму	0,915
Вы стараетесь сберегать деньги на будущее	0,904
Вы всегда стараетесь иметь хотя бы какую-то сумму денег на непредвиденные расходы, на всякий случай	0,880

*Метод выделения факторов: метод главных компонент.

Мера адекватности выборки Кайзера—Майера—Олкина (КМО) = 0,738.

Критерий сферичности Бартлетта: примерная Хи-квадрат = 20856,800; ст. св. = 3; значимость = 0,000.

Таблица П.5

Ассоциативные правила, описывающие сочетание ответов респондентов о наличии или отсутствии сбережений, сберегательных установках и о доверии (поддержка не менее 40%, достоверность не менее 90%)

Значение параметров для 2014–2019 гг.			Ассоциативные правила			Значение параметров для 2020–2021 гг.		
Поддержка	Достоверность	Лифт	Условие	Следствие	Поддержка	Достоверность	Лифт	
Правила, полученные в обоих периодах: 2014–2019 гг.; 2020–2021 гг.								
0,730	0,951	1,208	Иностранные банки = не доверяете	→	Коммерческие банки = не доверяете	0,711	0,946	1,181
0,562	0,973	1,235	АСВ = не доверяете, иностранные банки = не доверяете	→	Коммерческие банки = не доверяете	0,573	0,970	1,211
0,562	0,956	1,246	АСВ = не доверяете, коммерческие банки = не доверяете	→	Иностранные банки = не доверяете	0,573	0,919	1,223
0,506	0,972	1,267	Госбанки = не доверяете	→	Иностранные банки = не доверяете	0,507	0,931	1,238
0,503	0,966	1,227	Госбанки = не доверяете	→	Коммерческие банки = не доверяете	0,515	0,945	1,179
0,494	0,982	1,280	Коммерческие банки = не доверяете, госбанки = не доверяете	→	Иностранные банки = не доверяете	0,493	0,957	1,274
0,494	0,949	1,301	Госбанки = не доверяете	→	Коммерческие банки = не доверяете, иностранные банки = не доверяете	0,493	0,904	1,272
0,494	0,976	1,239	Госбанки = не доверяете, иностранные банки = не доверяете	→	Коммерческие банки = не доверяете	0,493	0,972	1,213
0,463	0,958	1,217	Нет сбережений, иностранные банки = не доверяете	→	Коммерческие банки = не доверяете	0,507	0,952	1,188
0,463	0,940	1,225	Нет сбережений, коммерческие банки = не доверяете	→	Иностранные банки = не доверяете	0,507	0,914	1,216
0,457	0,953	1,413	Госбанки = доверяете	→	«Сбер» = доверяете	0,413	0,908	1,393
0,434	0,981	1,278	АСВ = не доверяете, госбанки = не доверяете	→	Иностранные банки = не доверяете	0,448	0,939	1,249
0,434	0,980	1,245	АСВ = не доверяете, госбанки = не доверяете	→	Коммерческие банки = не доверяете	0,457	0,959	1,197
0,428	0,936	1,188	«Сбер» = доверяете, иностранные банки = не доверяете	→	Коммерческие банки = не доверяете	0,407	0,924	1,153
0,428	0,986	1,253	АСВ = не доверяете, госбанки = не доверяете, иностранные банки = не доверяете	→	Коммерческие банки = не доверяете	0,440	0,982	1,225

Таблица П.5. Продолжение

Значение параметров для 2014–2019 гг.			Ассоциативные правила			Значение параметров для 2020–2021 гг.		
Поддержка	Достоверность	Лифт	Условие	Следствие	Поддержка	Достоверность	Лифт	
0,428	0,987	1,286	АСВ = не доверяете, коммерческие банки = не доверяете, госбанки = не доверяете	→	Иностранные банки = не доверяете	0,440	0,961	1,279
0,428	0,967	1,326	АСВ = не доверяете, госбанки = не доверяете	→	Коммерческие банки = не доверяете, иностранные банки = не доверяете	0,440	0,922	1,297
0,404	0,945	1,232	Правительство = не доверяете, коммерческие банки = не доверяете	→	Иностранные банки = не доверяете	0,439	0,908	1,208
0,404	0,968	1,230	Правительство = не доверяете, иностранные банки = не доверяете	→	Коммерческие банки = не доверяете	0,439	0,968	1,209
Правила, полученные только в 2014–2019 гг.								
0,730	0,927	1,208	Коммерческие банки = не доверяете	→	Иностранные банки = не доверяете	—	—	—
0,587	0,930	1,181	АСВ = не доверяете	→	Коммерческие банки = не доверяете	—	—	—
0,578	0,914	1,191	АСВ = не доверяете	→	Иностранные банки = не доверяете	—	—	—
0,543	0,925	1,206	Установка позитивная, коммерческие банки = не доверяете	→	Иностранные банки = не доверяете	—	—	—
0,543	0,953	1,211	Установка позитивная, иностранные банки = не доверяете	→	Коммерческие банки = не доверяете	—	—	—
0,444	0,930	1,181	Установка позитивная, АСВ = не доверяете	→	Коммерческие банки = не доверяете	—	—	—
0,435	0,911	1,188	Установка позитивная, АСВ = не доверяете	→	Иностранные банки = не доверяете	—	—	—
0,427	0,908	1,153	Правительство = не доверяете	→	Коммерческие банки = не доверяете	—	—	—
0,424	0,974	1,237	Установка позитивная, АСВ = не доверяете, инострбанки=не доверяете	→	Коммерческие банки = не доверяете	—	—	—
0,424	0,954	1,244	Установка позитивная, АСВ = не доверяете, коммерческие банки = не доверяете	→	Иностранные банки = не доверяете	—	—	—
Правила, полученные только в 2020–2021 гг.								
—	—	—	Телевидение (ТВ) = не доверяете, иностранные банки = не доверяете	→	Коммерческие банки = не доверяете	0,504	0,956	1,194
—	—	—	ТВ = не доверяете, АСВ = не доверяете	→	Коммерческие банки = не доверяете	0,471	0,906	1,131
—	—	—	Нет сбережений, АСВ = не доверяете	→	Коммерческие банки = не доверяете	0,442	0,924	1,153

Таблица П.5. Окончание

Значение параметров для 2014–2019 гг.			Ассоциативные правила			Значение параметров для 2020–2021 гг.		
Поддержка	Достоверность	Лифт	Условие	Следствие	Поддержка	Достоверность	Лифт	
—	—	—	TV = не доверяете, АСВ = не доверяете, иностранные банки = не доверяете	→ Коммерческие банки = не доверяете	0,430	0,972	1,213	
—	—	—	TV = не доверяете, АСВ = не доверяете, коммерческие банки = не доверяете	→ Иностранные банки = не доверяете	0,430	0,914	1,216	
—	—	—	Правительство = не доверяете, АСВ = не доверяете	→ Коммерческие банки = не доверяете	0,420	0,927	1,157	
—	—	—	Нет сбережений, АСВ = не доверяете, иностранные банки = не доверяете	→ Коммерческие банки = не доверяете	0,414	0,975	1,217	
—	—	—	Нет сбережений, АСВ = не доверяете, коммерческие банки = не доверяете	→ Иностранные банки = не доверяете	0,414	0,935	1,244	

Литература

- Бессонова Е., Цветкова А. 2022. *Финансовое поведение домохозяйств в пандемию: аналитическая записка*. М.: Банк России. URL: https://cbr.ru/Content/Document/File/141962/analytic_note_20221103_dip.pdf
- ВЦИОМ. 2022. Сбережения и вклады на фоне СВО. *ВЦИОМ*. 3 октября. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/sberezhenija-i-vklady-na-fone-svo>
- Ибрагимов Д. Х. 2015. Динамика доверия финансовым институтам и парадоксы сберегательного поведения населения. *Банковское дело*. 12: 27–34.
- Козырева П. М. 2012. Финансовое поведение в контексте социально-экономической адаптации населения (социологический анализ). *Социологические исследования*. 7: 54–66.
- Красильникова М. Д. 2010. Как российское население переживает очередной экономический кризис. *Мир России. Социология. Этнология*. 19 (4): 162–181.
- Кузина О. Е., Крупенский Н. А. 2018. Перекредитованность россиян: миф или реальность? *Вопросы экономики*. 11: 85–104.
- Радаев В. В. (ред.) 2023. *Как россияне справляются с новым кризисом: социально-экономические практики*. М.: Изд. дом ВШЭ.
- Седова Е. Н., Раменская А. В., Безбородникова Р. М. 2015. *Ассоциативные правила в социально-экономических и экологических исследованиях: учебное пособие*. Оренбург: ОГУ.
- Тихонова Н. Е. 2023. Сберегательное поведение россиян: динамика и факторы. *Социологические исследования*. 11: 67–79.
- ФОМ. 2022. *Деньги и коронавирус: как россияне переживают кризис* (рук. авт. колл. А. А. Ослон; Л. А. Преснякова, Н. В. Гашенина). М.: Институт Фонда «Общественное Мнение».
- Щербаль М. С. 2013а. Моделирование сберегательного поведения населения в условиях нестабильности: эмпирический опыт. *Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены*. 5 (117): 114–122.
- Щербаль М. С. 2013б. Сберегательное поведение населения в нестабильных социально-экономических условиях. *Социологический журнал*. 2: 65–71.
- Abdelkhalek T. et al. 2010. A Microeconomic Analysis of Household Savings Determinants in Morocco. *African Review of Money Finance and Banking*. 2010: 7–27. URL: <https://www.jstor.org/stable/i40084935>
- Adema Y., Pozzi L. 2015. Business Cycle Fluctuations and Household Saving in OECD Countries: A Panel Data Analysis. *European Economic Review*. 79 (8): 214–233. URL: <https://ideas.repec.org/a/eee/eecrev/v79y2015icp214-233.html>
- Agrawal R. et al. 1996. Fast Discovery of Association Rules. In: Fayyad U. M. et al. (eds) *Advances in Knowledge Discovery and Data Mining*. Menlo Park, CA: AAAI Press; 307–328.

- Alan S., Crossley T., Low H. 2012. *Saving on a Rainy Day, Borrowing for a Rainy Day*. London: IFS. URL: <https://ifs.org.uk/publications/saving-rainy-day-borrowing-rainy-day>
- Albacete N., Lindner P. 2013. Household Vulnerability in Austria — A Microeconomic Analysis Based on the Household Finance and Consumption Survey. *Financial Stability Report, Oesterreichische Nationalbank (Austrian Central Bank)*. 25: 57–73.
- Amoozad Mahdiraji H. et al. 2022. A Multi-Attribute Data Mining Model for Rule Extraction and Service Operations Benchmarking. *Benchmarking: An International Journal*. 29 (2): 456–495.
- Anderloni L., Bacchiocchi E., Vandone D. 2012. Household Financial Vulnerability: An Empirical Analysis. *Research in Economics*. 66 (3): 284–296.
- Ando A., Modigliani F. 1963. The ‘Life-Cycle’ Hypothesis of Saving: Aggregate Implication and Tests. *American Economic Review*. 53 (1.1): 55–84.
- Bachas N. et al. 2020. Initial Impacts of the Pandemic on Consumer Behavior: Evidence from Linked Income, Spending, and Savings Data. *NBER Working Paper*. 27617. Cambridge, MA: National Bureau of Economic Research, Inc.
- Bachas P. et al. 2021. How Debit Cards Enable the Poor to Save More. *The Journal of Finance*. 76 (4): 1913–1957.
- Balloch A., Nicolaei A., Philip D. 2015. Stock Market Literacy, Trust, and Participation. *Review of Finance*. 19 (5): 1925–1963.
- Bańbuła P. et al. 2016. Which Households Are Really Financially Distressed: How Micro-Data Could Inform the Macro-Prudential Policy. Proceedings of the IFC Workshop on “Combining Micro and Macro Statistical Data for Financial Stability Analysis. Experiences, Opportunities and Challenges. *IFC Bulletin*. 41. Basel: Bank for International Settlements. URL: <https://www.bis.org/ifc/publ/ifcb41.pdf>
- Basiglio S., et al. 2020. Saving with a Social Impact: Evidence from Trento Province. *Sustainability*. 12 (20): 8363–8377.
- Basselier R., Minne G. 2021. Household Savings During and After the COVID-19 Crisis: Lessons from Surveys. *NBB Economic Review*. 3: 60–78.
- Beckmann E. 2019. Household Savings in Central Eastern and Southeastern Europe: How Do Poorer Households Save? *World Bank Policy Research Working Paper*. 8751. Washington, DC: World Bank Group.
- Beckmann E., Hake M., Urvova J. 2013. Determinants of Households’ Savings in Central, Eastern and Southeastern Europe. *Focus on European Economic Integration*. Q3 (13): 8–29.
- Berg J., Dickhaut J., McCabe K. 1995. Trust, Reciprocity, and Social History. *Games and Economic Behavior*. 10 (1): 122–142.
- Bridges S., Disney R. 2004. Use of Credit and Arrears on Debt Among Low-Income Families in the United Kingdom. *Fiscal Studies*. 25 (1): 1–25.

- Bridges S., Disney R. 2010. Debt and Depression. *Journal of Health Economics*. 29 (3): 388–403.
- Bridges S., Disney R., Gathergood J. 2008. *Drivers of Over-Indebtedness: Report to the Department for Business, Enterprise and Regulatory Reform*. Essex, UK: Institute for Social and Economic Research; University of Essex. URL: <http://www.berr.gov.uk/files/file49248.pdf>
- Brookes K., Facchini F. 2022. Trust and Savings: A Literature Review. *Revue d'économie politique*, 132 (1): 15–48.
- Brown M., Guin B., Kirschenmann K. 2015. Microfinance Banks and Financial Inclusion. *Review of Finance*. 20 (3): 907–946.
- Brown S., Taylor K. 2008. Household Debt and Financial Assets: Evidence from Germany, Great Britain and the USA. *Journal of the Royal Statistical Society, Series A*. 171 (3): 615–643.
- Brunetti E., Giarda E., Torricelli C. 2016. Is Financial Fragility a Matter of Illiquidity? An Appraisal for Italian Households. *Review of Income and Wealth*. 62 (4): 628–649.
- Bryan M. L., Taylor M. P., Veliziotis M. 2010. *Over-Indebtedness in Great Britain: An Analysis Using the Wealth and Assets Survey and Household Annual Debtors Survey*. Essex: Institute for Social and Economic Research, University of Essex.
- Carroll C. D., Slacalek J., Sommer M. 2019. Dissecting Saving Dynamics: Measuring Wealth, Precautionary, and Credit Effects. *NBER Working Paper*. 26131. Cambridge, MA: National Bureau of Economic Research, Inc.
- Catherine S. F. H., Yusof J. M., Mainal S. 2016. Household Debt, Macroeconomic Fundamentals and Household Characteristics in Asian Developed and Developing Countries. *The Social Sciences*. 11 (18): 4358–4362. URL: <https://doi.org/10.36478/sscience.2016.4358.4362>
- Chamon M. D., Prasad E. S. 2010. Why are Saving Rates of Urban Households in China Rising? *American Economic Journal: Macroeconomics*. 2 (1): 93–130.
- Chernykh L., Davydov D., Sihvonen J. 2019. Stability and Public Confidence in Banks. *BOFIT Discussion Papers*. 2. Helsinki: BOFIT (Bank of Finland; Institute for Economies in Transition). URL: <https://www.bofit.fi/globalassets/bofit/research/conferences-and-workshops/2019/munich2019/davydov.pdf>
- Chowa G. A. N., Masa R. D., Ansong D. 2012. Determinants of Saving among Low-Income Individuals in Rural Uganda: Evidence from Assets Africa. *Advances in Applied Sociology*. 2 (4): 280–291.
- Cocco J. F., Gomes F. J., Maenhout P. J. 2005. Consumption and Portfolio Choice over the Life Cycle. *Review of Financial Studies*. 18 (2): 491–553.
- Coleman J. 1988. Social Capital in the Creation of Human Capital. *American Journal of Sociology*. 94 (Supplement): S95–S120.
- Crujnsen C. van der, Haan J. de, Roerink R. 2021. Financial Knowledge and Trust in Financial Institutions. *Journal of Consumer Affairs*. 55 (2): 680–714.

- Crujssen C. van der, Haan J. de, Roerink R. 2023. Trust in Financial Institutions: A survey. *Journal of Economic Surveys*. 37 (4): 1214–1254.
- D'Alessio G., Iezzi S. 2013. Household Over-Indebtedness: Definition and Measurement with Italian Data. *Bank of Italy Occasional Paper*. 149.
- Daud S. N. M. et al. 2019. Financial Vulnerability and Its Determinants: Survey Evidence from Malaysian Households. *Emerging Markets Finance and Trade*. 55 (9): 1991–2003.
- Deaton A. 2005. Franco Modigliani and the Life Cycle Theory of Consumption. *Banca Nazionale del Lavoro Quarterly Review*. 58 (233–234): 91–107.
- Deaton A., Paxson C. H. 2000. Growth and Saving Among Individuals and Households. *Review of Economics and Statistics*. 82 (2): 212–225.
- Demertzis M., Dominguez-Jimenez M., Lusardi A. 2020. The Financial Fragility of European Households in the Time of COVID-19. *Policy Contribution*. 15. URL: https://www.bruegel.org/sites/default/files/wp_attachments/PC-15-2020-final.pdf
- Denizer C., Wolf H. 1998. Household Saving in Transition Economies. *NBER Working Paper*. 6457. Cambridge, MA: National Bureau of Economic Research, Inc.
- Deuffhard D., Georgarakos D., Inderst R. 2015. Financial Literacy and Saving Account Returns. *European Central Bank Working Series*. 1852. Frankfurt am Main: European Central Bank.
- Devaney S. A., Anong S. T., Whirl S. E. 2007. Household Savings Motives. *Journal of Consumer Affairs*. 41 (1): 174–186.
- Dodd N. 2014. *The Social Life of Money*. Princeton: Princeton University Press.
- Dossche M., Zalatnos S. 2020. COVID-19 and the Increase in Household Savings: Precautionary or Forced? *ECB Economic Bulletin*. 6. URL: https://www.ecb.europa.eu/press/economic-bulletin/focus/2020/html/ecb.ebbox202006_05~d36f12a192.en.html
- Duesenberry J. S. 1949. *Income, Saving, and the Theory of Consumer Behavior*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Ellmeier E., Koch M., Scheiber T. 2023. Saving Behavior Along the Income Distribution During the COVID-19 Pandemic. *Focus on European Economic Integration*. Oesterreichische Nationalbank (Austrian Central Bank). Q1 (23): 7–21.
- Emmons W. R., Noeth B. J. 2013. Economic Vulnerability and Financial Fragility. *Federal Reserve Bank of St. Louis Review*. 95 (5): 361–388.
- Farrell L., Fry J., Fry T. 2020. Who Trusts the Bank of England and High Street Banks in Britain? *Applied Economics*. 53 (16): 1–13.
- Fisher P. 2010. Gender Differences in Personal Saving Behaviors. *Journal of Financial Counseling and Planning*. 21 (1): 14–24.

- Fisher P. 2015. Gender Differences in Saving Among Low- to Moderate-Income Households. *Financial Services Review*. 24 (1): 1–13.
- Fitch C. et al. 2011. The Relationship between Personal Debt and Mental Health: A Systematic Review. *Mental Health Review Journal*. 16 (4): 153–166.
- Friedman M. 1957. *A Theory of the Consumption Function*. Princeton: Princeton University Press.
- Fund I. M. 2021. *World Economic Outlook (International Monetary Fund)*. Washington, DC: International Monetary Fund. URL: <https://www.imf.org/-/media/Files/Publications/WEO/2021/October/English/text.ashx>
- Galiani S., Gertler P., Ahumada C. N. 2022. Trust and Saving in Financial Institutions by the Poor. *Documento de trabajo RedNIE*. 174. URL: <https://rednie.eco.unc.edu.ar/files/DT/174.pdf>
- Gambetta D. 1988. Can We Trust Trust? In: Gambetta D. (ed.) *Trust: Making and Breaking Cooperative Relations*. Cambridge, MA: Basil Blackwell, Inc.; 213–237.
- Gathergood J. 2011. Self-Control, Financial Literacy and Consumer Over-Indebtedness. *Journal of Economic Psychology*. 33 (3): 590–602.
- Giddens A. 1984. *The Constitution of Society*. Berkeley; Los Angeles: University of California Press.
- Glaser M., Klos A. 2013. *Causal Evidence on Internet Use and Stock Market Participation*. University of Munich Working Paper. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2021158>
- Glazer A. 2008. Social Security and Conflict within the Family. *Journal of Population Economics*. 21 (2): 331–338.
- Gregory P. R., Mokhtari M., Schrettl W. 1999. Do the Russians Really Save That Much? Alternate Estimates From the Russian Longitudinal Monitoring Survey. *The Review of Economics and Statistics*. 81 (4): 694–703.
- Grigoli F., Herman A., Schmidt-Hebbel K. 2014. World Saving. *IMF Working Paper*. 2014 (204). Washington, DC: International Monetary Fund; Western Hemisphere Department.
- Guiso L. 2010. A Trust-Driven Financial Crisis. Implications for the Future of Financial Markets. *EUI Working Papers. Department of Economics*. 2010 (07).
- Hamid F. S., Loke Y. J., Chin P. N. 2023. Determinants of Financial Resilience: Insights from an Emerging Economy. *Journal of Social and Economic Development*. 25: 479–499. URL: <https://doi.org/10.1007/s40847-023-00239-y>
- Harris M. N., Loundes J., Webster E. 2002. Determinants of Household Saving in Australia. *The Economic Record*. 78 (241): 207–223.
- Herawan T., Chiroma H., Vitasari P. 2015. Mining Critical Least Association Rules from Students Suffering Study Anxiety Datasets. *Qual Quant*. 49: 2527–2547.
- Hogarth J. M. 2002. Financial Literacy and Family and Consumer Sciences. *Journal of Family & Consumer Sciences*. 94 (1): 15–28.

- Ibragimova D., Kuzina O. E., Vernikov A. V. 2015. Which Banks Do Russian Households [Dis-]Trust More? In: *XV April International Scientific Conference on Problems of Economic and Social Development: in 4 books. Book 4*. Moscow: HSE Publishing House; 548–556.
- International Monetary Fund. 2021. *External Sector Report: Divergent Recoveries and Global Imbalances*. Washington, DC: International Monetary Fund.
- Jappelli T., Pagano M., Maggio M. 2008. *Households' Indebtedness and Financial Fragility*. CSEF Working Papers. Napoli: Centre for Studies in Economics and Finance (CSEF), University of Naples.
- Joo S., Grable J. E. 2000. A Retirement Investment and Saving Decision Model: Influencing Factors and Outcomes. *Consumer Interest Annual*. 46: 43–48.
- Kim H. J. et al. 2014. Household Indebtedness in Korea: its Causes and Sustainability. *Japan and the World Economy*. 29 (C): 9–76.
- Kim Y. I., Kim H. C., Yoo J. H. 2016. Household Over-indebtedness and Financial Vulnerability in Korea: Evidence from Credit Bureau Data. *KDI Journal of Economic Policy*. 38 (3): 53–77.
- Knell M., Stix H. 2015. Trust in Banks During Normal and Crisis Times—Evidence from Survey Data. *Economica*. 82 (Supplement): 995–1020.
- Knoll M. A. Z., Tamborini C. R., Whitman K. 2012. I Do ... Want to Save: Marriage and Retirement Savings in Young Households. *Journal of Marriage and Family*. 74 (1): 86–100.
- Kostakis I. 2012. The Determinants of Households' Savings During Recession: Evidence from Greece. *International Journal of Economic Practices & Theories*. 2 (4): 253–65.
- Landerretche O. M., Martinez C. 2013. Voluntary Savings, Financial Behavior, and Pension Finance Literacy: Evidence from Chile. *Journal of Pension Economics and Finance*. 12 (3): 251–297.
- Leika M., Marchettini D. 2017. *Generalized Framework for the Assessment of Household Financial Vulnerability*. Washington, DC: International Monetary Fund.
- Lindqvist A. 1981. A Note on Determinants of Household Saving Behavior. *Journal of Economic Psychology*. 1 (1): 39–57.
- Love D. A. 2009. The Effects of Marital Status and Children on Savings and Portfolio Choice. *The Review of Financial Studies*. 23 (1): 385–432.
- Luhmann N. 1979. *Trust and Power*. Chichester: John Wiley.
- Lusardi A. 2008. Household Saving Behavior: The Role of Financial Literacy, Information, and Financial Education Programs. *NBER Working Paper*. 13824. Cambridge, MA: National Bureau of Economic Research, Inc.
- Lusardi A., Hasler A., Yakoboski P. 2020. Building up Financial Literacy and Financial Resilience. *Mind and Society*. 20 (2): 181–187.

- Lusardi A., Mitchell O. S. 2007. Financial Literacy and Retirement Preparedness. Evidence and Implications for Financial Education. *Business Economics*. 42 (1): 35–44.
- Lusardi A., Schneider D. J., Tufano P. 2011a. Financial Fragility among Middle-income Households: Evidence beyond Asset Building. *National Bureau of Economic Research: Technical Report*. Cambridge, MA: National Bureau of Economic Research, Inc.
- Lusardi A., Schneider D., Tufano P. 2011b. Financially Fragile Households: Evidence and Implications. *Brookings Papers on Economic Activity*. 42 (1): 83–151.
- Lusardi A., Tufano P. 2009. Debt Literacy, Financial Experiences and Overindebtedness. *NBER Working Papers*. 14808. Cambridge, MA: National Bureau of Economic Research, Inc.
- Man G. 2018. Critical Appraisal of Jointness Concepts in Bayesian Model Averaging: Evidence from Life Sciences, Sociology, and Other Scientific Fields. *Journal of Applied Statistics*. 45 (5): 1–23.
- Minh N. T. et al. 2013. Demographics and Saving Behavior of Households in Rural Areas of Vietnam: an Empirical Analysis. *Journal of Economics and Development*. 15 (2): 5–18.
- Mishler W., Rose R. 1997. Trust, Distrust and Skepticism: Popular Evaluations of Civil and Political Institutions in Post-Communist Societies. *Journal of Politics*. 59 (2): 418–451.
- Modigliani F., Brumberg R. 1954. Utility Analysis and the Consumption Function: An Interpretation of Cross-Section Data. In Kurihara K. K. (ed.) *Post Keynesian Economics*. New Brunswick: Rutgers University Press; 388–436.
- Mody A., Ohnsorge F., Sandri D. 2012. Precautionary Savings in the Great Recession. *IMF Working Paper*. 12/42. Washington, DC: International Monetary Fund. URL: <https://ssrn.com/abstract=2012227>
- Morisset J., Revoredo C. 1995. Savings and Education: A Life-Cycle Model Applied to a Panel of 74 Countries. *Policy Research Working Paper*. 1504. Washington, DC: World Bank.
- Nalin H. T. 2013. Determinants of Household Saving and Portfolio Choice Behavior in Turkey. *Acta Oeconomica*. 63 (3): 309–331.
- Nam Y. et al. 2016. New Measures of Economic Security and Development: Savings Goals for Short-and long-term Economic Needs. *Journal of Consumer Affairs*. 50 (3): 611–637.
- Nardi M., French E., Jones J. B. 2016. Savings after Retirement: A Survey. *Annual Review of Economics*. 8 (1): 1–28.
- Pan Z. et al. 2019. Knowledge Discovery in Sociological Databases: an Application on General Society Survey Dataset. *International Journal of Crowd Science*. 3 (3): 315–332.
- Paxson C. 1996. Saving and Growth: Evidence from Micro Data. *European Economic Review*. 40 (2): 255–288.
- Pinkovetskaia I., Campillo D. F. A., Bahamon M. J. R. 2022. Households Income in 2021: Influence of the COVID-19 Pandemic. *Revista Finanzas y Política Económica*. 14 (2): 541–559.

- Poterba J. M. 1996. Personal Saving Behavior and Retirement Income Modeling: a research assessment. In Hanushek E. A., Maritato N. L. (eds.) *Assessing Knowledge of Retirement Behavior*. Washington, DC: National Academy Press.
- Poterba J. M., Wise D. A. 1996. Individual Financial Decisions in Retirement Saving Plan and the Provision of Resources for Retirement. *National Bureau of Economic Research Working Paper*. W5762. Cambridge: National Bureau of Economic Research.
- Power D. 2004. *Decision Support Systems: Frequently Asked Questions*. New York: iUniverse.
- Radaev V. V. 2004. How Trust is Established in Economic Relationships when Institutions and Individuals Are Not Trustworthy: The Case of Russia. In: Kornai J., Rothstein B., Rose-Ackerman S. (eds) *Creating Social Trust in Post-Socialist Transition*. New York: Palgrave Macmillan; 91–110.
- Rahim H. A. 2011. Factors Contributing to Financial Stability of Urban and Rural Families. *Pertanika Journal of Social Science and Humanities*. 19 (1): 99–112.
- Rooij M., Lusardi A., Alessie R. 2011. Financial Literacy and Stock Market Participation. *Journal of Financial Economics*. 101 (2): 449–472.
- Schilke O., Reimann M., Cook K. S. 2021. Trust in Social Relations. *Annual Review of Sociology*. 47: 239–259.
- Schunk D. 2009. What Determines Household Saving Behavior? An Examination of Saving Motives and Saving Decisions. *Journal of Economics and Statistics*. 229 (4): 467–491.
- Seguino S., Floro M. S. 2003. Does Gender Have any Effect on Aggregate Saving? An Empirical Analysis. *International Review of Applied Economics*. 17 (2): 147–166.
- Simmel G. 1900. *The Philosophy of Money*. London: Routledge & Kegan Paul.
- Sirdeshmukh D., Singh J., Sabol. B. 2002. Consumer Trust, Value, and Loyalty in Relational Exchanges. *Journal of Marketing*. 66 (1): 15–37.
- Skoufias E. 2003. Economic Crises and Natural Disasters: Coping Strategies and Policy Implications. *World Develop.* 31 (7): 1087–1102.
- Stevenson B., Wolfers J. 2011. Trust in Public Institutions Over the Business Cycle. *American Economic Review: Papers & Proceedings*. 101 (3): 281–287.
- Stix H. 2013. Why Do People Save in Cash? Distrust, Memories of Banking Crises, Weak Institutions and Dollarization. *Journal of Banking & Finance*. 37 (11): 4087–4106.
- Swasdpeera P., Pandey I. M. 2012. Determinants of Personal Saving: a Study of Salaried Individuals in Thailand. *Afro-Asian Journal of Finance and Accounting*. 3 (1): 34–68.
- Szopiński T. 2017. The Determinants of Household Savings in Poland. *Acta Scientiarum Polonorum*. 16 (2): 117–125.

- Sztompka P. 1999. *Trust: a Sociological Theory*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Tsui K. L. et al. 2023. *Data Mining Methods and Applications*. In: Pham H. (eds) *Springer Handbook of Engineering Statistics*. London: Springer.
- Walugembe P. et al. 2019. Child and Household Social-Economic Vulnerability: Determinants Transition from Moderate and Critical Vulnerability Levels in Rural Uganda. *Childhood Vulnerability Journal*. 2: 29–50.
- Wang J. J. 2010. Credit Counselling to Help Debtors Regain Footing. *Journal of Consumer Affairs*. 44 (1): 44–69.
- Worthington A. C. 2006. Debt as a Source of Financial Stress in Australian Households. *Journal of Consumer Studies*. 30 (1): 2–15.
- Yusof S. A., Rokis R. A., Jusoh W. J. N. 2015. Financial Fragility of Urban Households in Malaysia. *Jurnal Ekonomi Malaysia*. 49 (1): 15–24.

Olga Kuzina, Darya Moiseeva

Is There a Relationship Between Household Saving Behavior, Trust in Financial Institutions and Saving Attitudes in Contemporary Russia?

KUZINA, Olga — PhD, Professor, Senior researcher, HSE University. Address: 11 Myasnitckaya str., 101000, Moscow, Russian Federation.

Email: kuzina@hse.ru

MOISEEVA, Darya — PhD, Senior researcher, HSE University. Address: 11 Myasnitckaya str., 101000, Moscow, Russian Federation.

Email: dmoiseeva@hse.ru

Abstract

The paper examines household savings as one of the indicators of household financial fragility/resilience in Russia. The main goal is to reveal the relationship between people's trust in financial institutions, their saving behavior and their savings attitudes. The study of financial fragility/resilience is important for the development of economic and social policies, especially in relation to those conditions upon which state can work. The study contributes to the existing literature by using Russian micro data and the inclusion of trust in institutions and savings attitudes among the covariates of household savings. The empirical basis of the study is cross-sectional data from all-Russian population surveys collected in 2009–2023. The financial resilience is low due to the fact that only about one third of Russians have savings which amount is rather small. The data also show high levels of distrust towards most socio-political and financial institutions. Based on the principal components method, two latent factors of trust were identified. The first one was related to trust in socio-political institutions, Sberbank and Bank of Russia, Deposit Insurance Agency (DIA)

and state-owned banks, the second one included trust in all non-state financial institutions. Regression analysis showed that saving attitudes and both components of trust are positively correlated with savings. Associative rule learning method showed that even in presence of the positive attitude towards savings the most common non-random combinations of answers were lack of savings, distrust towards banks (with the exception of Sberbank), distrust to the Deposit Insurance Agency. Thus, distrust of socio-political and financial institutions is an obstacle to the increase in the amount of savings and financial resilience of Russian households.

Keywords: financial fragility of households; financial resilience of households; household savings; household saving behavior; saving attitudes; trust in financial institutions; household financial behavior.

Acknowledgements

The results of the project “The Russians’ socio-economic coping strategies with the crisis”, carried out within the framework of the Basic Research Program at the National Research University Higher School of Economics (HSE University) in 2023, are presented in this work.

References

- Abdelkhalek T., Arestoff F., Freitas N. E. M. de, Mage S. (2010) A Microeconometric Analysis of Household Savings Determinants in Morocco. *African Review of Money Finance and Banking*, pp. 7–27.
- Adema Y., Pozzi L. (2015) Business Cycle Fluctuations and Household Saving in OECD Countries: A Panel Data Analysis. *European Economic Review*, vol. 79, no 8, pp. 214–233.

- Agrawal R., Mannila H., Srikant R., Toivonen H., Verkamo A.I. (1996) Fast Discovery of Association Rules. *Advances in Knowledge Discovery and Data Mining* (eds U. M. Fayyad), Menlo Park, CA: AAAI Press, pp. 307–328.
- Alan S., Crossley T., Low H. (2012) *Saving on a Rainy Day, Borrowing for a Rainy Day*. London: IFS. Available at: <https://ifs.org.uk/publications/saving-rainy-day-borrowing-rainy-day> (accessed 1 February 2024).
- Albacete N., Lindner P. (2013) Household Vulnerability in Austria—A Microeconomic Analysis Based on the Household Finance and Consumption Survey. *Financial Stability Report, Oesterreichische Nationalbank (Austrian Central Bank)*, vol. 25, pp. 57–73.
- Amoozad Mahdiraji H. Tavana M., Mahdiani P. Abbasi Kamardi A.A. (2022) A Multi-Attribute Data Mining Model for Rule Extraction and Service Operations Benchmarking. *Benchmarking: An International Journal*, vol. 29, no 2, pp. 456–495.
- Anderloni L., Bacchiocchi E., Vandone D. (2012) Household Financial Vulnerability: An Empirical Analysis. *Research in Economics*, vol. 66, no 3, pp. 284–296.
- Ando A., Modigliani F. (1963) The “Life-Cycle” Hypothesis of Saving: Aggregate Implication and Tests. *American Economic Review*, vol. 53, no 1, part 1, pp. 55–84.
- Bachas N., Ganong P., Noel P. J., Vavra J. S., Wong A., Farrell D., Greig F. E. (2020) Initial Impacts of the Pandemic on Consumer Behavior: Evidence from Linked Income, Spending, and Savings Data. *NBER Working Paper*, no 27617. Cambridge, MA: National Bureau of Economic Research, Inc.
- Bachas P., Gertler P. Higgins S., Seira E. (2021) How Debit Cards Enable the Poor to Save More. *The Journal of Finance*, vol. 76, no 4, pp. 1913–1957.
- Balloch A., Nicolaei A., Philip D. (2015) Stock Market Literacy, Trust, and Participation. *Review of Finance*, vol. 19, no 5, pp. 1925–1963.
- Bańbuła P., Kotuła A., Przeworska J., Strzelecki P. (2016) Which Households Are Really Financially Distressed: How Micro-Data Could Inform the Macro-Prudential Policy. Proceedings of the IFC Workshop on “Combining Micro and Macro Statistical Data for Financial Stability Analysis. Experiences, Opportunities and Challenges.” *IFC Bulletin*. 41. Basel: Bank for International Settlements. Available at: <https://www.bis.org/ifc/publ/ifcb41.pdf> (accessed 1 February 2024).
- Basiglio S., Rossi M., Salomone R., Torricelli C. (2020) Saving with a Social Impact: Evidence from Trento Province. *Sustainability*, vol. 12, no 20, pp. 8363–8377.
- Basselier R., Minne G. (2021) Household Savings During and After the COVID-19 Crisis: Lessons from Surveys. *NBB Economic Review*, no 3, pp. 60–78.
- Beckmann E. (2019) Household Savings in Central Eastern and Southeastern Europe: How Do Poorer Households Save? *World Bank Policy Research Working Paper*, no 8751, Washington, DC: World Bank Group.
- Beckmann E., Hake M., Urvova J. (2013) Determinants of Households’ Savings in Central, Eastern and South-eastern Europe. *Focus on European Economic Integration*, Q3, no 13, pp. 8–29.

- Berg J., Dickhaut J., McCabe K. (1995) Trust, Reciprocity, and Social History. *Games and Economic Behavior*, vol. 10, no 1, pp. 122–142.
- Bessonova E., Cvetkova A. (2022) Phinansovoe povedenie domochozyaystv v pandemiyu: Analiticheskaya zapiska [Household Financial Behavior in the Pandemic: An Analytical Note], Moscow: Bank of Russia. Available at: https://cbr.ru/Content/Document/File/141962/analytic_note_20221103_dip.pdf (accessed 1 February 2024) (in Russian).
- Bridges S., Disney R. (2004) Use of Credit and Arrears on Debt Among Low-Income Families in the United Kingdom. *Fiscal Studies*, vol. 25, no 1, pp. 1–25.
- Bridges S., Disney R. (2010) Debt and Depression. *Journal of Health Economics*, vol. 29, no 3, pp. 388–403.
- Bridges S., Disney R., Gathergood J. (2008) *Drivers of Over-Indebtedness: Report to the Department for Business, Enterprise and Regulatory Reform*. Essex, UK: Institute for Social and Economic Research; University of Essex. Available at: <http://www.berr.gov.uk/files/file49248.pdf> (accessed 1 February 2024).
- Brookes K., Facchini F. (2022) Trust and Savings: A Literature Review. *Revue d'économie politique*, vol. 132, pp. 15–48.
- Brown M., Guin B., Kirschenmann K. (2015) Microfinance Banks and Financial Inclusion. *Review of Finance*, vol. 20, no 3, pp. 907–946.
- Brown S., Taylor K. (2008) Household Debt and Financial Assets: Evidence from Germany, Great Britain and the USA. *Journal of the Royal Statistical Society, Series A*, vol. 171, pp. 615–643.
- Brunetti E., Giarda E., Torricelli C. (2016) Is Financial Fragility a Matter of Illiquidity? An Appraisal for Italian Households. *Review of Income and Wealth*, vol. 62, iss. 4, pp. 628–649.
- Bryan M. L., Taylor M. P., Veliziotis M. (2010) *Over-Indebtedness in Great Britain: An Analysis Using the Wealth and Assets Survey and Household Annual Debtors Survey*, Essex: Institute for Social and Economic Research, University of Essex.
- Carroll C. D., Slacalek J., Sommer M. (2019) Dissecting Saving Dynamics: Measuring Wealth, Precautionary, and Credit Effects. *NBER Working Paper*, no 26131, Cambridge, MA: National Bureau of Economic Research, Inc.
- Catherine S. F. H., Yusof J. M., Mainal S. (2016) Household Debt, Macroeconomic Fundamentals and Household Characteristics in Asian Developed and Developing Countries. *The Social Sciences*, vol. 10, no 18, pp. 4358–4362. Available at: <https://doi.org/10.36478/sscience.2016.4358.4362> (accessed 1 February 2024).
- Chamon M. D., Prasad E. S. (2010) Why are Saving Rates of Urban Households in China Rising? *American Economic Journal: Macroeconomics*, vol. 2, no 1, pp. 93–130.
- Chernykh L., Davydov D., Sihvonen J. (2019) Stability and Public Confidence in Banks. BOFIT Discussion Papers. 2. Helsinki: BOFIT (Bank of Finland; Institute for Economies in Transition). Available at: <https://www.bofit.fi/globalassets/bofit/research/conferences-and-workshops/2019/munich2019/davydov.pdf> (accessed 1 February 2024).

- Chowa G. A. N., Masa R. D., Ansong D. (2012) Determinants of Saving among Low-Income Individuals in Rural Uganda: Evidence from Assets Africa. *Advances in Applied Sociology*, vol. 2, no 4, pp. 280–291.
- Cocco J. F., Gomes F. J., Maenhout P. J. (2005) Consumption and Portfolio Choice over the Life Cycle. *Review of Financial Studies*, vol. 18, no 2, pp. 491–553.
- Coleman J. (1988) Social Capital in the Creation of Human Capital. *American Journal of Sociology*, vol. 94, Supplement, pp. S95–S120.
- Crujisen C. van der, Haan J. de, Roerink R. (2021) Financial Knowledge and Trust in Financial Institutions. *Journal of Consumer Affairs*, vol. 55, no. 2, pp. 680–714.
- Crujisen C. van der, Haan J. de, Roerink R. (2023) Trust in Financial Institutions: a Survey. *Journal of Economic Surveys*, vol. 37, no 4, pp. 1214–1254.
- D'Alessio G., Iezzi S. (2013) Household Over-Indebtedness: Definition and Measurement with Italian Data. *Bank of Italy Occasional Paper*, no 149.
- Daud S. N. M., Marzuki A., Ahmad N., Kefeli Z. (2019) Financial Vulnerability and Its Determinants: Survey Evidence from Malaysian Households. *Emerging Markets Finance and Trade*, vol. 55, no 9, pp. 1991–2003.
- Deaton A. (2005) Franco Modigliani and the Life Cycle Theory of Consumption. *Banca Nazionale del Lavoro Quarterly Review*, vol. 58, no 233–234, pp. 91–107.
- Deaton A., Paxson C. H. (2000) Growth and Saving Among Individuals and Households. *Review of Economics and Statistics*, vol. 82, no 2, pp. 212–225.
- Demertzis M., Dominguez-Jimenez M., Lusardi A. (2020) The Financial Fragility of European Households in the Time of COVID-19. *Policy Contribution*, no 15. Available at: https://www.bruegel.org/sites/default/files/wp_attachments/PC-15-2020-final.pdf (accessed 1 February 2024).
- Denizer C., Wolf H. (1998) Household Saving in Transition Economies. *NBER Working Paper*, no 6457, Cambridge, MA: National Bureau of Economic Research, Inc.
- Deuflhard D., Georgarakos D., Inderst R. (2015) Financial Literacy and Saving Account Returns. *European Central Bank Working Series*, no 1852, Frankfurt am Main: European Central Bank.
- Devaney S. A., Anong S. T., Whirl S. E. (2007) Household Savings Motives. *Journal of Consumer Affairs*, vol. 41, no 1, pp. 174–186.
- Dodd N. (2014) *The Social Life of Money*, Princeton: Princeton University Press.
- Dossche M., Zalatnos S. (2020) COVID-19 and the Increase in Household Savings: Precautionary or Forced? *ECB Economic Bulletin*, no 6. Available at: https://www.ecb.europa.eu/press/economic-bulletin/focus/2020/html/ecb.ebbox202006_05~d36f12a192.en.html (accessed 1 February 2024).
- Duesenberry J. S. (1949) *Income, Saving, and the Theory of Consumer Behavior*, Cambridge, MA: Harvard University Press.

- Ellmeier E., Koch M., Scheiber T. (2023) Saving Behavior Along the Income Distribution During the COVID-19 Pandemic. Focus on European Economic Integration. *Oesterreichische Nationalbank (Austrian Central Bank)*, vol. Q1, no 23, pp. 7–21.
- Emmons W. R., Noeth B. J. (2013) Economic Vulnerability and Financial Fragility. *Federal Reserve Bank of St. Louis Review*, vol. 95, no 5, pp. 361–388.
- Farrell L., Fry J., Fry T. (2020) Who Trusts the Bank of England and High Street Banks in Britain? *Applied Economics*, vol. 53, no 16, pp. 1–13.
- Fisher P. (2010) Gender Differences in Personal Saving Behaviors. *Journal of Financial Counseling and Planning*, vol. 21, no 1, pp. 14–24.
- Fisher P. (2015) Gender Differences in Saving Among Low- to Moderate-Income Households. *Financial Services Review*, vol. 24, no 1, pp. 1–13.
- Fitch C., Hamilton S., Bassett P., Davey R. (2011) The Relationship between Personal Debt and Mental Health: A Systematic Review. *Mental Health Review Journal*, vol. 16, no. 4, pp. 153–166.
- FOM. (2022) Dengi i koronavirus: kak rossiyanе perezhiyayut krizis [Money and Coronavirus: How Russians are Experiencing a Crisis], Moscow: Institut Fonda Obshchestvennoe Mnenie (in Russian).
- Friedman M. (1957) *A Theory of the Consumption Function*, Princeton: Princeton University Press.
- Fund I. M. (2021) *World Economic Outlook* (International Monetary Fund). Washington, DC: International Monetary Fund. Available at: <https://www.imf.org/-/media/Files/Publications/WEO/2021/October/English/text.ashx> (accessed 1 February 2024).
- Galiani S., Gertler P., Ahumada C. N. (2022) Trust and Saving in Financial Institutions by the Poor. *Documento de trabajo RedNIE*, 174. Available at: <https://rednie.eco.unc.edu.ar/files/DT/174.pdf> (accessed 1 February 2024).
- Gambetta D. (1988) Can We Trust? *Trust: Making and Breaking Cooperative Relations* (ed. D. Gambetta), Cambridge, MA: Basil Blackwell, Inc., pp. 213–237.
- Gathergood J. (2011) Self-Control, Financial Literacy and Consumer Over-Indebtedness. *Journal of Economic Psychology*, vol. 1, no 33, pp. 590–602.
- Giddens A. (1984) *The Constitution of Society*, Berkeley; Los Angeles: University of California Press.
- Glaser M., Klos A. (2013) *Causal Evidence on Internet Use and Stock Market Participation*. University of Munich Working Paper. Available at: <https://ssrn.com/abstract=2021158> (accessed 1 February 2024).
- Glazer A. (2008) Social Security and Conflict within the Family. *Journal of Population Economics*, vol. 21, no 2, pp. 331–338.
- Gregory P. R., Mokhtari M., Schrettl W. (1999) Do the Russians Really Save That Much- Alternative Estimates from the Russian longitudinal Monitoring Survey. *The Review of Economics and Statistics*, vol. 81, no 4, pp. 694–703.

- Grigoli F., Herman A., Schmidt-Hebbel K. (2014) World Saving. *IMF Working Paper*, no 204, Washington, DC: International Monetary Fund; Western Hemisphere Department.
- Guiso L. (2010) A Trust-Driven Financial Crisis. Implications for the Future of Financial Markets. *EUI Working Papers*, no 07.
- Hamid F. S., Loke Y. J., Chin P. N. (2023) Determinants of Financial Resilience: Insights from an Emerging Economy. *Journal of Social and Economic Development*, vol. 25, pp. 479–499. Available at: <https://doi.org/10.1007/s40847-023-00239-y> (accessed 1 February 2024).
- Harris M. N., Loundes J., Webster E. (2002) Determinants of Household Saving in Australia. *The Economic Record*, vol. 78, no 241, pp. 207–223.
- Herawan T., Chiroma H., Vitasari P. (2015) Mining Critical Least Association Rules from Students Suffering Study Anxiety Datasets. *Qual Quant*, no 49, pp. 2527–2547.
- Hogarth J. M. (2002) Financial Literacy and Family and Consumer Sciences. *Journal of Family & Consumer Sciences*, vol. 94, no 1, pp. 15–28.
- Ibragimova D. Kh. (2015) Dinamika doveriya phinansovim institutam i paradoksi sberegatel'nogo povedeniya naseleniya [Dynamics of Trust in Financial Institutions and Paradoxes of Savings Behavior of the Population]. *Banking = Bankovskoe delo*, no. 12, pp. 27–34 (in Russian).
- Ibragimova D., Kuzina O. E., Vernikov A. V. (2015) Which Banks Do Russian Households [Dis-]Trust More? *XV April International Scientific Conference on Problems of Economic and Social Development*, 4 vols., vol. 4, Moscow: HSE Publishing House, pp. 548–556.
- International Monetary Fund. (2021) *External Sector Report: Divergent Recoveries and Global Imbalances*, Washington, DC: International Monetary Fund.
- Jappelli T., Pagano M., Maggio M. (2008) *Households' Indebtedness and Financial Fragility*. CSEF Working Papers, Napoli: Centre for Studies in Economics and Finance (CSEF), University of Naples.
- Joo S., Grable J. E. (2000) A Retirement Investment and Saving Decision Model: Influencing Factors and Outcomes. *Consumer Interest Annual*, no 46, pp. 43–48.
- Kim H. J., Lee D., Son J. C., Son M. K. (2014) Household Indebtedness in Korea: Its Causes and Sustainability. *Japan and the World Economy*, vol. 29, iss. C, pp. 9–76.
- Kim Y. I., Kim H. C., Yoo J. H. (2016) Household Over-indebtedness and Financial Vulnerability in Korea: Evidence from Credit Bureau Data. *KDI Journal of Economic Policy*, no 38, no 3, pp. 53–77.
- Knell M., Stix H. (2015) Trust in Banks During Normal and Crisis Times—Evidence from Survey Data. *Economica*, no 82, Supplement, pp. 995–1020.
- Knoll M. A. Z., Tamborini C. R., Whitman K. (2012) I Do ... Want to Save: Marriage and Retirement Savings in Young Households. *Journal of Marriage and Family*, vol. 74, no 1, pp. 86–100.
- Kostakis I. (2012) The Determinants of Households' Savings During Recession: Evidence from Greece. *International Journal of Economic Practices & Theories*, vol. 2, no 4, pp. 253–265.

- Kozireva P. M. (2012) Phinansovoe povedenie v kontekste sotsialno-ekonomicheskoy adaptatsii naseleniya (sotsiologicheskii analiz) [Financial Behavior in the Context of Socio-Economic Adaptation of the Population (Sociological Analysis)]. *Sociological Studies = Sotsiologicheskie issledovaniya*, no 7, pp. 54–66 (in Russian).
- Krasilnikova M. D. (2010) Kak rossiyskoe naselenie perezhivaet ocherednoy ekonomicheskiiy krizis [How the Russian Population is Going Through Another Economic Crisis]. *The Universe of Russia. Sociology. Ethnology = Mir Rossii. Sotsiologiya. Etnologiya*, vol. 19, no 4, pp. 162–181 (in Russian).
- Kuzina O. E., Krupensky N. A. (2018) Perekreditovannost' rossiyan: miph ili real'nost'? [Over-crediting of Russians: Myth or Reality?]. *Voprosy Ekonomiki*, no 11, pp. 85–104 (in Russian).
- Landerretche O. M., Martinez C. (2013) Voluntary Savings, Financial Behavior, and Pension Finance Literacy: Evidence from Chile. *Journal of Pension Economics and Finance*, vol. 12, no 3, pp. 251–297.
- Leika M., Marchettini D. (2017) *Generalized Framework for the Assessment of Household Financial Vulnerability*, Washington, DC: International Monetary Fund.
- Lindqvist A. (1981) A Note on Determinants of Household Saving Behavior. *Journal of Economic Psychology*, vol. 1, no 1, pp. 39–57.
- Love D. A. (2009) The Effects of Marital Status and Children on Savings and Portfolio Choice. *The Review of Financial Studies*, vol. 23, no 1, pp. 385–432.
- Luhmann N. (1979) *Trust and Power*, Chichester: John Wiley.
- Lusardi A. (2008) Household Saving Behavior: The Role of Financial Literacy, Information, and Financial Education Programs. *NBER Working Paper*, no 13824, Cambridge, MA: National Bureau of Economic Research, Inc.
- Lusardi A., Hasler A., Yakoboski P. (2020) Building up Financial Literacy and Financial Resilience. *Mind and Society*, vol. 20, no 2, pp. 181–187.
- Lusardi A., Mitchell O. S. (2007) Financial Literacy and Retirement Preparedness. Evidence and Implications for Financial Education. *Business Economics*, vol. 42, no 1, pp. 35–44.
- Lusardi A., Schneider D. J., Tufano P. (2011a) Financial Fragility among Middle-income Households: Evidence beyond Asset Building. *National Bureau of Economic Research: Technical Report*, Cambridge, MA: National Bureau of Economic Research, Inc.
- Lusardi A., Schneider D., Tufano P. (2011b) Financially Fragile Households: Evidence and Implications. *Brookings Papers on Economic Activity*, vol. 42, no 1, pp. 83–151.
- Lusardi A., Tufano P. (2009) Debt Literacy, Financial Experiences and Overindebtedness. *NBER Working Papers*, no 14808, Cambridge, MA: National Bureau of Economic Research, Inc.
- Man G. (2017) Critical Appraisal of Jointness Concepts in Bayesian Model Averaging: Evidence from Life Sciences, Sociology, and Other Scientific Fields. *Journal of Applied Statistics*, vol. 45, no 5, pp. 1–23.

- Minh N. T., Nhat N. H., Anh T. T., Duc P. M, Son L. T. (2013) Demographics and Saving Behavior of Households in Rural Areas of Vietnam: An Empirical Analysis. *Journal of Economics and Development*, vol. 15, no 2, pp. 5–18.
- Mishler W., Rose R. (1997) Trust, Distrust and Skepticism: Popular Evaluations of Civil and Political Institutions in Post-Communist Societies. *Journal of Politics*, vol. 59, no 2, pp. 418–451.
- Modigliani F., Brumberg R. (1954) Utility Analysis and the Consumption Function: An Interpretation of Cross-Section Data. *Post Keynesian Economics* (ed. K. K. Kurihara), New Brunswick: Rutgers University Press, pp. 388–436.
- Mody A., Ohnsorge F., Sandri D. (2012) Precautionary Savings in the Great Recession. *IMF Working Paper*. 12/42. Washington, DC: International Monetary Fund. Available at: <https://ssrn.com/abstract=2012227> (accessed 1 February 2024).
- Morisset J., Revoredo C. (1995) Savings and Education: A Life-Cycle Model Applied to a Panel of 74 Countries. *Policy Research Working Paper*, no 1504. Washington, DC: World Bank.
- Nalin H. T. (2013) Determinants of Household Saving and Portfolio Choice Behavior in Turkey. *Acta Oeconomica*, vol. 63, no 3, pp. 309–331.
- Nam Y., Lee Y.S., McMahon S., Sherraden, M. (2016) New Measures of Economic Security and Development: Savings Goals for Short-and long-term Economic Needs. *Journal of Consumer Affairs*, vol. 50, no 3, pp. 611–637.
- Nardi M., French E., Jones J. B. (2016) Savings after Retirement: A Survey. *Annual Review of Economics*. vol. 8, no 1, pp. 177–204.
- Pan Z., Li J., Chen Y., Pacheco J., Dai L., Zhang J (2019) Knowledge Discovery in Sociological Databases: An Application on General Society Survey Dataset. *International Journal of Crowd Science*, vol. 3, no 3, pp. 315–332.
- Paxson C. (1996) Saving and Growth: Evidence from Micro Data. *European Economic Review*, vol. 40, no 2, pp. 255–288.
- Pinkovetskaia I., Campillo D. F. A., Bahamon M. J. R. (2022) Households Income in 2021: Influence of the COVID-19 Pandemic. *Revista Finanzas y Política Económica*, vol. 14, no 2, pp. 541–559.
- Poterba J. M. (1996) Personal Saving Behavior and Retirement Income Modeling: a Research Assessment. *Assessing Knowledge of Retirement Behavior* (eds. E. A. Hanushek, N. L. Maritato), Washington, DC: National Academy Press.
- Poterba J. M., Wise D. A. (1996) Individual Financial Decisions in Retirement Saving Plan and the Provision of Resources for Retirement. *National Bureau of Economic Research Working Paper*, no W5762, Cambridge: National Bureau of Economic Research.
- Power D. (2004) *Decision Support Systems: Frequently Asked Questions*, New York: iUniverse.

- Radaev V. V. (2004) How Trust is Established in Economic Relationships when Institutions and Individuals Are Not Trustworthy: The Case of Russia. *Creating Social Trust in Post-Socialist Transition* (eds. J. Kornai, B. Rothstein, S. Rose-Ackerman). New York: Palgrave Macmillan; pp. 91–110.
- Radaev V. V. (ed.). 2023. *Kak rossiyanе spravlyayutsya s novim krizisom: sotsialno-ekonomicheskie praktiki naseleniya* [How Russians Cope with the New Crisis: Socio-economic Practices of the Population], Moscow: HSE Publishing House (in Russian).
- Rahim H. A. (2011) Factors Contributing to Financial Stability of Urban and Rural Families. *Pertanika Journal of Social Science and Humanities*, vol. 19, no 1, pp. 99–112.
- Rooij M., Lusardi A., Alessie R. (2011) Financial Literacy and Stock Market Participation. *Journal of Financial Economics*, vol. 101, no 2, pp. 449–472.
- Schilke O., Reimann M., Cook K. S. (2021) Trust in Social Relations. *Annual Review of Sociology*, vol. 47, pp. 239–259.
- Schunk D. (2009) What Determines Household Saving Behavior? An Examination of Saving Motives and Saving Decisions. *Journal of Economics and Statistics*, vol. 229, no 4, pp. 467–491.
- Sedova Ye. N., Ramenskaya A. V., Bezborodnikova R. M. (2015) *Assotsiativnie pravila v sotsialno-ekonomicheskikh i ekologicheskikh issledovaniyakh* [Associative rules in socio-economic and environmental studies], Orenburg: OGU (in Russian).
- Seguino S., Floro M. S. (2003) Does Gender Have any Effect on Aggregate Saving? An Empirical Analysis. *International Review of Applied Economics*. *International Review of Applied Economics*, vol. 17, no 2, pp. 147–166.
- Shcherbal M. S. (2013a) Modelirovanie sberegatel'nogo povedeniya naseleniya v usloviyakh nestabilnosti: empiricheskii opit [Modeling the Savings Behavior of the Population in Conditions of Instability: Empirical Experience]. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes = Monitoring obshchestvennogo mneniya: ekonomicheskie i sotsialnye peremeni*, no. 5 (117), pp. 114–122 (in Russian).
- Shcherbal M. S. (2013b) Sberogatel'noe povedenie naseleniya v nestabilnikh sotsialno-ekonomicheskikh usloviyakh [Saving Behavior of the Population in Unstable Socio-Economic Conditions]. *Sociological Journal = Sotsiologicheskii zhurnal*, no 2, pp. 65–71 (in Russian).
- Simmel G. (1900) *The Philosophy of Money*, London: Routledge & Kegan Paul.
- Sirdeshmukh D., Singh J., Sabol B. (2002) Consumer Trust, Value, and Loyalty in Relational Exchanges. *Journal of Marketing*, vol. 66, no 1, pp. 15–37.
- Skoufias E. (2003) Economic Crises and Natural Disasters: Coping Strategies and Policy Implications. *World Develop*, vol. 31, no 7, pp. 1087–1102
- Stevenson B., Wolfers J. (2011) Trust in Public Institutions Over the Business Cycle. *American Economic Review: Papers & Proceedings*, vol. 101, no 3, pp. 281–287.
- Stix H. (2013) Why Do People Save in Cash? Distrust, Memories of Banking Crises, Weak Institutions and Dollarization/ *Journal of Banking & Finance*, vol. 37, no 11, pp. 4087–4106.

- Swasdpeera P., Pandey I.M. (2012) Determinants of Personal Saving: A Study of Salaried Individuals in Thailand. *Afro-Asian Journal of Finance and Accounting*, vol. 3, no 1, pp. 34–68.
- Szopiński T. (2017) The Determinants of Household Savings in Poland. *Acta Scientiarum Polonorum*, vol. 16, iss. 2, pp. 117–125.
- Sztompka P. (1999) *Trust: A Sociological Theory*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Tikhonova N. Ye. (2023) Sberegatelnoe povedenie rossiyan: dinamika i phaktori [Savings Behavior of Russians: Dynamics and Factors]. *Sociological Studies = Sotsiologicheskie issledovaniya*, no 11, pp. 67–79 (in Russian).
- Tsui K. L., Chen V., Jiang W., Yang T., Kan C. (2023) Data Mining Methods and Applications. *Springer Handbook of Engineering Statistics* (ed. H. Pham), London: Springer.
- Walugembe P., Wamala R., Misinde C., Larok R. (2019) Child and Household Social-Economic Vulnerability: Determinants Transition from Moderate and Critical Vulnerability Levels in Rural Uganda. *Childhood Vulnerability Journal*, vol. 2, pp. 29–50.
- Wang J. J. (2010) Credit Counselling to Help Debtors Regain Footing. *Journal of Consumer Affairs*, vol. 44, no 1, pp. 44–69.
- WCIOM (2022) Sberazheniya i vkladi na phone SVO [Savings and Deposits Against the Background of SWO] *WCIOM = VTsIOM*. Available at: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/sberazhenija-i-vklady-na-fonesvo?ysclid=levho0uicb475353006> (accessed 1 February 2024) (in Russian).
- Worthington A. C. (2006) Debt as a Source of Financial Stress in Australian Households. *Journal of Consumer Studies*, vol. 30, no 1, pp. 2–15.
- Yusof S. A., Rokis R. A., Jusoh, W. J. N. (2015) Financial Fragility of Urban Households in Malaysia. *Jurnal Ekonomi Malaysia*, vol. 49, no 1, pp. 15–24.

Received: July 16, 2023

Citation: Kuzina O., Moiseeva D. (2024) Est' li vzaimosvyaz' mezhdru sberagatel'nym povedeniem nasele-niya, doveriem k phinansovym institutam i ustanovkami na sberazhenie v sovremennoy Rossii? [Is There a Relationship Between Household Saving Behavior, Trust in Financial Institutions and Saving Attitudes in Contemporary Russia?]. *Journal of Economic Sociology = Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 25, no 3, pp. 51–100. doi: [10.17323/1726-3247-2024-3-51-100](https://doi.org/10.17323/1726-3247-2024-3-51-100) (in Russian).

НОВЫЕ ПЕРЕВОДЫ

Сабина Пфайффер

Цифровой капитализм и распределительные силы



ПФАЙФФЕР Сабина — профессор социологии, Институт социологии, Университет Эрлангена — Нюрнберга. Адрес: Германия, 90429, г. Нюрнберг, Фюртерштрассе, 246с, 90429.

Email: sabine.pfeiffer@fau.de

Источник: Пфайффер С. (готовится к изданию). *Цифровой капитализм и распределительные силы*. М.: Издательство Института Гайдара. Перев. с англ.: Pfeiffer S. 2022. *Digital Capitalism and Distributive Forces*. Bielefeld: transcript Verlag.

Публикуется с разрешения Издательства Института Гайдара.

Перевод с англ.
Дмитрия Кралечкина

В книге «Цифровой капитализм и распределительные силы» профессор социологии С. Пфайффер подвергает сомнению идею, что цифровизация — это технология, которая заменяет человеческий труд. Анализируя новшества, вызванные цифровизацией и цифровым капитализмом, автор вводит понятие «распределительная сила» по аналогии с концепцией производительной силы К. Маркса. Пфайффер показывает, что цифровой капитализм направлен не столько на эффективное производство ценности, сколько на её быструю, безрисковую и постоянно гарантированную реализацию на рынках. Изучение этой динамики и её последствий также приводит к вопросу о том, насколько разрушительными могут быть распределительные силы цифрового капитализма.

Журнал «Экономическая социология» публикует «Введение», где Пфайффер формулирует основное предположение, которое далее развивает в книге на теоретическом и эмпирическом уровнях. Гипотеза связана с проблемой современного капитализма, где экономическая ценность обеспечивается лишь успешными продажами. Также Пфайффер рассуждает о том, в чем состоит новизна цифрового капитализма и какие диагнозы для него характерны. И наконец, автор подробно описывает структуру книги и её основные идеи.

Ключевые слова: цифровой капитализм; цифровизация; технологический прогресс; распределительные силы; производство; рынок.

Введение

С некоторых пор вошло в моду начинать книгу — даже академическую или аналитическую — с личных историй. Одно из немногих преимуществ возраста заключается в скапливаемом годами переизбытке возможного материала, что позволяет с лёгкостью превратить личный и по большей части случайный опыт в собрание таких историй, игнорируя при этом историческую динамику, структурную и конкретную. Но, дорогой читатель, не бойся, я тебя от этого избавлю. В то же время не могу удержаться от краткого описания своей личной системы координат, поскольку с тех пор, как я вообще начала работать, меня неизменно сопровождает то, что сегодня мы называем цифровизацией¹. Я специально использую этот ныне

¹ В актуальных дискуссиях цифровизация обычно означает следующее: во-первых, всю совокупность недавно появившихся информационно-технологических артефактов и технологий (начиная с искусственного интеллекта, машинного обучения или Интернета вещей и заканчивая новыми подходами в робототехнике); во-вторых, экономические и социальные перемены, ожидаемые в силу внедрения и применения подобных технологий. — *Примеч. здесь и далее автора, если не оговорено иное.*

ставший вездесущим термин, значительно отклонившийся от своего первоначального значения (когда он обозначал всего-то техническую процедуру перевода информации из аналоговой формы в цифровую, и тогда это обычно называли дигитализацией) и ставший своего рода метатэгом² для обозначения того, как общество воспринимает масштаб, направление и глубину трансформации, предположительно происходящей в наше время.

Будучи социологом, я с самого начала занималась цифровизацией. До социологии, на раннем этапе своей карьеры, когда я работала техником, я и сама была предметом цифровизации, то есть она занималась мной, а не наоборот. В середине 1980-х гг., получив специальное профессиональное образование, я начала работать на компьютере (я специально использую оборот «на компьютере», а не «за компьютером».) Я работала с машиной, измеряющей искривлённые в трёхмерном пространстве трубки. В то время я не знала, что работала с определённым приложением, которое запускалось операционной системой в фоновом режиме. Я пыталась, хотя и безуспешно, вытянуть побольше возможностей из этого приложения, поскольку подозревала, что компьютер способен выполнять намного больше задач, которые к тому же могут быть намного более разнообразными.

Моё обучение происходило на семейном предприятии среднего размера, продукция которого включала разные виды оборудования — прессы, лопасти для турбин, резак и выхлопные системы. Сегодня такое производство можно было бы назвать диверсифицированным. Автоматические станки с числовым программным управлением (ЧПУ)³ и сварочные роботы с функцией обучения были к тому времени внедрены в производство. В нашем учебном цеху были даже фрезерные станки с ЧПУ, хотя в программу обучения работе с ними ещё не входило. Я говорю обо всём этом, чтобы показать, что, хотя я, безусловно, не работала на переднем крае информационных технологий, которые тогда начали использоваться в промышленности, всё-таки могла работать на компьютере, даже когда была ещё ученицей. В то же время роль цифровизации в офисах оставалась незначительной: в конструкторском бюро использовались кульманы, а не системы автоматизированного проектирования «AutoCAD»⁴, тогда как заведующие документооборотом в цеху (это были сплошь женщины, и да, офисные работы в промышленном секторе на самом деле ещё существовали) обходились бумагой и радовались, если могли воспользоваться электронными печатными машинками. Есть одна причина, по которой я решила начать с этого примечания: в академических дискуссиях о цифровизации часто упускается из виду тот факт, что заводские цеха подверглись цифровизации на более раннем этапе, причём она была более полной и интегрированной, чем в других областях, тогда как причина академического невнимания лишь в том, что на заводах при такой цифровизации применялось не так много броской цифровой технологии. Неслучайно тогда использовался термин «встроенные системы»: они встроены в материальную технику, однако они всё равно остаются цифровыми. Дисплей станка — не только управляющее устройство, но и интерфейс вполне самостоятельного компьютера.

² Термин «тэг» обозначает дополнительную информацию, описывающую базу данных, тогда как понятие «метатэг» используется для информации, которая описывает происхождение или цель определённого элемента данных (файла или веб-сайта). Такие тэги используются в HTML, XML или некоторых вариантах XML (таких как JATS, служащие для описания академических статей). Например, эта книга будет размечена такими тэгами, как `<title>Цифровой капитализм и распределительные силы </title> <author>Сабина Пфайффер </author> <year>2021</year>`, чтобы её можно было находить в Сети и она была доступна для таких программ по управлению цитированием, как Zotero, позволяющих прямо обращаться к информации. В коде три этих тэга пишутся один под другим, причём обычно используется больше тэгов (для обозначения издательства, места издания, ключевых слов и т. п.).

³ Computerized Numerical Control (CNC) — числовое программное управление (ЧПУ). Означает управление станками при помощи компьютеров, тогда как «числовой контроль» — это предшественник наших современных микрокомпьютеров.

⁴ Computer-Aided Design (CAD), или системы автоматизированного проектирования, включают программное обеспечение, используемое для проектирования и конструирования трёхмерных моделей на компьютере.

Таким образом, я встретила с цифровизацией в роли ученика рабочего-техника в достаточно рядовой компании среднего размера. У моего следующего работодателя (дистрибьютора станков с ЧПУ) с конца 1980-х гг. я работала с системами CAD/CAM⁵, а потом на одном собеседовании получила представление о CIM⁶ и гибком промышленном производстве (*flexible manufacturing system*, FMS). (Хотя внедрение CIM заняло много времени, некоторые элементы FMS внедрялись, когда количество деталей, составляющих конечный продукт, оправдывало затрачиваемые на это внедрение усилия.)

У следующего своего работодателя я наконец смогла более плотно заняться тем, что происходит в фоновом режиме, то есть операционной системой (в основном MS DOS, иногда OS/2 или Unix), поскольку я настраивала компьютеры для наших клиентов, устанавливала интерфейсные карты IEEE, позволяющие подключать трёхмерное измерительное оборудование или тачскрины для дисплеев. Отдел разработки в нашей фирме иногда отправлял нам новые версии программ для измерительного оборудования — они поступали в распределительный хаб через телефонные линии и акустический модем. Дома у меня тоже был собственный компьютер (сперва это был Amstrad Schneider PC 1512 с двойным дисководом гибких дисков), а вскоре в моей квартире начал тарыхтеть и девятиконтактный, а потом и 24-контактный матричный принтер.

Спустя годы, когда путь в высшее образование сначала привёл меня в инженерные науки, а потом и в социологию, цифровая технология оставалась моим рабочим инструментом и в то же время предметом исследования. В какой-то момент — где-то в 1996 г. — я вдруг заметила, что сижу в кафе центра обучения взрослых перед персональным компьютером с интернет-доступом и браузером Netscape. Обзаведясь собственным доменным именем, я в 1998 г. запустила свой первый веб-сайт, построенный при помощи простого HTML-редактора. Спустя несколько лет я сделала свой первый заказ на сайте компании Amazon (не то чтобы я помню об этом, но Amazon ничего не забывает). Короче говоря, технология — одновременно материальная и цифровая — была естественной и в то же время весьма важной составляющей моего профессионального мира, а вскоре стала таковой и для моей личной жизни. Такой она и осталась (что мне казалось абсолютно естественным), когда я заменила свою рабочую скамью, станки и код ЧПУ книгами по социологии, теориями и статистическим анализом.

Эта предыстория объясняет, почему я пишу эту книгу, но также она позволяет почувствовать, как я буду это делать. Технология и её потенциал станут для меня важной точкой отсчёта. В то же время моя первая профессия (в большей мере, чем сегодняшнее моё занятие) научила меня простой вещи: проникнет ли какая-то новая технология в компанию, создаст ли она лучше или хуже оплачиваемые рабочие места и новые профессии — всё это зависит от акторов, участвующих в процессе её внедрения, и от отношений между ними. Формы достижения результата разнообразны, но он неотделим от экономического намерения и фактических технологических (не)возможностей. Изменения в социальной сфере, в мире труда, в жизни и обществе нельзя понять без опоры на технологические и экономические аспекты, без понимания их траекторий развития — разных, но в то же время в чём-то смежных.

Вполне ощутимый опыт понимания технологических перемен, приобретённый мною на раннем этапе профессиональной карьеры, привёл к тому, что я то и дело ощущала недоумение по поводу того, с чем мне пришлось столкнуться в моей нынешней профессиональной области. И сегодня социология

⁵ Computer-Aided Manufacturing (CAM) — автоматизированное производство. Такое программное обеспечение связывает конструкционные данные, произведённые в CAD, и программы ЧПУ в том или ином оборудовании. Это позволяет, в частности, превращать конструкционные данные в данные для обработки в системе CAM, переводящей их в различные языки ЧПУ, используемые разными производителями программного управления.

⁶ Computer-Integrated Manufacturing (CIM) — компьютерно-интегрированное производство, или комплексное автоматизированное производство. Оно уже в 1980-х гг. в значительной мере предвосхищало то, что появится к 2011 г. и станет называться индустрией 4.0, а именно новые технологические возможности, объединяющие в компьютерные сети все составляющие производство процессы.

в основном изучает технологию, труд, экономические вопросы и жизненный мир в качестве отдельных, независимых друг от друга ниш. Она избегает теоретических подходов, которые попытались бы понять всё вышеназванное в качестве единого целого. Более того, социология часто демонстрирует неспособность всерьёз изучать технологию в её конкретных проявлениях, превращая её вместо этого в нечто «чисто» социальное или же злоупотребляя ею как смутной метафорой для общих, но не окончательных, социальных диагнозов. Мне пришлось всё это понять, когда я перешла от технологии к социологии; временами я приходила в отчаяние, но теперь мне стало проще.

Общество и социальные изменения не могут пониматься без скрывающегося за ними технического основания, технологических реалий и технологий, ими применяемых. Общество и технологию — особенно в момент масштабных изменений — невозможно понять, не учитывая экономические контексты, в которых они развиваются. Вопрос о том, как оформляются труд, производство и жизнь как таковые, что они позволяют нам делать и как это ощущается на индивидуальном и коллективном уровнях, нельзя осмыслить, если не обратить внимания на общую сеть экономики и рынка. Вопрос о том, действительно ли всё это меняется (и тем более фундаментально), находимся ли мы в начале или в середине процесса такой трансформации или прорыва, вот уже несколько лет составляет основу споров, будоражащих наше общество.

Едва ли какой-то другой предмет обсуждается и исследуется столь же всесторонне, как цифровая трансформация. В Германии этот дискурс был запущен в 2011 г., причём вполне намеренно, благодаря введению термина «индустрия 4.0». С самого начала этот дискурс был обращён не только на замкнутый профессиональный круг, занятый производством и автоматизацией, но и на широкий спектр акторов в экономической сфере и в обществе в целом. Однако вскоре он перестал фокусироваться исключительно на промышленной сфере и стал всё больше разворачиваться к более масштабной картине цифровизации, что позволило вывести на передний план другие цифровые технологии: если первоначально дискуссии были сосредоточены на робототехнике, мобильных устройствах и социальных сетях, то сегодня внимание в основном обращено на искусственный интеллект (ИИ) и машинное обучение.

Я сама внесла вклад в этот дискурс публикациями и лекциями, прочитанными на бесчисленных конференциях и воркшопах, включая и те, что проходили за пределами академии. На таких мероприятиях я всё больше ощущала необходимость в хорошо обоснованных аналитических подходах, которые позволили бы лучше понимать ситуацию здесь и сейчас, но в то же время указывали бы на возможности и ограничения, влияющие на процесс в целом. В этой книге я намеренно отстраняюсь от многочисленных утопических или дистопийных предсказаний, которые уже были сделаны. Спор о цифровизации всё больше размечается диагностикой эпохи, которая якобы должна наступить после следующего большого поворота. Все интерпретации и предсказания, сколь разными они ни были бы в плане своей ориентации, целевой аудитории и обоснованности академическими дисциплинами, так или иначе соглашаются в том, что, во-первых, мы имеем дело со всеобщей трансформацией, масштаб и динамика которой сравнимы с такими историческими событиями прошлого, как возникновение сельского хозяйства или Промышленная революция. Во-вторых, причина этой трансформации заключается в технологическом прогрессе, особенно в робототехнике, росте вычислительных мощностей и ИИ. В-третьих, всё это означает драматические перемены для наших экономик и способов труда, причём с последствиями обществу надо срочно разобраться. Хотя некоторые оценки итогов всего процесса в целом, возможностей упреждающего конструирования определённых аспектов, как и критериев такого конструирования, могут различаться, общей темой для всех предсказаний остаётся фундаментальная посылка технологического прогресса как базовой причины. Она рисуется в качестве либо антропологической константы (люди как вид, по самой своей природе склонный к новациям, только и могут, что породить бесконечный технологический прогресс), либо квазиэволюционного процесса, по завершении которого человечество обречёт себя на моральное устаревание.

На таком фоне можно сразу отметить, что в этой книге я не пытаюсь поставить ещё один диагноз. Я не следую триадической формуле «технологическое развитие пробуждает экономическую динамику, которая, в свою очередь, приносит определённые социальные плоды». Также я не стремлюсь пополнить постоянно растущий список публикаций, стремящихся определить эти (ожидаемые) плоды и доказывающих, что когда такие-то рабочие места в такой-то момент будут заменены автоматикой, решением станет универсальный базовый доход (УБД). В данной книге нет какой-либо новой классификации стадий, определяемых технологическими артефактами — начиная с сельского общества и заканчивая экономикой данных, от парового двигателя и до Интернета вещей, от книгопечатания и до социальных сетей. Кроме того, эта книга не является ещё одной попыткой ввести технологическую метафору — будь ею сеть, алгоритм или паттерн, — предлагаемую в качестве нового понимания общества или же того, что существовало всегда. Всё это уже было сделано без меня, в том числе в тех весьма ценных вкладах в дискуссии, которые указывали на горячее желание общества обсудить действительно происходящее (с нами? В результате наших действий?).

Как и другие публикации, эта книга в целом исходит из реальности происходящей трансформации. Меня интересует как новизна этой трансформации, так и её связи с прошлым. Я поставила перед собой задачу сделать эту «новизну», её причины и связанные с нею специфические следствия понятными. В процессе такого исследования мы осмелимся заглянуть за феномены цифровизации (не пренебрегая при этом технологическими реалиями). Цель состоит в том, чтобы выработать аналитический подход, который охватывает развитие технологии, экономическую логику и социальную динамику в качестве единого целого, а не серии разрозненных явлений. Соответственно, основное внимание в нашем исследовании будет уделено диагностике сравнительно недавних процессов, произошедших в последние десятилетия, что обосновано двумя соображениями: во-первых, смешением различных направлений цифровизации и оценкой исхода такого смешения и, во-вторых, интерпретацией этих процессов на основе определённого теоретического анализа.

1.1. Центральная гипотеза: дурное окружение?

В книге «Muster: Theorie der digitalen Gesellschaft» («Паттерны: теория цифрового общества») Армин Нассеи стремится выявить ту конкретную проблему, которую решает цифровизация [Nassehi 2019: 12]. Его ответ — хотя здесь я его представлю в сокращённой форме, не учитывая в полной мере всесторонние обоснования автора, — состоит в том, что модерн всегда был цифровым и опирался на паттерны, позволявшие справляться со сложностью; то есть цифровая сущность общества — это результат его собственной структуры и сложности [Nassehi 2019: 321–325]. Мне этот ответ представляется неубедительным. Нассеи не уделяет достаточно внимания экономическим акторам и рынку, а капитализм как экономическая система, характерная для модерна, исчезает в его анализе общества. Правда, его анализ предлагает действительно новый взгляд на господствующий дискурс, который зачастую сосредоточен лишь на экономике (как на определённом поле, а не структуре), тогда как обществу отводится вторичная роль — наводить порядок после периода прорывного развития. Однако модерн невозможно постичь в отрыве от капитализма, и точно также цифровизацию невозможно постичь без рассмотрения соответствующих экономических стратегий, акторов и динамики.

В своей книге я отправляюсь не от общества, а от капитализма. Тот факт, что этот последний стал цифровым, не меняет дела, как будет показано далее. Капитализм как таковой зиждется на продаже всё большего количества продуктов и товаров на постоянно обновляющихся рынках, и сегодня, судя по всему, он озабочен проблемой, вполне адекватным решением которой и стала цифровизация (или, по крайней мере, на неё возлагают такие надежды).

Предполагается, что цифровизация — это технология, заменяющая (человеческий) труд. С точки зрения некоторых авторов, это уже означает критику капитализма, однако в плане анализа капитализма

такая концепция видится слишком простой и упрощающей проблему. Вот почему её предпочитают авторы, воздерживающиеся от анализа капитализма и вместо этого предпочитающие заниматься бесконечным прогнозированием масштаба замены человеческого труда. Сколько именно людей заменят роботы? Какой объём офисного труда будет выполняться искусственным интеллектом? Академические исследования и медиа, жаждущие внимания читателей, ставят такие вопросы и подкрепляют их цифрами, которые позволяют добиться максимального цитирования, наибольшей посещаемости сайтов и хороших тиражей. Конечно, цифровизация, как и любая иная технология в прошлом, используется для замены человеческого труда. Но для капитализма проблема не в этом; ему не нужны новые решения или ответы, чтобы приспособиться к этому процессу. В этом он на самом деле достаточно силен. Хотя в действительности он, конечно, ни в чём не силён: неизменной составляющей капиталистической системы стали бесчисленные попытки что-то решить, переговоры и внедрение стратегий повышения эффективности на отдельных компаниях, но при этом конкретные стратегии всегда могут проводиться совершенно иначе. Эта книга не является ещё одной попыткой отыскать новые технологические варианты замены труда. На самом деле главный вопрос для меня заключается в том, действительно ли у капитализма есть какие-то новые или же существовавшие в прошлом, но ныне обострившиеся проблемы, и помогает ли это объяснить, почему определённые формы цифровизации и конкретные модели цифрового бизнеса стали особенно успешными.

Гипотеза, отвечающая на этот вопрос и развиваемая на теоретическом и эмпирическом уровнях в этой книге, состоит в следующем: проблема, с которой в условиях высокоразвитого глобального капитализма всё больше сталкиваются отдельные фирмы и национальные экономики, заключается в успешных продажах. Товары, которые можно производить (или просто копировать) во всё больших объёмах и с постоянно растущей эффективностью, сами по себе ничего не стоят, если они не продаются. Такова главная цель всей этой деятельности. Конкуренция на глобальных рынках по-прежнему заставляет искать максимально дешёвые формы производства. Но ещё более важной становится конкуренция за малое количество покупателей. Усилия корпораций, нацеленные на повышение эффективности и оптимизацию, всё больше ориентированы на рынок, который они стремятся обслуживать с большей скоростью, более планомерно и применяя таргетирование. Акционеры не любят сюрпризов. Узким горлышком всякого бизнеса по-прежнему остаётся прежде всего рынок и, в конечном счёте, акт покупки (или, скорее, продажи). Стратегии, направленные на этот акт, всё больше оказывались на переднем плане, и, как я надеюсь показать в этой книге, это и есть место, где цифровизация особенно полезна (хотя, в конечном счёте, и не даёт решения, но, пожалуй, способствует усугублению фундаментальной проблемы).

Ведущая аналитическая идея этой книги может быть сформулирована следующим образом: главная проблема современного капитализма — это реализация произведённых стоимостей на рынках. Стратегии рыночного расширения и потребления составляют основные элементы всё более значимого и всё более конкурентного поля. Наряду с производительными силами, направленными на *порождение* стоимости, всё более важными становятся силы, нацеленные на *реализацию* стоимости. Причины этого экономические, то есть они определяются самой логикой нашей экономической системы, а потому не являются результатом цифровизации. Чтобы лучше прояснить этот сдвиг в значении на аналитическом и эмпирическом уровнях, эти особые производительные силы получают в книге и особое наименование — я называю их *распределительными силами*. Это позволяет включить в анализ все технологические и организационные меры и виды деятельности, связанные с реализацией стоимости, цель которых гарантировать постоянное и долгосрочное расширение реализации стоимости и при этом добиться минимальных издержек обращения. Именно в этом случае цифровизация и цифровые бизнес-модели оказались особенно перспективными.

Если вернуться к вопросу Нассеи, *проблема* заключается в самом способе существования экономики; тогда как *решение* — это вся совокупность технических, организационных, институциональных

и социальных ответов. Успех цифровизации определяется тем, что она оптимизирует и ускоряет эти решения. К сожалению, такие решения не являются реальными, и цифровизация никак не может это изменить (она, напротив, усугубляет базовую проблему). Метапроблема такова, что она может быть решена — по крайней мере, в этой экономической логике — только на изолированных участках, на ограниченный период времени, в интересах отдельных акторов, но не в целом. Капитализм оказывается в той же ситуации, что и модерн в понимании Нассеи: за счёт цифровизации нельзя освободиться от проблемы сложности, поэтому капитализм, как и модерн, не может решить свою основную проблему, когда товаров слишком много, а рынков слишком мало. Мнимое решение только усугубляет проблему.

Поскольку я говорю о капитализме, а не просто об экономике и производительных силах (или, скорее, об их особой форме, а именно о распределительных силах), читатели в большинстве своём ей не удивятся тому, что в этой книге я не раз обращаюсь к Марксу. Причина не в том, что я всегда хотела работать на основе его концепции, но в том — порядок глав это подтвердит, — что существующие исследования цифрового капитализма не дают окончательных ответов. Те, кто пожелают последовать за моей аргументацией, поймут, что уйти от Карла Маркса невозможно. И на это следует указать с самого начала — ради всех тех, кто кривится при одном лишь упоминании его имени, поскольку считает, что такие теоретические ассоциации создают «дурное окружение»⁷.

Учитывая намеченную цель книги, теоретический подход Маркса оказывается необходимым, поскольку на данный момент является первой и наиболее общей концепцией труда и жизни, экономики и общества, технологии и социальности, рынка и мира как чего-то целого и в то же время постоянно меняющегося. Мы посмотрим, можно ли применить этот теоретический инструментальный также и к цифровому капитализму. Опираясь на Маркса, я буду следовать следующей идее: «Актуальные тенденции в современных обществах невозможно даже приблизительно понять без помощи ключевых марксистских понятий, и это можно утверждать с тем большей уверенностью, чем больше капиталистическая рыночная экономика становится движущей силой постепенно складывающегося глобального общества» [Streeck 2017: 49].

Тех же, у кого остаются какие-либо сомнения по поводу Маркса, я хотела бы призвать обратить внимание на его аналитический подход и идеи. Конечно, можно долго спорить о политических выводах из его анализа, но не о его аналитической способности как таковой. Даже тем акторам, которых никак нельзя считать критиками капитализма, иногда трудно игнорировать Маркса, даже если они обычно отказываются его понимать или понимают неправильно (намеренно или непреднамеренно). Даже Всемирный экономический форум (ВЭФ)⁸ готов предписать отдельные «марксистские» меры [Bendell 2016], под чем имеется в виду универсальный базовый доход. Однако цель данных предпри-

⁷ В цифровом мире «дурное окружение» означает веб-сайты со ссылками на агрегаторы ссылок, веб-сайты с вредоносным кодом, нелегальным или другим контентом, который отвергается алгоритмами Google и других поисковых машин. Из-за такого окружения веб-сайты могут понижаться в поисковом рейтинге. Стратегии поисковой оптимизации (*search engine optimisation* (SEO) *strategies*), нацеленные на повышение рейтинга сайтов за счёт большого числа ссылок, часто попадают в эту ловушку. Вопрос всегда в том, куда ведут ссылки.

⁸ Пренебрегая собственным диагнозом кризиса 2016 г., Всемирный экономический форум (ВЭФ) в настоящее время, после великой трансформации (то есть рождения капитализма) и Великой депрессии (его первого, но, как нам известно сегодня, не последнего кризиса), призывает к Большой перезагрузке, что соответствует растущему социальному неравенству и экологическому кризису. Только на этот раз ответа потребовала не цифровизация, а COVID-19. В книге, посвящённой конференции и в целом отличающейся удивительной поверхностностью аргументации [Schwab, Malleret 2020], читатель обнаружит, наряду с призывами к глобализации [Schwab, Malleret 2020: 114–119] и национальной управляемости [Schwab, Malleret 2020: 89–95], в основном один и тот же императив — требование ускорения цифровизации [Schwab, Malleret 2020: 153–154, 176–180] и роста (пусть даже более устойчивого и иначе измеримого), что на уровне национальной экономики позволит в большей мере выявить расхождение уровней дохода, неравное распределение возможностей социальной интеграции или же социальную сопротивляемость [Schwab, Malleret 2020: 58–63]. На сайте ВЭФ указывается на четыре основных компонента Большой перезагрузки: соответствующее умонастроение, новые критерии измерения ущерба, сглаживание ущерба за счёт создания новых стимулов и усиление связей людей друг с другом и миром природы.

саний — не защитить людей от обнищания, вызванного тем, что цифровизация способна уничтожить множество рабочих мест, но поддержать массовое потребление, на которое опирается капитализм. Довольно часто различие состоит лишь в личности высказывающегося: когда Маркс — или марксисты — говорит, что корпорации ориентируются лишь на прибыль, такие высказывания нередко критикуются или же попросту отбрасываются. Но странно то, что, когда нобелевские лауреаты вполне осознанно, пусть и ради провокации, сводят понимание социальной ответственности корпораций к «повышению прибыльности» [Friedman 1970], это обычно не вызывает вопросов.

Причина в том, что именем Маркса часто злоупотребляют; толкованием «Капитала» подчас занимаются с тем же пылом, что и толкованием Библии (хотя у Маркса дан точный анализ, а Библия является религиозным текстом). Спектр интерпретаций работ Маркса бесконечен, причём интерпретаторы часто не согласны друг с другом; и только немногие люди действительно читали Маркса в подлиннике, а другие, самое большее, просто читали что-то *о нём*. По всем этим причинам в аналитических частях моей книги я буду передавать слово самим Карлу Маркса и Фридриху Энгельсу, чтобы они говорили за себя. В процессе работы с источниками я обнаружила немало новых аргументов, прочитав некоторые тексты новым взглядом. Доскональное изучение многотомного собрания сочинений Маркса и Энгельса (*Marx Engels Collected Works* — MECW) очень мне помогло и оказалось весьма плодотворным. Стремление к точности анализа и интеллектуальной сложности, неизменно удивляющая объективность в выборе темы, прозорливость прогноза — всё это образует впечатляющий инструментарий, способный помочь в понимании стареющего, но неизменно переизобретаемого капитализма, в том числе его цифровой формы. Если вы разделяете отмеченные сомнения насчёт Маркса, попробуйте на время отложить их в сторону (пусть пока подождут). Если чтение Маркса не входило в круг ваших интересов, если вы не отличаете экономику от капитализма или считаете, что мир вас и так устраивает, я призываю вас не бояться за себя, непредвзято взглянуть на вещи и присоединиться ко мне в путешествии в мир Маркса.

Аналитическое и теоретическое основание этой книги построено на уже упомянутом понятии «распределительные силы». Этот термин я придумала по аналогии с понятием «производительные силы» у Маркса. У него, как мы хорошо знаем, наука и технология — лишь *одно* из отражений развития производительных сил, которое он всегда обсуждает в контексте производственных отношений. В своей книге я подхватываю этот подход и пытаюсь его переопределить. Задача не в том, чтобы написать ещё одну книгу о правоте Маркса, но в том, чтобы воспользоваться аналитической силой его трудов, особенно в изучении взаимосвязи технологического развития с экономическими и социальными отношениями, приспособить их (не теряя критики и без излишнего почтения к ним) и прочитать так, как того требуют актуальные социальные перемены.

Моя гипотеза распределительных сил направлена на понимание цифровизации в том смысле, что значительная доля деятельности, ею обусловленная, имеет одну-единственную цель — реализацию стоимости на рынках. Иными словами, задача не просто в создании новой стоимости, но, попросту говоря, в успешных, более надёжных и скорых, максимально гарантированных и устойчивых в долгосрочной перспективе операциях на рынках. Я не стремлюсь конкретизировать гипотезу перехода от промышленного капитализма производительных сил к цифровому капитализму распределительных сил. Сделать это было бы просто, но вопрос оказывается намного сложнее. Вот почему так важно проводить аналитические различия в том, что эмпирически представляется неразложимой смесью. И опять же, при решении этой интеллектуальной задачи инструментарий Маркса оказывает неоценимую помощь.

Даже в академическом мире реальное чтение, то есть полное прочтение текста от корки до корки, вышло из моды. Академия давно управляется показателями эффективности, а потому вынуждена показывать всё больше и больше роста: больше студентов, больше стороннего финансирования, больше цитируемых публикаций в международных высокорейтинговых журналах. Однако, как и в экономике,

рынок и здесь ограничен. Растущему перепроизводству академических текстов соответствует падение их чтения (вероятно, можно сделать статью по экономике на тему «Подсчёт тенденции нормы чтения к падению»... Но я отвлеклась). Вот почему мы все читаем вскользь, прицельно и избирательно, многое пропускаем. Правда, в большинстве случаев и такого чтения вполне достаточно.

Перепроизводство текстов растёт потому, что расширение рынка в академии представляет особую проблему, поскольку призыв развивать науку и умножать исследования почти никогда не предполагает требования писать больше значимых для общества текстов, налаживать коммуникацию с теми, кто зарабатывает другие темы, и как можно чаще выходить из своей башни из слоновой кости. Кто вообще читает академические тексты за пределами академического мира? Да и зачем их читать, если большинство из них не содержит практической составляющей и интересно только в рамках собственной дисциплины? Соглашусь с тем, что эта книга, возможно, тоже не самое подходящее чтение после долгого рабочего дня, позднего ужина с недовольными и (или) входящими в пубертат детьми, членами семьи или соседями по комнате, чья работа давно стала частью их личной жизни. И, безусловно, моя книга требует больше времени и сосредоточенности, чем 45-минутный эпизод модного сериала, транслируемый на популярном стриминговом сайте. Всё это относится к большинству академических книг. Тем не менее я хотела бы пригласить вас к чтению этой книги, проследить за аргументацией в ней и логикой изложения в главах, поскольку приведённые во «Введении» аргументы и выводы, сделанные в заключительной главе, неизбежно требуют более обстоятельного осмысления и более убедительных доводов.

1.2. Цифровой капитализм и стоимость

Список диагнозов, связанных с цифровизацией, поистине бесконечен. В зависимости от года публикации во внимание могут приниматься разные технологические феномены и (или) новейшие бизнес-модели вместе с соответствующими компаниями-протагонистами. Во «Введении» стоило бы вкратце их описать. Однако я воздержусь от этого и не стану подвергать вас этому испытанию, поскольку, хотя многие такие диагнозы могут быть вполне достойными обсуждения и внимания, мне интересны экономические аспекты, скрытые за цифровыми явлениями. Мой предмет — не сила крупных технологических компаний, не ограниченная одной лишь экономической сферой, но вопрос о том, как мы вообще в этой ситуации оказались. И мне кажется, что в большинстве случаев постановка диагноза не даёт ответа на интересующий меня вопрос. В конечном счёте, выдаётся один и тот же рецепт (либо в модусе критики, либо с чувством восхищения): хорошенько смешайте практики первопроходцев цифровизации с деструктивными бизнес-стратегиями, приправьте нематериальными продуктами (с небольшими или нулевыми маргинальными издержками), влейте неограниченные данные, используемые в качестве сырья, и в результате вы получите чрезвычайно быстрый рост и сетевые эффекты. Возможно, всё это на самом деле так и есть. Но разве это то объяснение, которое мы ищем? Если попробовать развить тот же образ коктейля, не должно ли объяснение включать и сам бар, а также тот факт, что в нём всегда было намного больше напитков, чем нужно для удовлетворения его клиентов? Другими словами, может ли капитализм и его экономическая логика предоставить нам более исчерпывающее объяснение, чем цифровизация и её алгоритмы?

Попытка ответить на этот вопрос начинается с понятия «цифровой капитализм», которое вводится в главе 2. Этот термин придумал Дэн Шиллер [Schiller 1999], и это была не единственная попытка рассмотреть цифровизацию совместно с капитализмом — собственно говоря, он сам впоследствии и предпринял ещё одну попытку [Schiller 2014], уже после финансового кризиса 2007–2008 гг. Геополитический, технологический и исторический подход Шиллера был дополнен медиатеоретическим исследованием Майкла Бетанкура, с чьей точки зрения финансовый кризис и финансовая система также являются важными ориентирами, а потому и той оптикой, которая позволяет проанализировать цифровой капитализм [Betancourt 2015].

В этой книге я регулярно ссылаюсь на этих авторов. Их подходы, оставаясь во многом разными, всё же крутятся вокруг цифрового капитализма, а я соотношу их с тремя тематическими блоками, которые представляются наиболее важными для моего вопроса («Что там с баром?»). Я попытаюсь выяснить, не найдётся ли в общем обзоре двух этих авторов ответа на три вопроса о цифровом капитализме, которые для меня самые значимые: *что* происходит, *благодаря кому* и *с какой динамикой*? Действительно ли «имматериальное» меняет фундаментальное основание экономики (труд и стоимость)? Какая за всем этим скрывается реальная движущая сила? Нет нужды говорить, что эта книга не ограничивается одной лишь второй главой (на самом деле она получилась длиннее, чем задумывалось первоначально). Оба упомянутых автора, по сути, не дают удовлетворительных ответов на мои вопросы. Неизменно ощущение, что именно *Цифра* определяет дискуссии вокруг цифрового капитализма, а не новизна или хотя бы существенное изменение в экономической динамике. Тем не менее внимание к упомянутым авторам и их ответам на три моих вопроса вывести на первый план в главе 3 вопрос о стоимости. Здесь мы первым делом попытаемся найти аргументы, позволяющие нам сориентироваться, и обратимся к глубокому анализу, представленному в работе Марианы Маццукато [Mazzucato 2018]. Она не только занимается стоимостью и её происхождением, но и показывает размах иллюзии, создаваемой экономикой, когда та перестаёт обращать внимание на стоимость, являющуюся ключевым компонентом всех видов экономической деятельности. Кроме того, М. Маццукато показывает, что это упущение имеет отношение не к имматериальности цифры, но к вполне материальным интересам.

Только выяснив и утвердив значение стоимости, можно задать вопрос о том, как с ней обстоит дело при цифровом капитализме. Действительно ли это понятие, и без того достаточно тёмное, раскладывается в реальности на биты и пиксели? Карл Маркс предполагает, что товары при капитализме включают две в высшей степени противоречащие друг другу стоимости — потребительную (определяемую конкретным применением и использованием) и меновую (то есть чисто количественную меру, которая должна прежде всего доказать себя на рынке, где она становится видимой, хотя, по Марксу, она возникает не там).

С точки зрения Маркса, стоимость порождается в производственном процессе, и её мерой является необходимый труд. А поскольку в промышленном капитализме производственный процесс связан с машинерией и сталью, а необходимый труд — с рабочей (и физической) силой, многие соблазнились гипотезой, будто эта базовая структура исчезнет вместе с переменой в формах её видимости. Однако потребительная и меновая стоимости существуют и при цифровом капитализме, пусть даже средства производства меняют их форму, тогда как труду требуются новые навыки. Стоимость и труд, потребительная и меновая стоимости при цифровом капитализме могут предстать в ином виде, собраться в иную конфигурацию, однако на сей момент исходные категории Маркса остаются в аналитическом смысле вполне адекватными и точными.

Означает ли это, что в конце главы 3 надо будет дать ответ на следующий вопрос, сохраняет ли бизнес при цифровом капитализме свой «обычный» режим: никакого нового вина в старых бурдюках? Старый добрый капитализм всего лишь стал цифровым? Ответ — и да, и нет. Во-первых, изменение формы меняет и многое другое; причём это происходит одновременно во многих ситуациях и местах по всему миру, в том числе в нашем личном жизненном мире. Во-вторых, мы при таком подходе смотрим лишь на один, пусть и важный, аспект капитализма. Если в нём не происходит никакого фундаментального изменения, почему тогда вообще возникли гигантские технологические корпорации с их заоблачными котировками? Значит ли это, что они просто смогли увидеть в цифровизации то, чего не заметили другие? Это возвращает нас к исходному вопросу. Если Facebook*⁹ или Google порождает, как все мы знаем (и в этой книге мы к этому вопросу ещё вернёмся), свои головокружительные доходы за счёт

⁹ Проект принадлежит Meta Platforms Inc., которая признана экстремистской организацией и деятельность которой запрещена на территории РФ. Далее в тексте отмечено астериском (*). — *Примеч. ред.*

одной лишь рекламы, должны существовать какие-то компании, которые, в свою очередь, готовы такие деньги тратить. Быть может, мы видим лишь усреднённое изменение, то есть теперь рекламы меньше на национальном телевидении и больше в глобальном Интернете? Это тоже верно. И всё же этим не объясняются ни гигантские доходы, ни заоблачные рыночные котировки. В связи с этим можно предложить две гипотезы.

Во-первых, новизна цифрового капитализма может обнаружиться на стороне не порождения стоимости, а её реализации. Во-вторых, на самом деле мы, возможно, имеем дело с системным дисбалансом, который просматривается уже во введённом Майклом Бетанкуром понятии «дефицит», рассматриваемом в главе 2 нашей книги. С его точки зрения, такой дефицит представляет собой феномен цифрового капитализма. Если бы нам пришлось представлять этот последний без цифры, те же самые процессы могли бы объясняться перепроизводством, избыточным накоплением и противоречиями между реальной и финансовой экономикой. Такие объяснения можно найти в анализе промышленного капитализма у Маркса. Так или иначе, я воздержусь от преждевременного развития привлекательной гипотезы, утверждающей, что ответ может найтись на «фоне» (то есть на рынке), а не на «переднем плане» (в производстве). Давайте сначала вернёмся к происхождению капитализма и его анализу.

1.3. Производительные силы и рынок

В главе 4 мы обратимся к двум теоретикам, которые изучали последнюю великую трансформацию, то есть Первую промышленную революцию, и смогли разработать адекватные аналитические инструменты, позволяющие рассмотреть технологию, экономику и общество в качестве взаимодействующих друг с другом, а не разрозненных элементов. Я имею в виду Карла Полянши и его исторический анализ «Великой трансформации» и Карла Маркса с его исследованием капитализма и теорией развития производительных сил. Аналитические позиции обоих авторов я рассматриваю без особого пиетета, смешивая два эти подхода в большей мере, чем это делают обычно; в конце концов, Полянши и Маркс обращают свою критику на один и тот же предмет и преследуют одну цель, хотя иногда и делают это по-разному. И даже в тех случаях, когда их, как мы сказали бы сегодня, «формулировки» или «фреймы» различаются, в конечном счёте они высвечивают одну и ту же болезненную проблему. Кроме того, я готова согласиться лишь с той частью интерпретаций, которые важны для моей цели, то есть для понимания того, какова реальная новизна цифровизации последних 30 лет. Наконец, я не боюсь развивать Маркса, дополняя его производительные силы понятием «распределительные силы». Согласно моей основной гипотезе, именно в них становится заметна подлинная новизна цифровизации.

В своих исследованиях возникновения капитализма и его уникальных качеств и Маркс, и Полянши, каждый по-своему, сосредотачиваются на процессе производства. Первоначально оба, причём вполне целенаправленно, исключают из своего анализа рыночные продажи, то есть сферу оборота, причём отдельно оговаривают такой подход. Конечно, оба отлично понимают, что создание стоимостей на одной стороне (в производстве) экономически реально только в том случае, если стоимости могут быть реализованы, то есть проданы на другой (на рынке). Оба указывают на это обстоятельство, но в основном обращают внимание на то, что в их эпоху оставалось определяющим фактором всей динамики в целом. Так, Маркс посвящает себя исследованию прибавочной стоимости, возникающей в процессе производства, тогда как вопрос реализации стоимости на рынке он исследует прежде всего с точки зрения потребительной способности, а потому и отношений распределения. Полянши же рассматривает изменение в роли купца, который раньше покупал и продавал готовые товары, но теперь закупает сырьё и рабочую силу; именно в этом Полянши видит источник трансформации, а не в продаже товаров, создаваемых теперь под контролем купца, ставшего предпринимателем. Следовательно, Полянши и Маркс усматривают трансформационную динамику ранней индустриализации в схождении технологической инновации в производстве и новой логики покупки (Полянши) и в то же время в создании прибавочной стоимости.

Поланьи не верит — и это также будет показано далее, — что рыночное общество может быть заторможено. Это сближает его с Марксом намного больше, чем многие готовы допустить. Что определённо отличает их обоих, так это выход за пределы эмпирического анализа: Поланьи совершает такой выход, когда рассматривает капитализм в качестве систематического потребления реальной субстанции, под которой он имеет в виду людей, а также природу и общество в целом. У Маркса этот выход заключается в оценке того, как капитализм в конечном счёте тормозит реальный прогресс человечества (как рода), хотя он и высвобождает все, как их называет сам Маркс, производительные силы.

Понятие «развитие производительных сил», введённое Марксом, также должно рассматриваться в этом контексте, и не только потому, что оно включает всё, что нас здесь интересует (общество и экономику, изменение и трансформацию, технологию и труд), но и потому, что в некоторых недавних концепциях цифровизация сама часто рассматривается в качестве важного шага вперёд (или даже скачка) в развитии производительных сил. Кроме того, мы должны изучить некоторые недавние применения понятия Маркса к этой проблеме. В конце концов, не исключено, что ответы для анализа цифрового капитализма мы найдём прямо здесь, просто они, возможно, не использовались теми двумя авторами, которых мы упоминали выше. Впрочем, эта надежда не оправдается. Сколь бы полезными ни были марксовы производительные силы (вместе с производственными отношениями и возникающим из них обоим способом производства) в применении к актуальным процессам, в аналитическом смысле это понятие остаётся смутным и неконкретным. Оно либо (причём на уровне заявлений, а не аргументов) превозносится в качестве скачка производительных сил, либо (ошибочно и неудачно) сводится к вопросу производительности.

Таким образом, наряду с первым слепым пятном — стоимостью, — обнаруженным в современных текстах о цифровом капитализме, есть в классическом анализе развития промышленного капитализма и второе слепое пятно — реализация стоимости. Однако, как будет показано в главе 5, она не обязательно является собственно слепым пятном. В развитом капитализме (цифровом или каким-то иным) реализация стоимости приобретает чрезвычайное значение. Однако одного утверждения такой её важности недостаточно. Цель должна заключаться в теоретической проработке и аналитическом наполнении этого утверждения. У Маркса мы можем первоначально выделить три соответствующих фактора динамики развития, а именно расширение рынка, потребление и кризис.

Эти факторы не являются случайными, поскольку докапиталистические рынки также демонстрируют тенденцию к расширению; на каждом рынке товары покупаются и потребляются только в том случае, если на то есть желание и способность; история человечества испещрена экономическими кризисами, случившимися задолго до капитализма. Однако расширение рынка, потребление и кризис — не просто потенциальные, но и необходимые факторы динамики капитализма. *Конкуренция промышленных производственных предприятий за более экономную форму производства при поддержании или наращивании порождения стоимости дополняется усилением конкуренции за ключевую позицию на рынках.*

Учитывая неустранимую тенденцию производства к неумеренности, то же самое можно сказать и о продажах. Вот почему необходимо постоянно создавать, открывать и развивать новые рынки, изолируя их, если на то есть возможность, от конкурентов (для чего применяются самые разные методы). Несмотря на значительное расширение рынков, конкуренты борются за ресурс, который систематически сокращается, то есть за участников рынка, желающих и, главное, способных потреблять. Хотя желание потреблять можно создавать проактивно, способность к потреблению (покупательная способность, понимаемая в экономическом смысле) остаётся ограниченной. Вот почему *реализация стоимости становится всё более важной, но в то же время всё менее достижимой целью.* Эта фундаментальная проблема, этот систематический дисбаланс сохраняется и неизбежно приводит к периодически возникающим кризисам. Чтобы их избежать или минимизировать их воздействие (в той мере, в какой это

возможно), необходимо всеми силами сокращать этот дисбаланс между избыточным производством и слишком малым количеством потребителей (причём производство и потребление всегда должны пониматься относительно друг друга). Для достижения этой цели постоянно принимаются локальные и глобальные меры (на уровне как отдельных предприятий, так и всей национальной экономики в целом), позволяющие повысить желание потреблять. Этот процесс становится господствующим, непрерывно расширяющимся социальным модусом, причём потребление стало таковым настолько давно и в такой мере, что сегодня вообще сложно провести осмысленные различия между ним и обществом. Желание потреблять должно разжигаться постоянно, но даже когда в этом достигают определённого успеха, пределы способности потребления никуда не деваются. С определённого момента — причём это началось задолго до цифровизации — главную роль в этом процессе стали играть средства коммуникации, применяемые для расширения рынка, стимулирования потребления и минимизации рисков такого процесса, неизменно приводящего к кризисам. Эти аспекты — их можно заметить уже у Маркса — требуют всё больше и больше внимания; тогда как производительные силы, брошенные на достижение этой цели, нуждаются во всё большем времени, технологиях и рабочей силе.

1.4. Три распределительные силы и их развитие

В главе 6 я сосредоточиваюсь на трёх производительных силах, направленных на реализацию стоимости, или, как я их называю из-за растущего значения, на распределительных силах. К ним относятся *реклама и маркетинг* (меры, направленные на реализацию стоимости, то есть на потребление и рынок), *транспорт и складирование* (меры, позволяющие обеспечить физический доступ к рынкам и реализации стоимости), а также *контроль и предсказание* (меры, призванные связать в единую цепь порождение стоимости и её реализацию, сделав их калькулируемыми в точном смысле этого слова во всём обороте товара). Три этих распределительные силы аналитически и исторически прорабатываются в главе 6. В конце концов, они являются не выражением цифровизации, но, скорее, её самыми активными абонентами. Контроль и предсказание выделяются среди других распределительных сил, поскольку они могут являться в собственном виде, но в то же время, что встречается все чаще, в связке с остальными. Несмотря на разделение в анализе и эмпирическое различие индивидуальных феноменов, все три распределительные силы являются взаимосвязанными, перекрываются друг другом и часто развиваются сообща — в техническом, организационном и взаимодополнительном разделении труда, практически всегда в зависимости друг от друга.

Мы увидим, как распределительные силы наполняют реальным содержанием мою основную гипотезу. Каждая из них теоретически может быть выведена из Маркса, но в то же время всегда соотносится с конкретными (важно, что не только с цифровыми) эмпирическими примерами, взятыми из современности. Мы встретимся как со старой идеей сервисного обслуживания потребителей, с более новым понятием «ретаргетинг»; рассмотрим, сколько футболок умещается в один грузовой контейнер и какое отношение Фонд Форда имеет к учебным программам бизнес-школ по всему свету.

Как уже подчёркивалось, распределительные силы включают все технические и организационные меры, связанные с реализацией прибавочной стоимости, и действия, нацеленные на обеспечение реализации стоимости, то есть они относятся не только к тому, что происходит внутри отдельных компаний или даже в отдельных отраслях и цепочках создания стоимости, но и к тесно связанным друг с другом базовым институциональным структурам и политическим условиям, социальным практикам, нормам и т. п. Мы будем иметь дело с распределительными силами только в узком смысле слова — со стратегиями и технологиями, применяемыми экономическими акторами, а также с соответствующими им и развивающимися параллельно формами овладения рабочей силой и производительностью труда. В то же время всё это всегда остаётся составляющей развития производительных сил, а потому, как и сами производительные силы, является выражением тех же производственных отношений, в которые погружено.

Распределительные силы — феномен не новый, однако чем дольше существует капитализм, тем они важнее и необходимее как для отдельного предприятия, конкурирующего за успешную реализацию стоимости, так и для всей национальной экономики, конкурирующей за то, чтобы отсрочить следующий неминуемый кризис на максимально возможное время.

Цифровизация в этом контексте становится особенно удобным союзником: на уровне распределительных сил она оказывает намного большее влияние, чем на уровне производительных сил. Причина в том, что её технологии и бизнес-модели обещают три конкретные вещи: расширение рынка, стимулирование потребления, реализацию стоимости при минимальном риске. Это порождает новое качество. В том случае, когда цифровизация служит всё тому же порождению стоимости, то есть влияет на прибавочную стоимость, она во многом применяется так же, как и любая другая производительная сила. Новизна и отличие цифрового капитализма от его предшественника определяются, следовательно, на уровне реализации стоимости. Вот почему мы должны говорить о *капитализме распределительных сил*, если мы вообще желаем дать какое-то название этой фазе капитализма. В конечном счёте, новизна заключается в сдвиге экономической, а не технологической области. Распределительные силы, как и уровень их цифровизации, на самом деле не решают проблемы уязвимости капитализма перед кризисом, поскольку сами по себе они, как и бизнес-модели, на них ориентированные, подчиняются той же логике, ответом на которую они призваны стать. Кроме того, в контексте роста издержек и доли живого труда в области распределительных сил можно обнаружить и хорошо знакомые методы снижения издержек (в том числе на оборот).

Читатели, которые не ограничатся этим кратким «Введением», где многие аргументы приходится опустить, но перейдут к чтению самой книги, вероятно, ожидают каких-то замечаний о хронологическом развитии распределительных сил. Поклонники Маркса, возможно, успели заготовить несколько скептических вопросов. Всё это можно найти в главе 7. Поскольку вопросы о развитии рассматриваются в ней лишь вкратце, служа переходом к более полной в эмпирическом плане главе 8, тогда как скептические замечания интересны только тем, кто потратил какое-то время на изучение хотя бы нескольких из знаменитых трудов Маркса, будет достаточно отметить ключевые моменты: что касается хронологического развития, в период, начавшийся примерно с 1980-х гг., возникает вопрос о скачке, разрыве или расслоении. Бабочка или саранча? Что же касается отличия от других понятий теоретического аппарата Маркса, моя задача — установить связи с отношениями распределения и обращения, а также показать их отличия. И то и другое будет рассмотрено в главе 7, которую я рекомендую прочитать, но воздержусь от спойлеров.

1.5. Иллюстрации и разрушения

После преимущественно теоретического и аналитического изложения глава 8 представляется прежде всего эмпирической, поскольку в ней ещё больше, чем в предыдущих главах, я погружаюсь в цифровые глубины. Нет нужды говорить, что одна глава с эмпирическим материалом не может представить распределительные силы в их целостности, включая их взаимоотношения и развитие. Для этого потребовалась бы целая исследовательская программа. В этом смысле глава 8 — скорее иллюстрация и пробный камень, то есть она позволяет увидеть, становятся ли феномены цифрового капитализма понятнее при их исследовании через призму распределительных сил. Отправной точкой нам послужат корпорации, объединённые аббревиатурой GAFAM (Google, Amazon, Facebook*, Apple и Microsoft), то есть главные герои почти любой диагностики современной цифровизации и отчасти важные референтные точки для авторов, пишущих о цифровом капитализме, обсуждавшихся в начале книги. Сравнение различных ключевых показателей деятельности этих компаний (вместе с тремя другими), взятых из их корпоративных годовых отчётов за 2019 г. и из некоторых других источников, показывает многие различия между ними. Только подход, основанный на распределительных силах, позволяет более точно понять причины этих различий. Такова первая эмпирическая иллюстрация.

Вторая позволяет выявить два катализатора, которые подкрепляют два основных мотива распределительных сил (расширение рынка и потребления) и являются специфическими для современного варианта капитализма чертами, а именно венчурный капитал и вездесущее потребление. Потоки венчурного капитала поддерживают обещание бесконечного рыночного потребления и в то же время становятся его жертвой. Как только цифровизация и нейронауки сопрягаются друг с другом, они порождают некоторые формы стимулирования потребления, всё больше становящиеся неизбежными.

Третья иллюстрация позволяет категоризировать господствующие модели цифрового бизнеса и наиболее важные на данный момент цифровые технологии, основываясь на теоретически проработанном понимании распределительных сил; она же показывает весь масштаб приоритета реализации стоимости. Ещё один аспект, всё более заметный, состоит в том, что одна компания оказалась особенно успешной в овладении распределительными силами — это Amazon. Её можно назвать «купеческим капиталом 4.0», и она представляет собой совершенно особый случай. Как вы уже, вероятно, догадались, но всё же стоит подчеркнуть ещё раз, что подход, основанный на распределительных силах, позволяет понять этот случай доскональнее.

Наконец, в четвёртой иллюстрации внимание обращается уже не на компании, но на труд в его конкретных категориях. Основываясь на количественном анализе, я показываю, как возросшее значение распределительных сил отражается на профессиях и рабочих местах. В целом все четыре эмпирические иллюстрации подчёркивают то, что гипотеза распределительных сил предлагает иной и пока не принимавшийся во внимание подход к пониманию капитализма в его цифровой форме.

Глава 9 представляет собой не столько заключение, сколько обзор возможностей. Что касается гипотез и терминологии, мы, скорее, распутаем этот клубок, чем свяжем в единое целое производительные и распределительные силы, отношения производства и воспроизводства. Вопрос о роли цифровизации и особенно искусственного интеллекта мы поставим также и с экологической точки зрения. Соответственно, в последней главе мы попытаемся присмотреться, опираясь опять же на Маркса и Поланьи, к отношениям и силам воспроизводства. В своё время Маркс и Поланьи были весьма обеспокоены вопросами, которые созвучны современным дискурсам цифровизации, а именно тем, что определённое применение технологии вкупе с определённой экономической логикой даёт не только продуктивные результаты, но также неизбежно и деструктивные. В работе Поланьи речь идёт об ущербе субстанции (то есть «человеческой и природной субстанции общества»), тогда как Маркс говорит о наличных производственных отношениях, которые (и в этом пункте заслуги его анализа ни в коем случае не нужно преуменьшать) не только связаны с эксплуатацией человеческого труда и естественных ресурсов, но и мешают человеку и обществу достичь своего полного потенциала. В заключение мы обсудим опасности, которые развитие распределительных сил создаёт для воспроизводства человечества, общества и природы, поднимем вопрос (связанный с новейшими вариантами цифровизации, а именно искусственным интеллектом и машинным обучением) о том, может ли цифровизация использоваться так, чтобы не стать разрушительной силой, пусть даже она действует в капитализме распределительных сил.

Однажды, в тот странный год, которым стал для нас 2020-й, когда из-за пандемии я постоянно работала дома, что, впрочем, для меня стало удачей, поскольку позволило сосредоточиться на книге, я оторвала взгляд от экрана компьютера и посмотрела в окно. В тот самый момент я увидела, как рабочие очищали рекламный столб¹⁰ — весьма древний инструмент распространения рекламы (аналоговой, не цифро-

¹⁰ Рекламный столб существует с 1855 г. [Reichwein 1980], но по-прежнему пользуется популярностью, так как представляется для многих полезным и привычным форматом для передачи информации. В немецких городах на данный момент действуют десятки тысяч таких столбов [FAW 2005], хотя их значительно обогнала и вытеснила из поля зрения наружная реклама, в том числе цифровая, то есть реклама в общественных местах на цифровых носителях — билборды, видеодисплеи и указатели, телевизоры в общественном транспорте и информационные экраны. В Германии в общественных местах установлено более 100 тысяч таких устройств, причём бюджеты отдельных рекламных кампа-

вой). Должна признать, что никогда даже не задумывалась о том, сколько слоёв рекламных объявлений приходится с таких столбов снимать. По прошествии определённого времени объявления и клей на столбе под воздействием дождя и палящего солнца превращаются в единую твёрдую массу. Конечно, если столб предполагается использовать и дальше, все эти слои на каком-то этапе приходится удалять. Я как раз и застала такой момент, наблюдая за тем, как рабочие срезали толстый бумажный цилиндр, орудуя вдоль него своей пилой. Они постепенно расширили радиус сломанного цилиндра, для чего его пришлось несколько раз дёрнуть и потянуть, что было определённно тяжёлым физическим трудом. Наконец, стал виден сам столб. Громоздкий затвердевший рулон, оказавшийся на тротуаре, был настолько тяжёлым, что его пришлось разрезать на куски пилой, как сваленное дерево. В итоге рекламный столб был освобождён и его можно было снова обклеивать рекламными объявлениями, которые провисели бы до тех пор, пока всю процедуру не пришлось бы повторить или пока его заменили бы его цифровой рекламой.

Возможно, это описание несколько неуклюже, но в то же время оно представляется довольно удачной аналогией распределительных сил и цифрового капитализма, то есть основного предмета этой книги. Во-первых, рассматривая развитие от старого рекламного столба до современных кампаний цифровой наружной рекламы, мы обнаруживаем замечательный эмпирический пример эволюции распределительных сил. Во-вторых, дорогостоящий процесс очистки столба служит метафорой того, что мы, собственно, и анализируем в этой книге, а именно распределительных сил как нового качества цифрового капитализма.

Если следовать всё той же метафоре столба, сегодня происходит следующее: использоваться начинает новый слой объявлений, наполненный более красочным цифровым контентом. Однако основа, то есть сам столб, или капиталистическая логика, сохраняется. На феноменальном уровне всё, однако, меняется до неузнаваемости. Производительные силы не замещаются распределительными. Гипотеза состоит не в этом (в конце концов, этого не допускает простая логика, поскольку эти последние силы являются составной частью первых). Следовательно, вопрос не в том, когда аналоговый рекламный столб, а вместе с ним и работа по расклейке и сдиранию рекламных объявлений будут повсеместно заменены устройствами для цифровой наружной рекламы. Вопрос намного серьёзнее. Ведь мы начали не с вопроса о том, во что цифровизация превращает капитализм; нас интересует, какие механизмы капитализма закрепляются, упрочиваются и смещаются (и почему), и какую роль во всём этом процессе играет цифровизация. Именно в этом пункте становится интересной замена столба, поскольку, с одной стороны, она обеспечивает бесконечное увеличение частоты смены объявлений, тогда как издержки обращения в перспективе можно свести к минимуму. С другой стороны, издержки, скорее всего, даже возрастут, поскольку, чтобы освоить фонды, которые выделяются на цифровую рекламу, потребуется больше рекламных фирм. Кроме того, управление многоканальными клиентскими проектами, включающими отдельный рекламный столб в большую маркетинговую стратегию, требует новых навыков и определённой квалификации. А это, безусловно, влечёт намного более высокие расходы, если сравнивать с затратами на печать рекламных объявлений, их расклейку и удаление. Тут же в игру вступает и конкуренция. Внезапно автобусная остановка рядом с рекламным столбом тоже становится цифровой наружной рекламой, тогда как рекламный эффект собственно столба, который в общем-то оценить всегда было сложно, сокращается.

Таким образом, отдельный рекламный столб — не только инструмент расширения рынка и стимуляции потребления. На самом деле он создаёт новые основания для расширения рынка и увеличения способов поощрения потребления. Для каждой конкретной компании результат, возможно, будет неопределённым, несмотря на все оценки импакта, но так или иначе экологический и социальный след

ний составляют от одного до десяти миллионов евро [FAW 2020]. Кроме того, наружная реклама считается третьим по скорости роста направлением рекламного рынка [Warner 2020: 490].

останется. Именно так обнаруживается во всей её красе дилемма капитализма распределительных сил, опирающегося на цифровизацию.

2. Цифровой капитализм: новая ревизия?

Термин «цифровой капитализм» новым считать нельзя, я не собираюсь предъявлять на него права или его переизобретать. Он просто удачно подходит для анализа, представленного в этой книге, то есть для анализа капитализма в эпоху цифровизации. Однако моя цель не в том, чтобы описать цифровой характер капитализма или же представить цифровизацию по самой своей природе капиталистической. Обе задачи тривиальны, и обе довольно часто решались. В 1998 г., когда я писала магистерский диплом, посвящённый труду, связанному с Интернетом, и в основном занималась информационным брокерством в нём, книга Дэна Шиллера «Digital Capitalism» («Цифровой капитализм») ещё не была издана. В то время уже вошло в привычку использовать определённые прилагательные или существительные вместе со словами «капитализм» и «общество», чтобы описать то, что ныне мы называем «цифровизацией». Все началось с «цифрового общества» [Crawford 1983], обсуждавшегося с начала 1970-х гг., потом стали говорить о «сетевом обществе» [Castells 2000], тогда как сегодня в моде термин «надзорный капитализм» [Zuboff 2019]. Я, однако, воздержусь от всех этих диагнозов, вышедших на мировую сцену после появления Интернета и рассматривающих с разных точек зрения новые технологии. В то же время критическое сопоставление с другими подходами способно прояснить — и для самого автора, и для читателей, стремящихся его понять, — то, что желает и что может выполнить тот или иной подход, а что не может. Для этого я ограничусь определённой выборкой: для начала есть смысл рассмотреть работы Дэна Шиллера, автора, придумавшего термин «цифровой капитализм» (см. главу 2, раздел 2.1). Важно рассмотреть этот исходный текст, поскольку у Шиллера та же судьба, что и у многих других авторов: его термин используют часто, но его основные идеи излагают в довольно усечённом и часто попросту искажённом виде. Дэн Шиллер — американский историк экономики и техники, в чьём подходе информационные и коммуникационные технологии связываются с геополитикой. Его книга «Цифровой капитализм» [Schiller 1999] одной из первых представляла глубокое исследование Интернета, в те времена ещё только-только зарождающегося, с политико-экономической точки зрения, определяла его историческое место и позволяла систематически рассматривать рыночные отношения и (технологические) сети в качестве единого целого. Наряду с этим первоначальным диагнозом я выбрала также две другие книги, которые послужат рамкой моему исследованию¹¹:

Второе крупное исследование цифровых технологий и капитализма, представленное Шиллером, появилось через 15 лет после первого и позволило связать актуальные процессы в экономике с опытом финансового кризиса 2007–2008 гг. [Schiller 2014]. В этом исследовании Шиллер сохраняет верность своему исходному, историческому и геополитическому, подходу к цифровому капитализму. Поскольку в аналитическом плане две его книги во многом перекрываются, я рекомендую прочитать их обе.

Майкл Бетанкур, ещё один американский автор, занимается критической теорией, а также критикой кино и медиа. Кажется, что его исследование хорошо стыкуется с Дэном Шиллером, поскольку название книги обещает критику цифрового капитализма, а также политико-экономической анализ цифровой культуры и технологии [Betancourt 2015]. Но, несмотря на некоторые очевидные параллели, Бетан-

¹¹ Вопросы, обсуждаемые в этой книге, достаточно сложны. Политико-экономические исследования требуют точного словоупотребления. По возможности я стараюсь не отступать от этого требования (но, наверное, иногда терплю неудачу). Опыт научил меня тому, что это не всегда легко, особенно при анализе цифрового капитализма, поскольку аргументы в различных научных работах не всегда формулируются с той строгостью, на которую можно было бы надеяться. На это есть две причины: во-первых, «цифра» и «имматериальное» часто соблазняют авторов использовать метафоры, которые не слишком-то проясняют рассматриваемый вопрос, а временами вносят ещё большую путаницу. Во-вторых, когда многие авторы говорят о капитализме, они часто ссылаются на Маркса, однако его понятия нередко используются не вполне точно, что не всегда приводит к анализу, способному что-либо прояснить.

кур в своей книге на Дэна Шиллера не ссылается. Его книга, являющаяся сборником статей, опирается, во многом как и работа Шиллера, на сравнения с миром финансов.

Исследования обоих появились сравнительно недавно, в них описываются новейшие процессы цифрового капитализма. Кроме того, их авторы занимают безусловно критическую позицию по отношению к капитализму, тогда как сам термин «цифровой капитализм» используется в явном виде и выводится на передний план. Ещё одна общая черта этих работ состоит в том, что оба автора придерживаются одного диагноза: они указывают на связи и линии развития, которые выходят далеко за пределы узкого понимания информационной экономики или технологического развития. Наряду с этим сходством в исследованиях обнаруживаются и дисциплинарные различия, а потому у них разные центры тяжести, которые, в частности, допускают более широкий и продуктивный взгляд на цифровой капитализм¹².

Так или иначе, я ограничусь тремя тематическими комплексами, особенно плодотворными для моей последующей аргументации. Оба упомянутых автора рассматривают выделенные здесь тематические ареалы, демонстрируя при этом некоторое содержательное сходство, а также близость понятий и терминов, но в то же время и некоторые существенные различия.

1. *Динамика — Трансформация — Акторы* (см. главу 2, раздел 2.2). Вопросы, рассматриваемые в этом разделе, таковы: что именно происходит и на основе какой динамики? Другими словами, насколько драматично и революционно или, напротив, постепенно и эволюционно развитие, оцениваемое каждым из авторов? С чем именно мы имеем дело — с фундаментальной трансформацией *внутри* капитализма или трансформацией *самого* капитализма? На каких полях и акторах сосредоточивается каждый из двух названных авторов?
2. *Имматериальность — Труд — Стоимость* (см. главу 2, раздел 2.3). Здесь на первый план выходит вопрос «почему?». Как именно объясняют два наших автора происходящие перемены? Где или в чём они видят исходный мотив того, что считают реальной новизной цифрового капитализма? Какими явлениями они обосновывают свои послышки? Почему имматериальное фундаментально меняет основные элементы экономики, а именно труд и стоимость?
3. *Дефицит — Избыток — Кризис* (см. главу 2, раздел 2.4). Какой передаточный механизм экономики, который можно было бы объяснить в рамках капиталистической логики, связывает всё это воедино? На каком уровне возможно объяснение — на уровне причин или следствий? Какое взаимодействие между цифрой и экономической сферой описывают наши авторы?

Затем, отправляясь от Дэна Шиллера и Майкла Бетанкура, мы разберём ещё ряд вопросов: что меняется? Как и почему заметны изменения? Что является причиной, а что следствием? Иными словами, мы попытаемся проложить путь от феноменов к динамике, которая ими движет. В конечном счёте, две первые тематические области обычно рассматриваются при диагностике современных явлений, так или иначе описывающей цифровизацию или «индустрию 4.0». В большинстве случаев в качестве главного фактора называются технологические изменения или же цифра как таковая, что освобождает авторов таких концепций от поиска иных причин. Но два наших автора на этом не останавливаются

¹² Некоторые читатели могут подумать, что разница в возрасте между двумя авторами могла бы иметь значение: действительно, Дэн Шиллер написал свою диссертацию, когда Майкл Бетанкур учился в начальной школе. Представление о том, что цифровые туземцы (те, кто родился в цифровом мире) и цифровые иммигранты (приобретающие соответствующие знания и опыт уже взрослыми) воспринимают и используют Интернет по-разному, весьма распространено. Однако, если отбросить биографические подробности, возрастные различия между названными исследованиями обнаружить не удаётся. И это не должно удивлять, если учесть множество эмпирических данных, говорящих о том, что расхождения между цифровыми туземцами и иммигрантами, определяемые в категориях возраста или возрастной когорты, не подтверждаются [Thomas 2011].

ся. Любой, кто говорит о цифровом капитализме и занимает политико-экономическую точку зрения, обычно предполагает, что причины или следствия лежат в чем-то другом и, главное, на более глубоком уровне. Экономика становится чем-то большим, нежели пространство, в котором отдельные фирмы заняты цифровизацией, а рабочих сменяют роботы. Тогда как политика перестаёт быть всего лишь инстанцией власти, вводящей или отменяющей определённые нормы. Соответственно, как мы увидим далее, в первой и второй тематических областях Шиллер и Бетанкур во многом повторяют другие подходы к интерпретации актуальных процессов, которые не предполагают какой-либо критики капитализма. Политико-экономическая точка зрения обоих авторов в большей степени выражается в третьей тематической сфере.

Литература

- Bendell J. 2016. *Does Capitalism Need Some Marxism to Survive the Fourth Industrial Revolution?* URL: <https://www.weforum.org/agenda/2016/06/could-capitalism-need-some-marxism-to-survive-the-4th-industrial-revolution/>
- Betancourt M. 2015. *The Critique of Digital Capitalism: An Analysis of the Political Economy of Digital Culture and Technology*. Brooklyn; New York: Punctum Books.
- Castells M. 2000. *The Rise of the Network Society: Economy, Society and Culture*. Chichester: Wiley-Blackwell.
- Crawford S. 1983. The Origin and Development of a Concept: The Information Society. *Bulletin of the Medical Library Association*. 71 (4): 380–385.
- FAW. 2005. *Die Allgemestelle. Rundum gelungene Werbung*. Frankfurt/M.: Fachverband Außenwerbung. URL: https://faw-ev.de/media/downloads/allgemeinstelle_rundum_gelungene_werbung.pdf
- FAW. 2020. *Key2OOH. Werbewirkungsstudie*. Frankfurt/M.: Fachverband Außenwerbung. URL: https://faw-ev.de/media/downloads/2020/faw_werbewirkungsstudie_key2ooh_charts.pdf
- Friedman M. 1970. The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits. *The New York Times*. September 13 (Section SM): 17.
- Mazzucato M. 2018. *The Value of Everything: Making and Taking in the Global Economy*. London: Allen Lane; см. также рус. перев.: Маццукато М. 2021. *Ценность всех вещей. Создание и изъятие в мировой экономике*. М.: Изд. дом ВШЭ.
- Nassehi A. 2019. *Muster: Theorie der digitalen Gesellschaft*. München: C. H. Beck.
- Reichwein S. 1980. *Die Litfaßsäule. Die 125jährige Geschichte eines Straßenmöbels aus Berlin*. Berlin: Berliner Forum. URL: https://faw-ev.de/media/downloads/die-litfasaeule_125j-geschichte.pdf
- Schiller D. 1999. *Digital Capitalism. Networking the Global Market System*. Cambridge; London: MIT Press.
- Schiller D. 2014. *Digital Depression: Information Technology and Economic Crisis*. Urbana; Chicago; Springfield: University of Illinois Press.
- Schwab K., Malleret T. 2020. *COVID-19: The Great Reset*. Cologny, Geneva: World Economic Forum.

- Streeck W. 2017. *Buying Time: The Delayed Crisis of Democratic Capitalism*. London; New York: Verso.
- Thomas M. (ed.) 2011. *Deconstructing Digital Natives: Young People, Technology, and the New Literacies*. New York; London: Routledge.
- Warner C. 2020. Print and Out of Home. In: Warner C., Lederer W., Moroz B. (eds) *Media Selling: Digital, Television, Audio, Print and Cross-Platform*. Hoboken: John Wiley & Sons; 475–494.
- Zuboff Sh. 2019. *The Age of Surveillance Capitalism*. London: Profile; см. также рус. перев.: Зубофф Ш. 2022: *Эпоха надзорного капитализма*. М.: Издательство Института Гайдара.

NEW TRANSLATIONS

Sabine Pfeiffer

Digital Capitalism and Distributive Forces (excerpt)

PFEIFFER, Sabine —

Professor of sociology,
Friedrich-Alexander-
Universität Erlangen-
Nürnberg. Адрес: 246c
Fürther Str., 90429
Nürnberg, Germany.

Email: sabine.pfeiffer@fau.de

Abstract

In her book *Digital Capitalism and Distributive Forces*, sociology professor Sabina Pfeiffer questions the idea that digitalization is a technology that replaces human labor. In her analysis of the novelties brought by digitalization and digital capitalism, the author introduces the concept of distributive powers by analogy with Marx's concept of productive power. Pfeiffer shows that digital capitalism is aimed not so much at the efficient production of value, but rather at its rapid, risk-free and permanently guaranteed implementation in the markets. Studying this dynamic and its consequences also leads to the question of how destructive the distributional forces of digital capitalism can be.

The *Journal of Economic Sociology* publishes an Introduction where Pfeiffer formulates the main assumption, which she develops on a theoretical and empirical level in the presented book. The hypothesis is related to the problem of modern capitalism, where economic value is provided only by successful sales. Additionally, Pfeiffer discusses what constitutes the novelty of digital capitalism and what its immanent diagnoses are. Finally, the author provides a detailed overview of the book's structure and its main ideas.

Keywords: digital capitalism; digitalization; technological progress; distributive forces; production; market.

References

- Bendell J. (2016) *Does Capitalism Need Some Marxism to Survive the Fourth Industrial Revolution?* Available at: <https://www.weforum.org/agenda/2016/06/could-capitalism-need-some-marxism-to-survive-the-4th-industrial-revolution> (accessed 23 June 2016).
- Betancourt M. (2015) *The Critique of Digital Capitalism: An Analysis of the Political Economy of Digital Culture and Technology*, Brooklyn; New York: Punctum Books.
- Castells M. (2000) *The Rise of the Network Society: Economy, Society and Culture*, Chichester: Wiley-Blackwell.
- Crawford S. (1983) The Origin and Development of a Concept: The Information Society. *Bulletin of the Medical Library Association*, vol. 71, no 4, pp. 380–385.
- FAW (2005) *Die Allgemeinstelle. Rundum gelungene Werbung*. Frankfurt/M.: Fachverband Außenwerbung. Available at: https://faw-ev.de/media/downloads/allgemeinstelle_rundum_gelungene_werbung.pdf (accessed 17 September 2020).

- FAW (2020) *Key2OOH. Werbewirkungsstudie*. Frankfurt/M.: Fachverband Außenwerbung. Available at: https://faw-ev.de/media/downloads/2020/faw_werbewirkungsstudie_key2ooh_charts.pdf (accessed 17 September 2020).
- Friedman M. (1970) The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits. *The New York Times*, September 13, Section SM, p. 17.
- Mazzucato M. (2018) *The Value of Everything: Making and Taking in the Global Economy*, London: Allen Lane.
- Nassehi A. (2019) *Muster: Theorie der digitalen Gesellschaft*, München: C. H. Beck.
- Reichwein S. (1980) *Die Litfaßsäule. Die 125jährige Geschichte eines Straßenmöbels aus Berlin*, Berlin: Berliner Forum. Available at: https://faw-ev.de/media/downloads/die-litfasaeule_125j-geschichte.pdf (accessed 17 September 2020).
- Schiller D. (1999) *Digital Capitalism. Networking the Global Market System*, Cambridge; London: MIT Press.
- Schiller D. (2014) *Digital Depression: Information Technology and Economic Crisis*, Urbana; Chicago; Springfield: University of Illinois Press.
- Schwab K., Malleret T. (2020) *COVID-19: The Great Reset*, Cologny, Geneva: World Economic Forum.
- Streeck W. (2017) *Buying Time: The Delayed Crisis of Democratic Capitalism*, London; New York: Verso.
- Thomas M. (ed.) (2011) *Deconstructing Digital Natives: Young People, Technology, and the New Literacies*, New York; London: Routledge.
- Warner C. (2020) Print and Out of Home. *Media Selling: Digital, Television, Audio, Print and Cross-Platform*. (eds. C. Warner, W. Lederer, B. Moroz), Hoboken: John Wiley & Sons, pp. 475–494.
- Zuboff Sh. (2019) *The Age of Surveillance Capitalism*, London: Profile.

Received: January 9, 2024

Citation: Pfeiffer S. (2024) Tsiphrovoy kapitalizm i raspredelitel'nye sily [Digital Capitalism and Distributive Forces (excerpt)]. *Journal of Economic Sociology = Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 25, no 3, pp. 101–122. doi: 10.17323/1726-3247-2024-3-101-122 (in Russian).

РАСШИРЕНИЕ ГРАНИЦ

Д. Ю. Федотов, С. А. Инкижинова, Д. В. Шкурин

Измерение коррупции в Иркутской области: социологический подход¹



ФЕДОТОВ Дмитрий Юрьевич — доктор экономических наук, доцент, главный научный сотрудник Института исследований социально-экономических трансформаций и финансовой политики Финансового университета при Правительстве РФ, Адрес: 125167, Россия, Москва, Ленинградский проспект, д. 49/2. Профессор кафедры международных отношений и таможенного дела Байкальского государственного университета. Адрес: 664007, Россия, г. Иркутск, ул. Ленина, д. 11.

Email: fdy@inbox.ru

Работа публикуется журналом «Экономическая социология» при поддержке программы «Университетское партнёрство» НИУ ВШЭ.

В статье исследуются проблемы коррупции в Иркутской области, промышленном регионе Сибири. Цель исследования — выявление факторов, оказывающих влияние на уровень коррупции в регионе. В качестве гипотезы выдвинуто предположение о том, что в настоящее время происходит институционализация коррупционных процессов в российском обществе. Для измерения уровня коррупции в Иркутской области разработана и применена методика социологического исследования уровня и характеристик коррупции в регионе. Исследование проводилось методом опроса на онлайн-панели. Было установлено, что уровень бытовой коррупции в Иркутской области несколько ниже, чем в других российских регионах, в 2022 г. она составила 13,0%. Чаще всего население сталкивается со случаями бытовой коррупции при получении бесплатной медицинской помощи и в связи с дополнительными платежами в средней школе. Среди респондентов были выявлены группы риска, у которых выше вероятность попадания в коррупционную ситуацию, а также установлен ряд признаков, повышающих склонность к совершению коррупционных действий. К признакам, которые повышают вероятность выбора коррупционной модели поведения, относятся мужской пол, старший (55–64 года) и пенсионный возраст (65+ лет), высокое материальное положение, работа в качестве индивидуального предпринимателя, фермера или руководителя. Размер деловой коррупции в Иркутской области составил 21,4% от количества респондентов, представляющих бизнес-структуры. Раскрыты цели совершения представителями бизнеса коррупционных действий. Обнаружено, что коррупция в Иркутской области закрепились в форме социального института и обладает институциональными компонентами — наличием неформальных норм и механизмов принуждения следованию коррупционным практикам. Полученные научные результаты могут быть использованы для проведения государственной политики по противодействию коррупции.

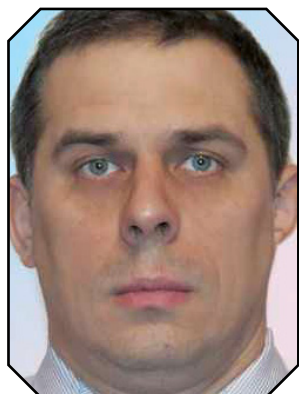
Ключевые слова: коррупция; региональная экономика; измерение коррупции; социальный институт; бытовая коррупция; деловая коррупция; Иркутская область.

¹ Статья подготовлена по результатам исследований, выполненных за счёт бюджетных средств по государственному заданию Финансовому университету при Правительстве РФ.



ИНКИЖИНОВА Светлана Антоновна — кандидат социологических наук, доцент, председатель Иркутского регионального отделения Российского общества социологов. Адрес: 664075, Россия, г. Иркутск, ул. Байкальская, д. 236б/4.

Email: kiciom2014@yandex.ru



ШКУРИН Денис Вадимович — кандидат социологических наук, доцент, кафедра прикладной социологии Департамента политологии и социологии Уральского гуманитарного института (УГИ) Уральского федерального университета. Адрес: 620002, Россия, г. Екатеринбург, ул. Мира, д. 19.

Email: vortexinform@gmail.com

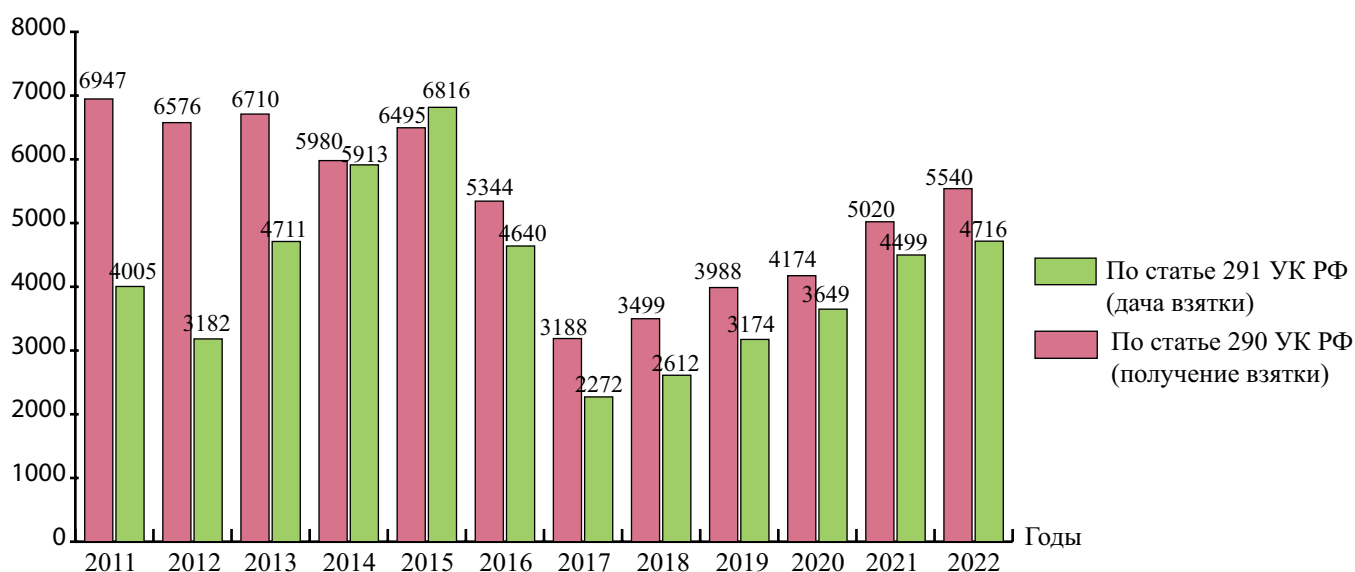
Введение

Одной из ведущих проблем современного общества является коррупция. Коррупционные явления наблюдаются во всех странах мира, об этом свидетельствуют результаты исследований многих авторов и исследовательских организаций. Укоренение коррупционных практик приводит к деградации социальных отношений между гражданами, в обществе складывается корыстный характер межличностного общения, основанный на взаимном оказании услуг с использованием возможностей и преимуществ служебного положения. Коррупция в деловой сфере обычно провоцирует стагнацию экономики, так как коррупционная модель экономики основывается не на конкуренции хозяйствующих субъектов за своих клиентов путём предложения более качественных или более доступных по цене товаров и услуг (как это принято в рыночной экономике), а на доступе к административному ресурсу, который позволяет сбывать менее качественные и более дорогие товары, получать государственные заказы и подряды, вытесняя более эффективных конкурентов с помощью административных рычагов регулирования экономических процессов, используя такие рычаги в коррупционных целях. Все это демотивирует экономических субъектов совершенствовать производственную деятельность. Следует отметить, что П. Мауро, применив индекс этнолингвистической фрагментации, выявил, что коррупция сдерживает экономический рост в стране, поскольку способствует сокращению инвестиций в экономику [Mauro 1995]. В то же время имеется целый ряд исследований, настаивающих на том, что в определённых условиях коррупция способна оказывать благоприятный эффект на экономические процессы, позволяя преодолевать бюрократические барьеры в неэффективной институциональной среде, «смазывая» экономическое колесо. В частности, С. Хантингтон утверждал, что «хуже негибкой и нечестной бюрократии может быть только негибкая и честная бюрократия» [Huntington 1968: 498–499]. В этом проявляется антибюрократическая функция коррупции, согласно которой преодоление недостатков действующих правовых норм является меньшим злом, чем сами эти неэффективные правовые нормы, приносящие обществу вред. В некоторой степени подтверждают точку зрения С. Хантингтона исследования П. Меона и К. Секката, которые, по результатам анализа 71 страны за 1970–1998 гг. выявили, что хотя коррупция и сдерживает экономический рост, но это влияние сказывается неодинаково в разных странах мира. В странах с низким качеством государственного управления коррупция способна «сглаживать» недостатки государственной системы управления [Meon, Sekkat 2005].

Осознавая проблемы, создаваемые масштабной коррупцией, органы власти разрабатывают меры для борьбы с ней. В частности, в 2008 г. в России был принят закон № 273-ФЗ «О противодействии коррупции»; с 2010 г. с периодичностью в 2–3 года президентом страны утверждается национальный план противодействия коррупции. Ещё ранее, в 2003 г., на Генеральной Ассамблее ООН была принята Конвенция ООН против коррупции (United Nations Convention Against Corruption). Упомянутые

российские и международные документы отмечают важность противодействия коррупции и содержат набор средств по борьбе с данным явлением.

Однако для достижения успехов в борьбе с коррупцией прежде всего необходимо измерить её масштабы, определить причины, обуславливающие её возникновение. Аналогичным образом хороший врач перед началом лечения должен поставить диагноз пациенту, оценить его состояние и, как минимум, измерить ему температуру. Так и учёные, занимающиеся исследованием коррупции, измеряют её уровень и устанавливают факторы, её вызывающие. Представители юридической науки склонны измерять масштабы коррупции официальными данными о количестве выявленных преступлений коррупционной направленности. Эти данные демонстрируют коррупционные события, обнаруженные правоохранительными органами страны. Российской правовой статистикой из преступлений коррупционной направленности учитываются те, которые связаны с дачей и получением взятки. На рисунке 1 показаны данные о динамике зарегистрированных в России в 2015–2022 гг. преступлений коррупционной направленности. Согласно этим данным, за 2022 г. в России было зарегистрировано 10,3 тыс. преступлений коррупционной направленности (включая дачу и получение взятки), что составило примерно 0,007% по отношению к численности населения. На наш взгляд, эти данные не демонстрируют реальное состояние коррупции в России. К тому же официальная статистика количества зарегистрированных преступлений может изменяться под влиянием субъективных факторов, которые способны исказить реальную картину уровня преступности. Так, согласно представленным данным, в 2016–2017 гг. произошло значительное сокращение преступлений коррупционной направленности, однако причиной этого стало не снижение взяточничества в стране, а декриминализация незначительных преступлений (мелких взяток) и смягчение наказания по ним.



Источник: Рисунок составлен авторами на основе данных портала правовой статистики Генеральной прокуратуры РФ (<http://crimestat.ru>).

Рис. 1. Количество зарегистрированных преступлений коррупционной направленности в Российской Федерации. 2011–2022 гг.

Нельзя не отметить, что официально выявленными случаями взяточничества не исчерпываются масштабы коррупции в стране. Коррупция обладает латентным характером, большая часть таких действий скрыта, их не удастся обнаружить. Пойманные преступники, чьи деяния отражены в официальной статистике, менее предусмотрительны, чем те, кто смог ускользнуть от правоохранительных органов. Наиболее опытным и ловким коррупционерам вполне удастся уйти от ответственности, поэтому сле-

дует предположить, что уровень коррупции в стране значительно превышает официальную статистику. В связи с чем большей достоверностью обладают социологические методы измерения масштабов коррупции, основанные на проведении анонимного анкетирования и интервьюирования населения и представителей бизнеса на предмет оценки распространённости коррупционных событий в бытовой и деловой среде.

Цель нашего исследования — измерение уровня коррупции в Иркутской области социологическими методами, установление факторов, способствующих росту коррупции, и оценка последствий распространения данного явления. Гипотеза исследования предполагает, что в российском обществе происходит институционализация коррупции, заключающаяся в укоренении коррупционных практик в бытовой и деловой среде, закрепление их как обыденных, рутинных норм поведения и социального общения. Проверка данной гипотезы была проведена на основе сопоставления результатов социологического опроса населения Иркутской области о состоянии коррупции с обязательными элементами, формирующими социальный институт. Выбор Иркутской области в качестве объекта исследования обусловлен тем, что это во многом типичный российский регион, где преобладает добыча полезных ископаемых.

Специфической особенностью Иркутской области, как и большинства сибирских регионов, является преобладание добывающих производств в ущерб перерабатывающим: доля добычи полезных ископаемых в структуре валовой добавленной стоимости в 2020 г. составила 25,4%, превысив среднероссийский уровень на 14,9 п. п. Таким образом, проведённое исследование позволяет оценить уровень коррупции в типичном регионе, ориентированном на добычу ресурсов, для которого характерна удалённость собственников добывающих предприятий от мест их производственной деятельности, что ведёт к изъятию создаваемых доходов из добывающего региона, снижению качества жизни населения и создаёт предпосылки для коррупциогенного поведения. По оценкам многих исследований (см., например: [Shaxson 2007; Plummer 2012]), в экономиках с преобладанием добычи полезных ископаемых повышается склонность к коррупционному поведению, поскольку коррупционные отношения облегчают присвоение создаваемой природной ренты.

Обзор исследований коррупции, проведённых с использованием социологических методов

Социологические методы активно используются учёными для исследования коррупции как феномена. Причём социологические подходы к оценке масштабов, характера и причин коррупции применяют как отдельные исследователи, так и социологические организации.

Всемирный экономический форум (World Economic Forum) с 1999 г. составляет индекс взяточничества (Bribe Payers Index), представляющий собой рейтинг крупнейших стран-экспортеров, основанный на оценке распространённости коррупционных практик в этих странах при ведении бизнеса.

Широко распространены социологические методы при исследовании коррупции за рубежом. П. Будсаратрагуп и Б. Джитманироу оценивают масштабы коррупции на основе социологических данных, применяя междисциплинарный подход, а также кластерный анализ, классификационный анализ, моделирование структурных уравнений с наименьшими квадратами в частных производных [Budsaratragoon, Jitmaneeroj 2020].

Б. Олкен занимается проблемами оценки уровня коррупции на основе социологических опросов населения, и это позволило ему выявить эмпирическую взаимосвязь между оценками уровня коррупции у респондентов и данными, полученными из иных — по мнению автора, более достоверных — ис-

точников, а именно из информации о процессе осуществления дорожного строительства в Индонезии [Olken 2009]. Д. Рывкин, Д. Серра, Д. Тремева организовали социологический опрос респондентов в Индии с применением веб-сайта «Я дал взятку» («I Paid a Bribe»), позволяющего пользователям анонимно сообщать о фактах коррупционных действий [Ryvkin, Serra, Tremewan 2017]. А. Соле-Олле, П. Соррибас-Наварро применили методы социологического опроса для оценки степени влияния коррупционных скандалов на уровень доверия к местным политикам в Испании [Sole-Olle, Sorribas-Navarro 2018]. Серия исследований Ксююна Тана и его коллег была направлена на изучение влияния самооценки на коррупционные намерения и опосредующей роли материалистической модели поведения в создании этого эффекта [Tan et al. 2016]. Н. К. Кьёбис и его коллеги исследовали влияние описательных социальных норм, составляющих общие правила и образцы поведения, на коррупционное поведение, используя разработанный ими поведенческий показатель коррупции [Köbis et al. 2015].

У зарубежных учёных пользуется популярностью проведение полевых исследований коррупции с применением социологических методов. О. Армантье и А. Боли осуществили полевой эксперимент по измерению уровня коррупции в Буркина-Фасо в период проведения там государственных экзаменов [Armantier, Boly 2011]. Э. Барр и Д. Серра в 2005–2007 гг. провели полевой эксперимент по изучению склонности к взяточничеству студентов Великобритании [Barr, Serra 2010]. Б. Фрэнк и Г. Г. Шульц провели серию полевых экспериментов, которые позволили исследовать различные детерминанты коррупционного поведения студентов [Frank, Schulze 2000].

В России целый ряд социологических организаций изучали проблемы коррупции, проводя социологические опросы. Такие крупные российские исследовательские центры, как Всероссийский центр изучения общественного мнения, Фонд общественного мнения, занимались вопросом состояния коррупции, поднимая эти вопросы в рамках комплексных социологических обследований общественного мнения населения страны. Серию специальных социологических исследований состояния коррупции в России в 2001–2010 гг. провёл Фонд ИНДЕМ, продемонстрировав в результатах высокий уровень коррупции в стране, достигающий по бытовой коррупции 55% (доля граждан, попадавших хотя бы один раз в жизни в коррупционную ситуацию²), а по деловой коррупции — 81% (доля бизнесменов, дающих взятки) [Сатаров 2013].

Большое количество социологических исследований состояния коррупции проводится отдельными учёными или небольшими научными коллективами. Чаще всего социологическое обследование охватывает респондентов отдельного региона страны или респондентов, объединённых по определённому профессиональному признаку. К настоящему времени в России накоплен большой опыт проведения социологических исследований коррупции в российских регионах. Следует обратить внимание на то, что не всем исследователям в ходе проведения социологического опроса удалось выявить уровень коррупции в исследуемом регионе. Кроме того, не все авторы в своих публикациях указали период, в течение которого проводился опрос респондентов.

Чаще всего при измерении уровня коррупции исследователи применяют такой показатель, как риск коррупции, оценивающий вероятность возникновения коррупционной ситуации. Обычно он рассчитывается в процентах, как доля лиц, указавших, что им приходилось сталкиваться со случаями коррупции, когда респонденту предлагали совершить коррупционное действие (например, дать или получить взятку), даже если при этом они и не давали взятку. Официальная методика проведения социологического опроса, закреплённая Постановлением Правительства России от 25 мая 2019 г. № 662 «Об утверждении методики проведения социологических исследований в целях оценки уровня коррупции

² Коррупционная ситуация — это ситуация, когда гражданин сталкивается с государством в связи с той или иной своей проблемой и при этом имеется очевидная возможность её решения коррупционными действиями [Сатаров 2013: 12].

в субъектах Российской Федерации», среди индикаторов, измеряющих уровень коррупции, предусматривает использование прежде всего показателя «риск коррупции» (пп. 81, 96).

Сведения о проведении социологических обследований уровня коррупции в российских регионах приведены в таблице 1. Некоторые исследователи в своих публикациях указали точную величину установленного ими уровня коррупции. Но чаще всего в ходе региональных социологических опросов о состоянии коррупции не выявляется её конкретная величина в регионе. Обычно авторы ограничиваются относительными оценками респондентов о степени распространённости коррупции: высокая она или нет; увеличилась за последнее время или снизилась и т. п.

Таблица 1

Сведения о проведении социологических обследований уровня коррупции в российских регионах

Авторы исследования	Период исследования	Место проведения опроса	Объём выборки, чел.	Выявленный уровень коррупции	Публикация результатов
Салахова Л. Р.	2009 г.	Республика Татарстан	1600	Высокий	[Салахова 2010]
Устинова О. В.	2010 г.	г. Тюмень	336	Высокий	[Устинова 2011]
Хашаева А. Б., Оконов Б. А.	2014 г.	Республика Калмыкия	Не указан	20,4%	[Хашаева, Оконов 2019]
Шедий М. В., Малик Е. Н.	2015–2016 гг.	Воронежская и Орловская области	1050	Высокий	[Шедий, Малик 2019]
Беркович М. И., Духанина Л. Н., Максименко А. А., Надуткина И. Э.	2015–2017 гг.	Костромская область	1302	Средний	[Беркович et al. 2019]
Белокрылов К. А., Рунова Л. П., Пиронко М. В.	2016 г.	Ростовская область	110	Высокий	[Белокрылов, Рунова, Пиронко 2016]
Сидорина Т. В.	2017–2018 гг.	Ростовская область	Не указан	22%	[Сидорина 2020]
Глухова А. А., Иудин А. А., Шпилев Д. А.	2018–2019 гг.	Нижегородская область	1005	Средний	[Глухова, Иудин, Шпилев 2020]
Спирина А. С.	2019 г.	Алтайский край	Не указан	16,2%	[Спирина 2020]
Матвеева Е. В., Гладких С. С.	2021 г.	Кемеровская область	700	Высокий	[Матвеева, Гладких 2021]
Бочарникова И. С., Тырнова Н. А.	2021 г.	г. Астрахань	450	75%	[Бочарникова, Тырнова 2022]

Примечание: В столбце «Выявленный уровень коррупции» указана доля респондентов, положительно ответивших на вопросы: «Приходилось ли лично Вам за прошедший год давать взятку, делать подарки, осуществлять подкуп или оказывать ответные услуги чиновникам и должностным лицам?»; «Приходилось ли респондентам давать взятку?».

По результатам исследований уровня коррупции в российских регионах были выяснены факторы, повышающие риск попадания в коррупционную ситуацию. Большинство таких факторов проявляются в нашем исследовании коррупции в Иркутской области. В Воронежской и Орловской областях к факторам, повышающим склонность к коррупции, относится возраст. Социологический опрос установил, что лица пенсионного возраста больше расположены к совершению коррупционных действий [Шедий, Малик 2019]. В Алтайском крае риск попасть в коррупциогенную ситуацию повышается при обращении за получением бесплатной медицинской помощи [Спирина 2020]. В Республике Татарстан риск повышается при получении образовательных услуг [Салахова 2010].

Ряд исследователей осуществили социологические опросы о состоянии коррупции, отобрав респондентов по профессиональному признаку. Чаще всего такого рода опросы проводились среди сотрудников правоохранительных органов. А. В. Паршков, Э. С. Рахмаев, А. А. Нуждин в ходе своего социологического обследования опросили работников уголовно-исполнительной системы [Паршков, Рахмаев, Нуждин 2019]. Т. Н. Коголь и А. Н. Иванова опросили также работников уголовно-исполнительной системы, но занимающихся только выполнением закупок для государственных нужд, то есть сотрудников, связанных с расходованием бюджетных средств [Коголь, Иванова 2018]. Е. А. Клеймёнов и Е. В. Чепиков с использованием социологических методов оценили состояние коррупции среди сотрудников правоохранительных органов Дальневосточного федерального округа [Клеймёнов, Чепиков 2020]. Распространены социологические обследования состояния коррупции в системе образования, в том числе высшего. А. В. Саяпин, Е. В. Харитоновна с применением социологических методов оценили ситуацию с коррупцией в высшем образовании России и влияние данного явления на качество высшего образования [Саяпин, Харитоновна 2018]. В 2017 г. Е. А. Морозова, С. А. Пфетцер, А. В. Сухачёва провели социологическое исследование коррупции в системе образования г. Кемерово и Кемеровского района [Морозова, Пфетцер, Сухачёва 2017]. В Республике Удмуртия М. Н. Макарова и Р. В. Вахрушев провели социологический опрос среди студентов о состоянии коррупции в высшем образовании [Макарова, Вахрушева 2013].

Некоторые авторы применяют официальную методику проведения социологических исследований для оценки уровня коррупции (см. Постановление Правительства РФ от 5 мая 2019 г. № 662) для осуществления своих социологических исследований на региональном уровне. Б. В. Заливанский, Е. В. Самохвалова, О. Н. Полухин в 2020 г. провели социологический опрос населения Белгородской области по методике, утверждённой Правительством России [Заливанский, Самохвалова, Полухин 2021]. Однако следует иметь в виду, что правительственная методика имеет ряд ограничений и недостатков. По мнению О. Ю. Сигуровой, у данной методики низкая репрезентативность: «Методика предусматривает расчёт таких показателей, как риск деловой коррупции, количество коррупционных сделок, индекс противодействия и т. д. Тем не менее это будут лишь оценочные суждения, вызывающие сомнения, поскольку выборка респондентов должна быть репрезентативной» [Сигурова 2022: 124–125]. Действительно, для получения достоверных результатов социологических опросов требуется репрезентативная выборка респондентов. Правительственная методика пунктом 18 установила минимальное количество респондентов для выборки, пропорциональное численности населения в субъекте Российской Федерации. Зачастую в российских регионах организаторы опроса применяют минимальное значение для отбора количества респондентов. Так, в Иркутской области при численности населения 2,4 млн человек при организации социологического обследования в 2022 г. региональные органы власти установили минимально возможное, исходя из сложившейся численности населения, количество анкет для опроса — 600, вследствие чего опросом было охвачено только 0,025% населения региона. На наш взгляд, стоит ожидать недостаточную точность такого подхода. Скорее всего, при проведении социологического опроса рамка в 600 человек не позволит построить репрезентативную картину региона — слишком высока его дифференциация по районам, типам населённых пунктов, родам занятий, половозрастным группам. В. П. Воробьёв и И. А. Мурзина выделяют целый ряд недостатков правительственной методики: «Главный дефект анкеты, посвящённой деловой коррупции, связан с тем, что в ней смешаны признаки анкеты, предназначенной для массового опроса, и опросника для проведения экспертного опроса; представлен слишком большой массив сложных вопросов, на которые обычный респондент просто не будет вдумчиво отвечать; имеется большое количество прямых вопросов, касающихся положения дел в других организациях» [Воробьёв, Мурзина 2020: 95–96].

Полученные отечественными и зарубежными авторами научные результаты использования социологических методов исследования коррупции применены и в данном исследовании, включают группировку респондентов по различным критериям, в том числе по полу, возрасту, получаемому доходу, профессии

и т. п., что позволило выявить факторы, повышающие либо снижающие склонность опрошенных лиц совершать коррупционные действия, и сопоставить наши результаты с результатами других авторов.

Методы исследования

Для оценки уровня коррупции в Иркутской области научным коллективом, представляющим Байкальский государственный университет, Иркутское региональное отделение Российского общества социологов и Уральский федеральный университет, была разработана и применена авторская методика социологического исследования уровня и характеристик коррупции в регионе. Исследование проводилось методом онлайн-опроса совершеннолетних жителей Иркутской области, а также представителей бизнеса в мае — августе 2022 г. Онлайн-панель размещена на сайте фонда «Социум», осуществляющего научные исследования. Респондентам вознаграждение не выплачивалось. Всего было собрано 7198 результативных анкет, представляющих различные слои населения Иркутской области. Расчёт итоговой структуры объёма выборочной совокупности респондентов представлен в таблице 2. Расчёт квот распределения признаков произведён на основе статистических данных о половозрастном составе населения, а также среднегодовой численности работников организаций по видам экономической деятельности в Иркутской области. Этим была обеспечена репрезентативность выборки. Использование в социологическом исследовании онлайн-опроса обладает следующими преимуществами: повышение вовлеченности респондентов в опрос благодаря возможности выбора удобного времени для его прохождения; участие в опросе лиц из отдалённых населённых пунктов; экономия ресурсов (включая денежные, временные и трудовые затраты); высокий уровень доверия из-за анонимности проведения. К недостаткам онлайн-опроса стоит отнести ограниченность длины опросника (не более 25 вопросов, чтобы сохранить желание респондента пройти опрос полностью), лимитированные технические возможности у респондента при прохождении опроса (недостаточные технические параметры компьютера или мобильного телефона, отсутствие интернет-связи). Данные исследования были обработаны и проанализированы в специальной программе «Vortex», версия 10.

Таблица 2

Расчёт выборки для опроса с учётом квот по полу, возрасту и виду экономической деятельности

Пол, возраст	Итого, чел.	Сельское, лесное хозяйство	Добыча полезных ископаемых	Обрабатывающие производства	Сфера ЖКХ	Строительство	Торговля	Транспортировка и хранение	Деятельность гостиниц и общественного питания	Деятельность в области информации и связи	Деятельность финансовая и страховая	Деятельность административная, правоохранительная, сопутствующие услуги	Государственное управление и социальное обеспечение	Образование, научная деятельность	Деятельность в области здравоохранения и социальных услуг	Деятельность в области культуры, спорта, организации досуга и развлечений
Мужчины, из них:	3301	109	165	434	165	147	364	301	56	67	49	105	301	613	375	53
25–34 лет	959	32	46	126	46	42	105	84	18	21	14	28	84	175	109	18
35–44 лет	952	32	49	126	49	42	105	88	18	18	14	32	88	179	109	14
45–54 лет	718	25	35	95	35	32	81	67	11	14	11	25	67	133	81	11
55–64 лет	672	21	35	88	35	32	74	63	11	14	11	21	63	126	77	11
Женщины, из них:	3700	123	186	483	186	168	406	336	63	74	56	119	336	690	417	60
25–34 лет	928	28	42	123	49	42	102	84	18	18	14	32	84	172	102	14
35–44 лет	1012	35	49	133	49	46	112	91	18	21	14	32	91	189	116	18
45–54 лет	840	28	42	109	42	39	91	77	14	18	14	28	77	158	95	14
55–64 лет	917	32	46	119	46	42	102	84	14	18	14	28	84	172	105	14
Итого	7000	231	350	917	350	315	770	637	119	140	105	224	637	1302	791	112

В части исследования бытовой коррупции респондентам из числа населения Иркутской области были заданы 25 вопросов. При проведении опроса среди представителей бизнеса о состоянии деловой коррупции были заданы 20 вопросов. Все вопросы включали два раздела. Первый раздел анкеты (вводная часть) содержал вопросы, характеризующие респондента: пол, возраст, социальное положение, отрасль экономики, к которой относится организация, связанная с респондентом. Во второй раздел анкеты (основная часть) вошли вопросы, раскрывающие степень вовлечённости отдельных граждан и производственных организаций в коррупционные практики, а также характер и частоту попадания

респондентов в коррупционную ситуацию. Применяя метод группировки данных, удалось сопоставить ответы, характеризующие респондентов, с ответами, описывающими коррупционные практики. Данный подход позволил составить социально-психологический «портрет» лица, чаще всего попадающего в коррупционную ситуацию и выбирающего коррупционную модель поведения.

Аналогичным образом, исходя из структуры экономики Иркутской области, происходил отбор представителей бизнеса для проведения социологического опроса. Некоторые вопросы совпадали, а некоторые различались в анкетах, предназначенных для опроса населения и представителей бизнеса. Анкета для населения включала вопросы о материальном положении и иных личных характеристиках частных лиц. В анкете для представителей бизнеса содержались вопросы, характеризующие хозяйственную деятельность организации, в которой работает респондент, а также вопросы о коррупционных практиках. Образец анкеты социологического опроса о состоянии бытовой коррупции в Иркутской области приведён в приложении.

Результаты исследования

В ходе социологического исследования состояния коррупции в Иркутской области прежде всего была проведена оценка уровня бытовой коррупции в регионе. Респондентам, представленным широким кругом населения, был задан вопрос: «Попадали ли Вы в последние год-два в коррупционную ситуацию?», — на который 13,0% опрошенных дали положительный ответ. Данную величину, измеряющую риск коррупции, стоит признать показателем бытовой коррупции, сложившейся в Иркутской области в 2022 г. Его значение несколько ниже уровня, выявленного в других регионах России, где проводились аналогичные социологические опросы населения. Более высокий уровень коррупции выявлен в Республике Калмыкия, Ростовской области, Алтайском крае, в Астрахани (см. табл. 1). Из респондентов, попадавших в коррупционную ситуацию, 21,9% дали положительный ответ на вопрос: «Давали ли Вы в этой ситуации взятку?» Эту величину можно признать склонностью к выбору коррупционной модели поведения. Эти данные свидетельствуют о том, что в Иркутской области всё ещё не закончился процесс институализации коррупции, заключающийся в закреплении коррупционных норм поведения. Большинство респондентов, попав в коррупционную ситуацию, всё ещё отказываются совершать коррупционный поступок, даже если это можно сделать безнаказанно и получить выгоду.

Респондентам задавался вопрос о степени коррумпированности органов власти; результаты ответов представлены в таблице 3.

Таблица 3

Количество и доля ответов на вопрос: «Нередко можно услышать, что люди в высших органах власти нечестны, корыстны, приходят во власть только для своего обогащения. С каким высказыванием на эту тему Вы согласны в максимальной степени?»

Варианты ответов	Количество ответивших, чел.	Доля опрошенных, %
Меньшинство людей в высших органах власти берут взятки	1107	15,4
Большинство людей в органах власти берут взятки	3347	46,5
Ни то, ни другое, примерно поровну	2743	38,1

При сравнении информации, представленной в таблице 3, с ранее выявленным уровнем коррупции заметно противоречие: половина респондентов считают, что большинство чиновников берут взятки, однако о том, что попадали в коррупционную ситуацию за последние два года, сообщили только 13% опрошенных. Отчасти расхождения в оценке респондентами уровня коррупции объясняются различием форму-

лировки вопросов, при этом обнаруживается традиционное предубеждение против органов власти. Либо опрошенные не все события в своей жизни, обладающие коррупционными признаками, отнесли к случаям коррупции. В избирательности квалификации коррупционности собственных поступков проявляется фундаментальная ошибка атрибуции, заключающаяся в переоценке личностных и недооценке обстоятельственных причин при интерпретации поведения стороннего человека. Ведь человек нередко склонен объяснять поведение других их индивидуальными (возможно, предсудительными) особенностями, а своё поведение — внешними обстоятельствами, сложившейся ситуацией. Зачастую, если людям известно, что сторонний человек совершил коррупционный поступок, то они фиксируют это событие; если же они сами совершили незначительное коррупционное действие (например, сделали символический подарок в благодарность за что-то), то они могут и не расценивать такой поступок как коррупционный.

При оценке масштабов коррупции отдельных органов власти наивысший уровень был выявлен в Государственной инспекции безопасности дорожного движения (ГИБДД) (см. рис. 2). То же показывают другие аналогичные исследования: большинство социологических опросов фиксируют наибольшую среди всех государственных органов коррупционность в ГИБДД (см., например: [Салахова 2010; Хашаева, Окочнов 2019]). Также к числу лидеров по уровню коррупции по результатам опроса были отнесены политические партии и органы здравоохранения. Политические партии, по мнению респондентов, вовлечены в политическую коррупцию, которая заключается в злоупотреблении должностными полномочиями, направленном на завоевание и удержание власти вопреки интересам других лиц и общества. Проявляется политическая коррупция в таких формах, как электоральная коррупция, облегчающая захват представительной власти, а также её удержание; законодательная коррупция, позволяющая влиятельным лицам подкупать депутатов представительного органа власти для принятия нужного правового акта. Наименьший уровень коррупции, по мнению респондентов, сложился в Иркутской области в органах социального обеспечения, охраны труда и в Росреестре. Анализ аналогичных опросов, проведённых российскими исследователями, выявил ряд совпадений и некоторые различий с нашим исследованием. В частности, проведённый в 2018 г. Российским обществом «Знание» совместно с фондом «Национальные ресурсы образования» опрос в 82 регионах России установил, что среди сфер государственной деятельности лидерами по коррупционности являются медицина и ГИБДД. Однако исследование общества «Знание» показало среди лидеров сферу образования, чья коррупционность, по результатам опроса населения Иркутской области, составила средний уровень [Максименко et al. 2020]. Проведённое в 2018 г. О. А. Никифоровой исследование восприятия коррупции жителями Санкт-Петербурга и Ленинградской области также показало, что наибольшей коррупционностью в восприятии населения обладают автоинспекция и сфера здравоохранения [Никифорова 2019]. Наличие некоторых различий в результатах исследований вполне объяснимо, так как коррупционная ситуация несколько отличается в отдельных регионах страны.

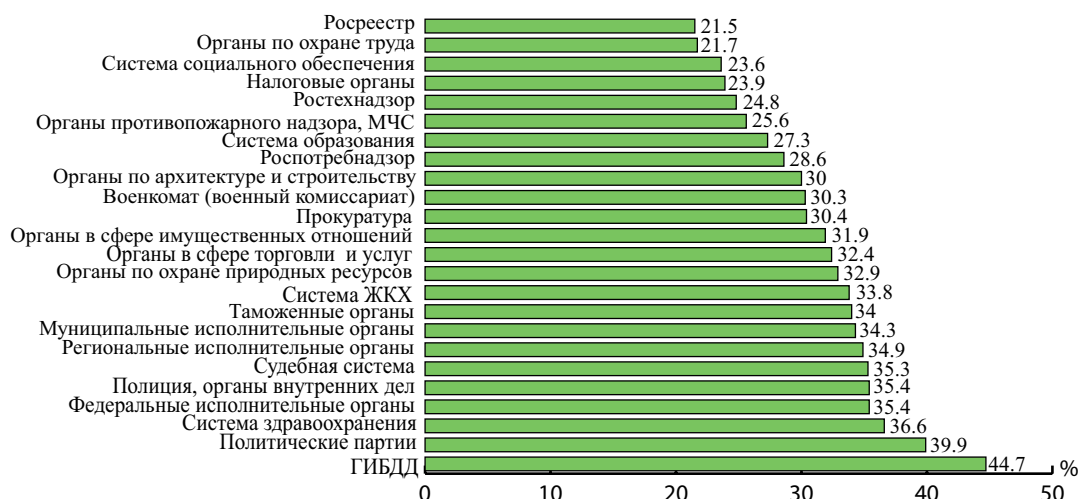


Рис. 2. Оценка уровня коррупции в органах власти в Иркутской области (доля оценивших коррупцию на высоком и очень высоком уровнях, %)

При ответе на вопрос о проблемах, которые пришлось решать лицам, попадавшим в коррупционную ситуацию, большинство респондентов указали на возможность получения бесплатной медицинской помощи. Из общего количества респондентов, оказывавшихся в коррупционной ситуации, 57,1% случаев было связано с получением этой государственной услуги (см. рис. 3). Обращение в государственные и муниципальные медицинские учреждения является распространённой практикой. При высокой частоте пользования данной услугой граждане нередко сталкиваются с коррупционными действиями при обращении за ней. С меньшей частотой, но все равно регулярно, попадают в коррупционную ситуацию при поступлении в среднюю школу и в дошкольное учреждение, при урегулировании ситуации с автоинспекцией, при получении услуг по ремонту и эксплуатации жилья. В своём большинстве это рядовые житейские ситуации, в которые человек попадает практически ежедневно. Исходя из этого, можно сделать вывод, что бытовая коррупция стала обыденным явлением, сопровождающим жизнь населения.



Рис. 3. Какие проблемы пришлось решать лицам, попадавшим в коррупционную ситуацию (доля ответивших, %)

Далее были проанализированы признаки, которыми обладают граждане, попадающие в коррупционную ситуацию. Некоторые из таких признаков повышают вероятность попадания в коррупционную ситуацию. Кроме того, наличие определённых признаков влияет на выбор модели коррупционного поведения. Сочетание некоторых анализируемых признаков повышает риск совершения коррупционных действий. Приведённые ниже результаты социологического опроса в определённой степени «рисуют» социально-психологический портрет лица, чаще всего попадающего в коррупционную ситуацию и выбирающего коррупционную модель поведения. В среднем уровень риска попасть в коррупционную ситуацию в бытовой сфере (как было показано ранее) составил 13%. Однако были выявлены группы риска с более высокой вероятностью столкнуться со случаями коррупции.

Выше вероятность попасть в коррупционную ситуацию у мужчин (см. рис. 4). Они чаще, чем женщины, выбирают более рискованную, но сулящую получение выгоды и коррупционную модель поведения. Попадая в коррупционную ситуацию, 25,6% мужчин соглашались давать взятку, тогда как из женщин на это шли только 21,5%. Наличие гендерных различий в коррупционном поведении было выявлено О. А. Никифоровой. В результате проведённого ею социологического обследования населения было установлено, что при общении с представителями разных органов власти мужчины и женщины ведут себя по-разному. В частности, мужчины более чем в два раза чаще склонны решать с ГИБДД возникшую проблему с помощью взятки [Никифорова 2019: 60].

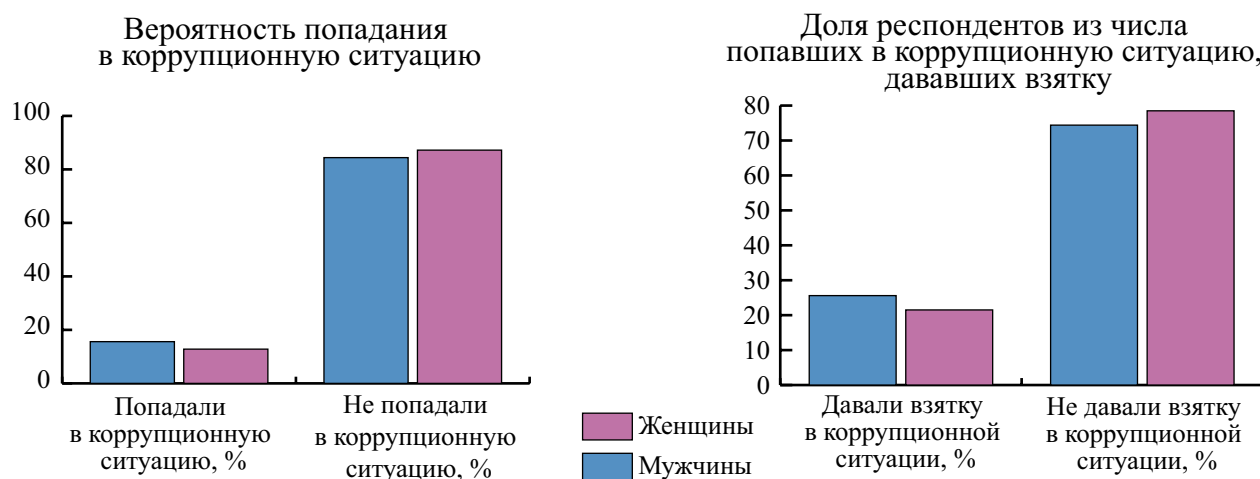


Рис. 4. Дифференциация коррупционного поведения в Иркутской области (признак: пол респондентов)

Выше риск попасть в коррупционную ситуацию в молодом возрасте (25–34 года) и в пенсионном; ниже — в предпенсионном (55–64 года) (см. рис. 5). Более склонны давать взятку в коррупционной ситуации лица старших возрастных категорий, в том числе пенсионного возраста. Относительно редко дают взятки лица, находящиеся в возрасте до 25 лет. Возможно, такая ситуация объясняется тем, что лица пенсионного возраста чаще общаются с чиновниками по поводу получения государственных услуг. Среди услуг, за которыми обращается эта категория лиц, ведущее положение принадлежит медицинским услугам, которые, согласно результатам проведённого исследования, относятся к числу наиболее коррупциогенных. Молодая возрастная группа (25–34 года), на наш взгляд, чаще попадает в коррупциогенную ситуацию из-за того, что в этом возрасте обычно заканчивается период обучения и происходит вступление в активную трудовую и семейную жизнь, что сопровождается увеличением частоты контактов с чиновниками (например, по поводу бесплатного лечения и обучения детей). Самая младшая возрастная группа (до 25 лет), реже всего попадающая в коррупционную ситуацию и наименее склонная решать проблемы взяткой, на наш взгляд, имеет меньше поводов для общения с чиновниками для получения государственных услуг. Наиболее распространённая в этом возрасте государственная услуга — образование; она, по оценкам респондентов Иркутской области, обладает средним уровнем коррупциогенности. Полученные результаты кардинально отличаются от эмпирического исследования взаимосвязи возраста и отношения к коррупции [Venno, Neven 2006]. Исследование анализировало показатели восьми западноевропейских стран за 1981–1999 гг.; результаты продемонстрировали снижение склонности к совершению коррупционных поступков с повышением возраста. Объяснялось это меньшей расположенностью пожилых людей к риску и опасениями снижения своего социального статуса при наказании за выявленные коррупционные преступления. Однако условия жизни лиц преклонного возраста в России и в Европе значительно различаются. Европейские пенсионеры не получают бесплатной медицинской помощи, которая относится к наиболее коррупциогенной сфере в России. В свою очередь, российские пенсионеры вовлечены в бытовую коррупцию с незначительным неформальным вознаграждением должностных лиц (маленькая сумма денег, коробка конфет и т. п.), за которое не предусмотрено уголовное наказание.

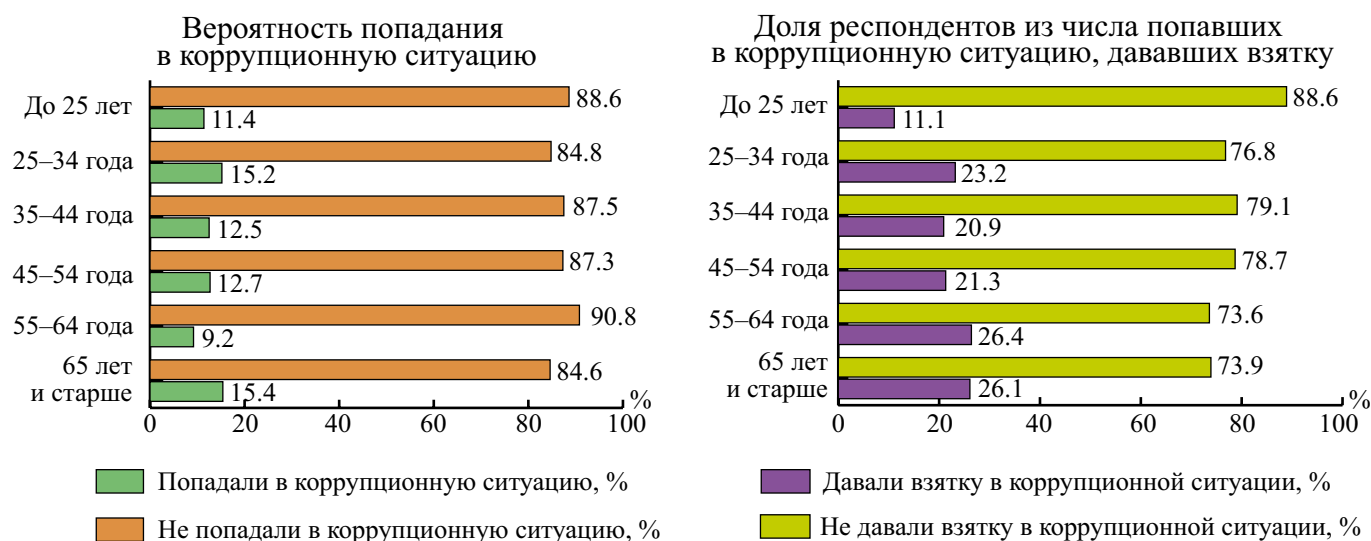


Рис. 5. Дифференциация коррупционного поведения в Иркутской области (признак: возраст респондентов)

Дифференциация по материальному положению (см. рис. 6) демонстрирует более высокий риск попадания в коррупционную ситуацию у более богатых слоёв населения (первые две группы с наибольшими доходами). Денежные средства можно рассматривать в качестве ограничителя для совершения коррупционных действий. Наличие большей суммы денежных средств у богатой категории лиц даёт им преимущество в получении государственной и муниципальной услуги неформальным способом. Это согласуется с равновесной моделью взяточничества очереди, разработанной [Lui 1985], согласно которой богатые люди могут позволить себе дать взятки для получения нормированных общественных благ, а бедные из-за ограниченности средств вынуждены перемещаться в конец очереди за получением государственных и муниципальных услуг. Дополнительным фактором, увеличивающим возможности состоятельных граждан совершать коррупционные действия, по мнению автора упомянутого источника, является то, что они обычно по сравнению с бедными гражданами обладают большими связями с чиновниками. К тому же некоторые виды государственных и муниципальных услуг, отличающиеся повышенной коррупциогенностью, доступны в основном состоятельным гражданам. Например, иметь автомобиль могут себе позволить те, чей доход не ниже среднего уровня, а наиболее высокий уровень коррупции среди всех органов власти был выявлен в ГИБДД. Больше поводов и возможностей для решения своих рабочих вопросов с представителями политических партий и федеральных органов исполнительной власти бывает у руководителей организаций и индивидуальных предпринимателей, которые обычно имеют более высокий доход по сравнению с рядовыми работниками. В ходе проведения опроса респондентам не задавали вопросы, позволяющие выяснить причины большей склонности лиц с высокими доходами совершать коррупционные действия. На данный момент не известно, повлияло ли на коррупционное поведение более высокая платёжеспособность, позволяющая сэкономить время на совершение бюрократических процедур за счёт вознаграждения чиновнику и ускорить получение государственной услуги, либо вознаграждение чиновнику выплачивалось для совершения противоправных действий и получения незаконных преимуществ. В ходе дальнейших исследований планируется выявить отличия в мотивах коррупционного поведения у лиц с различным уровнем материального положения.

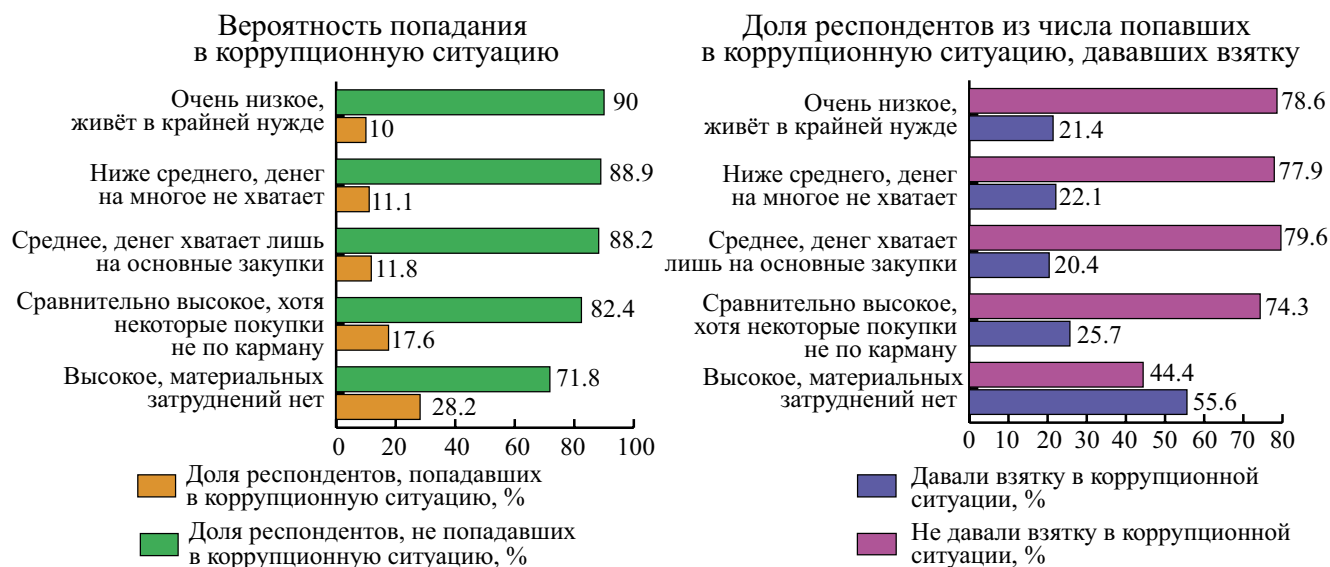


Рис. 6. Дифференциация коррупционного поведения в Иркутской области (признак: материальное положение респондентов)

Обращает внимание, что высокодоходные группы населения обладают большей склонностью к коррупционному поведению, а среди лиц с наиболее высоким уровнем дохода, оказавшихся в коррупционной ситуации, более половины давали взятки. Можно предположить, что отсутствие материальных затруднений у данных категорий лиц позволяет им выплачивать вознаграждение коррупционеру. Тогда как для бедных слоёв населения, попавших в коррупционную ситуацию, отсутствие свободных средств может стать непреодолимым препятствием для дачи взятки, даже если её у него вымогают для решения какой-либо важной проблемы. Причём уровень доходов и коррупция обладают тесной взаимосвязью. Не только высокие доходы повышают склонность к коррупции, но, в свою очередь, рост коррупции, согласно эмпирическим исследованиям, увеличивает расслоение общества по уровню доходов, доходы богатых увеличиваются, а бедных снижаются [Gupta, Davoodi, Alonso-Terme 2002]. Согласно результатам опроса, среди причин, по которым респонденты не стали бы давать взятку, только 19% респондентов ответили, что давать взятку слишком дорого для них.

Данные показывают, что выше вероятность попасть в коррупционную ситуацию у фермеров и индивидуальных предпринимателей (см. рис. 7). Представители этих же социальных групп, столкнувшись с проявлением коррупции, чаще соглашались на дачу взятки. Кроме того, выше склонность к коррупционному поведению у руководящих работников.

Анализ результатов социологического опроса по таким признакам, как семейное положение и уровень образования, не выявил значимого влияния данных характеристик на риск попадания в коррупционную ситуацию, а также на выбор и изменение коррупционной модели поведения в Иркутской области. В то же время имеется ряд исследований, согласно которым вероятность совершения коррупционных действий снижают наличие образования и семейное положение (нахождение в браке) [Dong, Torgler 2009; Lee, Guven 2013].

По результатам проведённого анализа были выявлены группы коррупционного риска, характеризующиеся наличием у членов этих групп признаков, свойственных повышенной вероятности попадания в коррупционную ситуацию, а также увеличивающие склонность к коррупционному поведению.

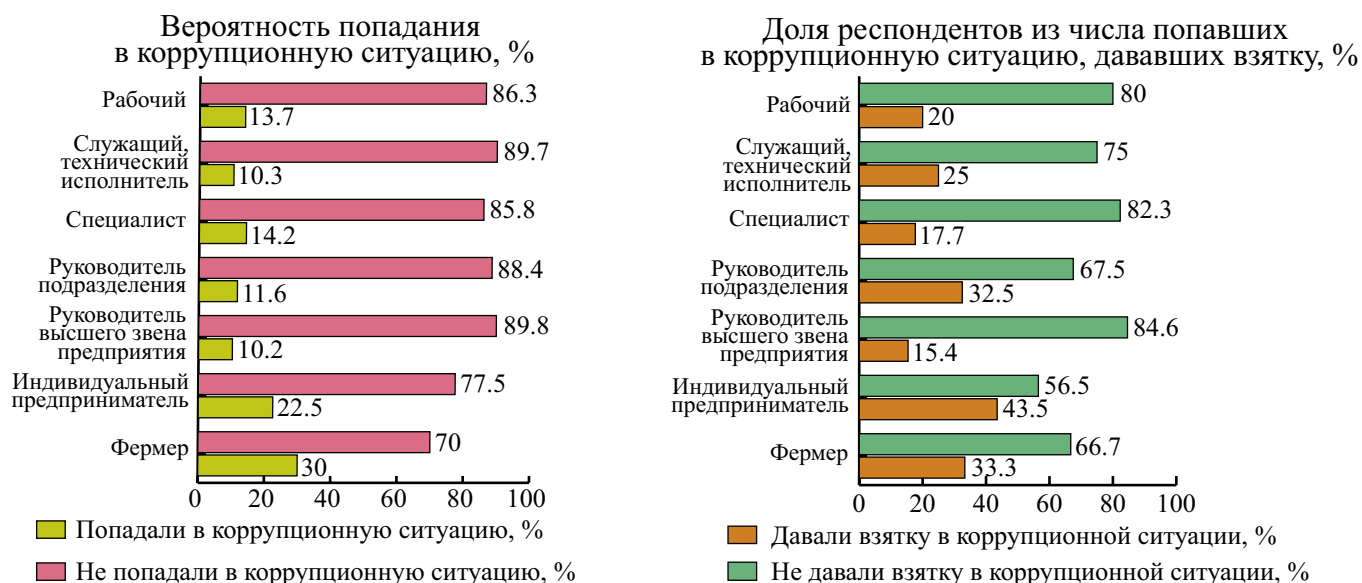


Рис. 7. Дифференциация коррупционного поведения в Иркутской области (признак: социальный статус респондентов)

Признаки, повышающие вероятность попадания в коррупционную ситуацию в бытовой сфере, следующие:

- мужской пол;
- молодой (25–34 года) и пенсионный (65+ лет) возраст;
- высокое материальное положение;
- работа в качестве индивидуального предпринимателя, фермера.

Признаки, повышающие вероятность выбора коррупционной модели поведения в бытовой сфере, следующие:

- мужской пол;
- предпенсионный (55–64 года) и пенсионный (65+ лет) возраст;
- высокое материальное положение;
- работа в качестве индивидуального предпринимателя, фермера и руководителя.

Далее были проанализированы результаты социологического опроса представителей бизнеса Иркутской области о состоянии деловой коррупции в регионе. Проведённый опрос показал уровень деловой коррупции в Иркутской области в размере 21,4% — такая доля респондентов, представляющих бизнес-структуры, дала положительные ответы на вопрос о том, приходилось ли им оказывать влияние на действие или бездействие должностных лиц с помощью неформальных платежей. При этом, как видно из данных, приведённых в таблице 4, представители деловых кругов Иркутской области используют коррупционные приёмы для осуществления предпринимательской деятельности с разной степенью регулярности. Большая часть бизнесменов (10,4%) из тех, кто применяет коррупционные средства, используют их относительно редко.

Таблица 4

Количество и доля респондентов, представляющих бизнес-структуры, ответивших на вопрос: «Насколько часто Вы оказываете влияние на действие (бездействие) должностных лиц с помощью неформальных прямых и (или) скрытых платежей?»

Варианты ответов	Количество ответивших	Доля ответивших, %
Довольно часто	11	3,5
Время от времени	24	7,5
Редко	33	10,4
Никогда	250	78,6
Всего	318	100,0

Определённые экономические характеристики деятельности предприятий оказывают влияние на степень вовлечённости этих предприятий в коррупционные практики. Чаще совершают коррупционные действия представители организаций, работающих в сфере добычи полезных ископаемых; информационных технологий и связи; в финансовой сфере (см. рис. 8).

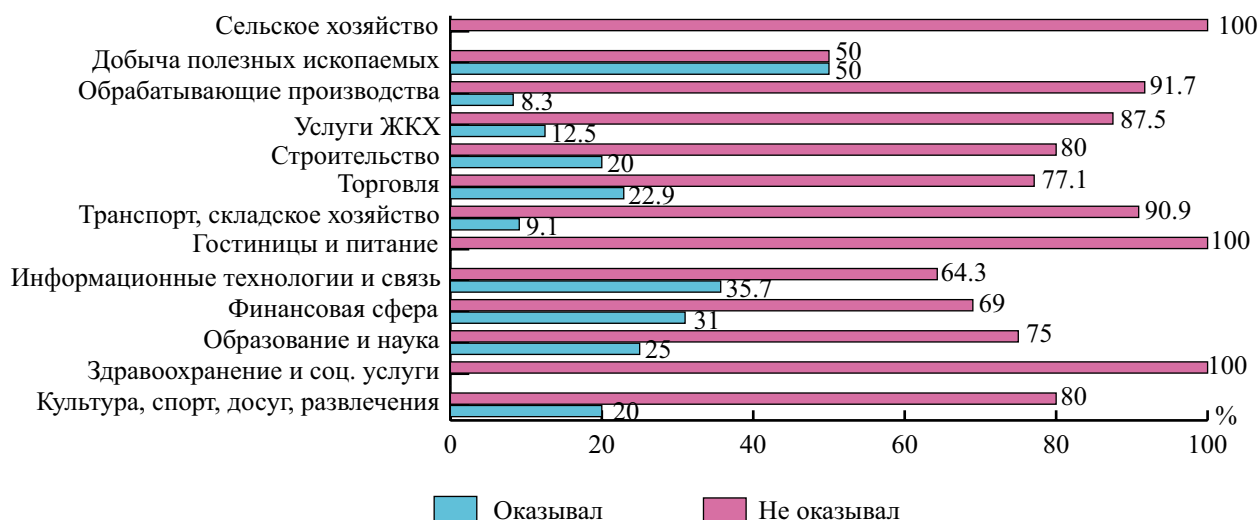


Рис. 8. Соотношение ответивших на вопрос: «Оказывали ли Вы влияние на действие должностных лиц с помощью неформальных платежей?» (оцениваемая характеристика: сфера профессиональной деятельности)

Не все респонденты, дававшие чиновникам вознаграждение, говорили о размерах своей компании (это сделали только 39% сообщивших о случаях попаданию в коррупционную ситуацию). Но из тех, кто сообщил эти данные, наиболее высокой склонностью давать взятки для достижения своих целей обладают представители средних по размеру предприятий, чей годовой доход от предпринимательской деятельности составляет от 800 млн до 2 млрд руб. (см. рис. 9).

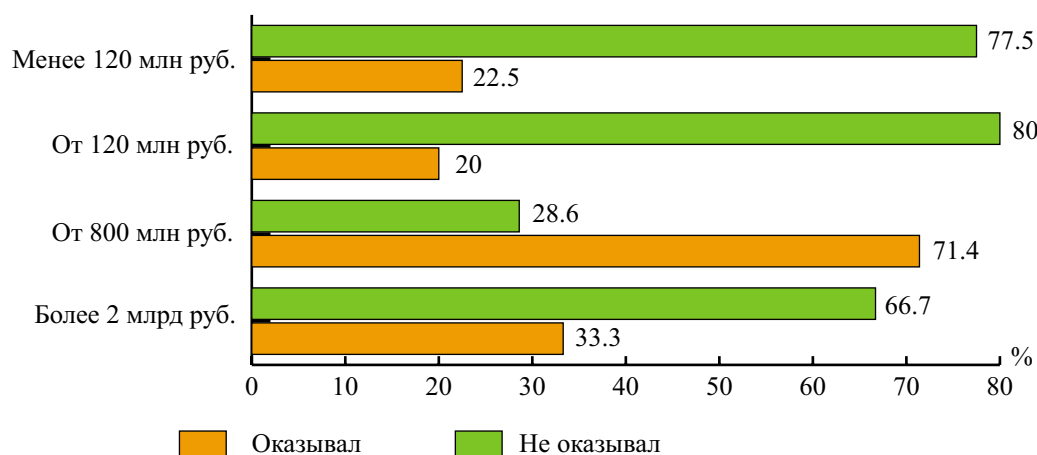


Рис. 9. Соотношение ответивших на вопрос: «Оказывали ли Вы влияние на действие должностных лиц с помощью неформальных платежей?» (оцениваемая характеристика: размеры производственной деятельности компании)

В значительной мере раскрывают причины деловой коррупции данные, демонстрирующие структуру ответов на вопрос о целях применения представителями организаций неформальных платежей (см. рис. 10): 38% бизнесменов из числа тех, кто давал взятки, сообщили, что этих платежей им практически невозможно было избежать в процессе ведения собственного бизнеса («Платежей невозможно избежать» и «Невыполнимые требования законодательства»). Остальные 62% давали взятки для ускорения и упрощения получения государственных и муниципальных услуг от чиновников в ходе осуществления хозяйственной деятельности. Можно констатировать, что, по мнению меньшей части представителей деловых кругов Иркутской области (38%), в регионе сложились непреодолимые для нормального ведения бизнеса институциональные условия, под которые можно подстроиться только неформальными методами. Другая, большая, часть бизнесменов (62%) осознаёт возможность осуществления предпринимательской деятельности без использования коррупционных способов, но при этом прибегает к незаконным коррупционным приёмам, потому что они позволяют сократить сроки получения государственных и муниципальных услуг, снизить бюрократические барьеры для деловой среды, а это, в свою очередь, повышает успешность хозяйственной деятельности, увеличивает её рентабельность, позволяет получить выгодные контракты.

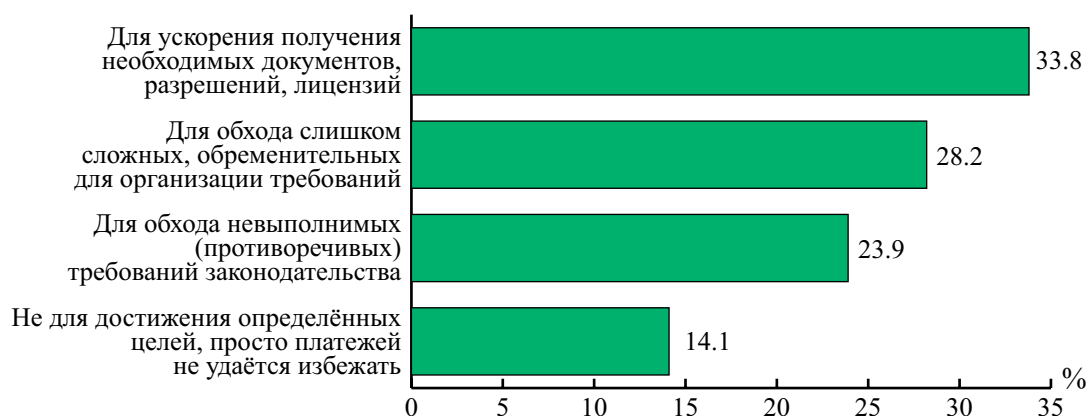


Рис. 10. Структура ответов на вопрос о целях использования неформальных прямых и (или) скрытых платежей в организациях

Полученные в ходе социологического опроса данные позволяют оценить степень институционализации коррупции в российском обществе. Согласно точке зрения Я. И. Кузьмина, К. А. Бендукидзе и

М. М. Юдкевич, социальный институт складывается из трёх компонентов: (1) формальные правила; (2) неформальные ограничения и практики, влияющие на восприятие формальных правил экономическими агентами; (3) механизмы принуждения [Кузьминов, Бендукидзе, Юдкевич 2006: xxvii].

Формальные правила (принятые законы, нормативные акты и иные официальные правоустанавливающие документы) несвойственны коррупционным отношениям. Коррупцию следует отнести к институтам неформальной экономики с отсутствующими правилами, закреплёнными законодательно [Барсукова 2005]. В связи с этим нельзя ожидать, что коррупции может быть свойствен первый из трёх компонентов, присущих социальному институту.

Второй компонент института, основанный на неформальных ограничениях и практиках, включает обычаи, рутины, ментальные модели поведения. Как указывает Дж. Р. Коммонс, обычай (*custom*) представляет собой ожидание, основанное на опыте, что сложившаяся практика поведения и отношений в обществе будут повторяться в будущем, и это даёт силу коллективным согласованным действиям, принуждающим отдельных лиц следовать укоренившимся правилам [Commons 1959: 239]. Сложившиеся обычаи формируют рутины, то есть устоявшиеся стереотипы поведения. Следуя им, человек совершает регулярные действия, не задумываясь над их содержанием, по привычке, рутинно. Нередко коррупционные действия в российской практике приобретают рутинный характер. Обычным правилом стало вознаграждение должностного лица, оказавшего мелкую услугу (например, кассира театра, отложившего билет знакомому покупателю), шоколадкой или коробкой конфет. Как уже отмечалось, согласно данным, граждане чаще всего сталкиваются со случаями бытовой коррупции при обращении за получением бесплатной медицинской помощи (см. рис. 3). В современной медицине приобрело форму обычая и закрепилось правило вознаграждать врача после успешной операции. Если выздоровевший пациент не сделает подарок лечащему врачу, это может быть расценено как неблагодарность. Рутинный характер получило правило отблагодарить небольшим подарком (той же шоколадкой) сотрудника регистратуры больницы, который запишет «по знакомству» к более квалифицированному врачу вне очереди, несмотря на то что другим пациентам придётся дольше дожидаться своей очереди. Как обычное явление воспринимается пациентами необходимость оплаты лекарственных препаратов, которые должны предоставляться бесплатно. Аналогичным образом необходимость внесения дополнительных платежей на детей, обучающихся в средней школе и в дошкольных учреждениях (2-е и 5-е места в рейтинге коррупционных ситуаций; см. рис. 3), воспринимается большинством родителей как обычная практика, хотя и признаётся ими, согласно социологическому опросу, коррупционным действием. Особенностью социального института является регулярное повторение устоявшихся норм поведения в типичной ситуации. Если обычным становится коррупционное поведение в мелких бытовых ситуациях, когда принято отблагодарить должностное лицо за небольшую услугу, то, приобретая рутинный характер, коррупционные практики воспроизводятся и при попытке получения крупной выгоды в незаконных условиях, когда взятка в несколько миллионов рублей воспринимается в качестве обычного способа достижения своей цели.

Ментальные модели социального института представляют собой выработанные в обществе стереотипы поведения на основе успешного прошлого опыта. В связи с этим важным элементом института становятся «работающие правила» (*working rules*), которые, по утверждению Дж. Р. Коммонса, представляют собой совокупность норм и правил для участников экономических отношений. Работающие правила формируются и изменяются под влиянием обычаев, прецедентов, установлений, привычек и обладают силой общественного закона, определяющего поведение людей в определённых ситуациях [Commons 1959: 704–707]. Работающие коррупционные правила легко и оперативно усваиваются в современном обществе. Большая часть бизнесменов (62%, как показано на рис. 10) могла бы вести свою хозяйственную деятельность и не прибегая к коррупционным практикам, но сложившиеся в какой-либо экономической сфере работающие правила, предусматривающие совершение коррупционных

действий, побуждают их следовать устоявшимся коррупционным нормам, которые являются общепринятыми. Так, во внешнеэкономической деятельности до полной замены бумажных таможенных деклараций на электронные распространённой практикой было вручение участником внешнеэкономической деятельности таможенному инспектору небольшого вознаграждения (1000–2000 руб.) за совершение законных действий, связанных с таможенным оформлением и досмотром груза. Получая такое вознаграждение, таможенный инспектор не совершал незаконных действий, связанных с освобождением от уплаты таможенных платежей, пропуском контрабанды и т. п., максимум, что он мог сделать, это ускорить процесс таможенного оформления и досмотра. Но отсутствие такого вознаграждения от декларанта могло быть расценено как неблагодарность и нарушение устоявшегося обычая. Таким образом, можно констатировать, что в российской коррупции укоренился второй компонент института, связанный с образованием неформальных ограничений и практик.

Третий компонент института, заключающийся в выработке механизмов принуждения, также проявляется в российской коррупции. Каждый социальный институт содержит набор санкций, принуждающих граждан следовать нормам и обычаям, свойственным данному институту, наказывая тех, кто не соблюдает эти нормы. Санкции бывают как официальными, в форме принуждения и наказания судебной системой и правоохранительными органами, так и неофициальными, вытекающими из норм и сложившихся практик взаимоотношений в рамках института. Дж. Р. Коммонс придаёт большое значение неофициальным санкциям института: если предприниматель не следует устоявшимся правилам делового оборота, то он прогорит, так как его конкуренты будут внедрять в свою практику новые работающие правила делового оборота. Проявление неформальных санкций Дж.Р. Коммонс рассматривает на примере действия института прибыли. В начале XX века стал расширяться безналичный способ оплаты торговых сделок в форме чеков, но не все торговцы соглашались поставлять товар за выписанные чеки, отказывая в поставке тем, кто не оплачивал товар наличными деньгами. Торговцы, не использовавшие чеки, начали терять клиентов и выручку, получать убытки. Осознавая, что отказ от безналичной формы расчёта приведёт к убыткам, которые будут постоянно расти, эти торговцы в погоне за прибылью были вынуждены внедрить в свои «работающие правила» новые способы финансовых расчётов. Словом, институт прибыли финансовыми санкциями принудил экономических субъектов применять новые правила делового оборота [Commons 1959: 706].

И в коррупционной сфере имеются санкции, заставляющие соблюдать сложившиеся правила, хотя эти санкции и не обладают официальной формой. Они заключаются в принуждении участников хозяйственной деятельности следовать неформальным коррупционным практикам, поскольку отказ от сложившихся коррупционных практик грозит потерей эффективности бизнеса или даже получением убытка. Не зря среди причин, побуждающих коррупционные действия, значатся необходимость обхода невыполнимых (противоречивых) требований законодательства, что показали 23,9% респондентов; не удаётся избежать коррупционных платежей 14,1% респондентов (см. рис. 10). Для целой группы предпринимателей Иркутской области коррупционные действия являются вынужденной мерой для сохранения бизнеса в условиях несовершенства законодательства и его правоприменения органами власти.

Несмотря на то что коррупция в России обладает двумя ключевыми компонентами, приводящими к её институционализации, нельзя признать коррупцию неизменным институтом, который не удастся искоренить. По своим признакам коррупция относится, скорее, к категории институциональных ловушек, заключающихся в формировании устойчивых неэффективных норм, обладающих самоподдерживающимся характером и имеющих альтернативные, более эффективные, но слабо работающие механизмы достижения общественных целей. Можно согласиться с А. В. Верниковым: устойчивость института, попавшего в институциональную ловушку, обеспечивается тем, что трансакционные издержки от его действия ниже, чем у альтернативных норм, а трансформационные издержки отказа от данной нормы и перехода на иную, наоборот, выше [Верников 2020: 27]. Иными словами, пока бизнесменам и отдель-

ным гражданам выгодно соблюдать коррупционные практики, альтернативные легальные способы получения государственных и муниципальных услуг не смогут их вытеснить.

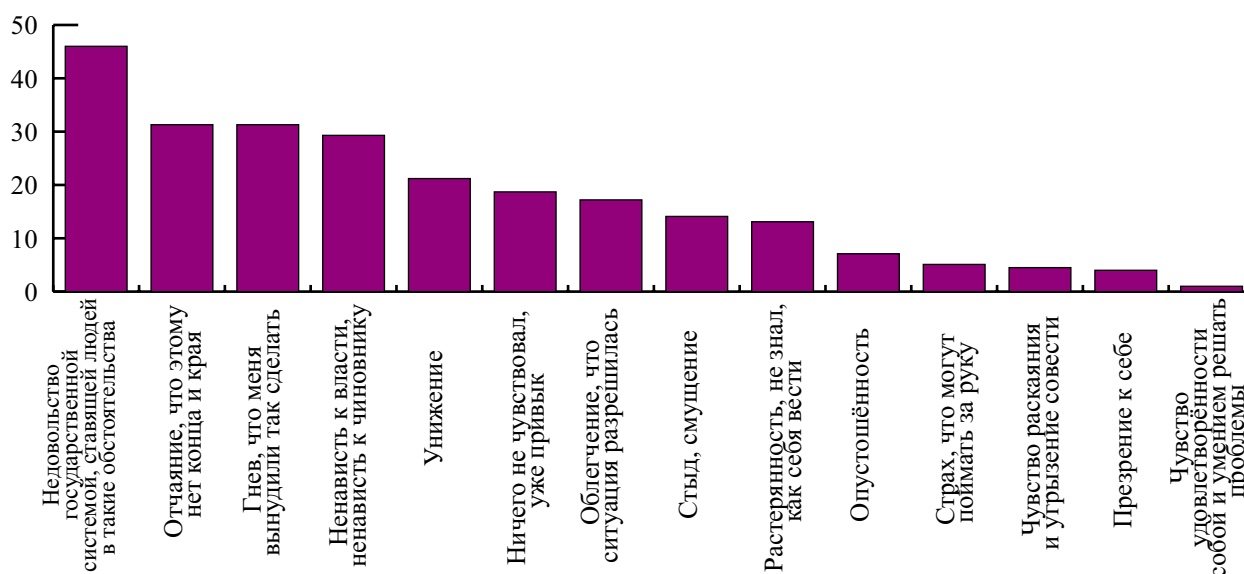


Рис. 11. Ощущения, которые испытывали лица, дававшие взятку (доля ответивших, %)

В силу того, что большую часть лиц, дававших взятку, принуждали совершить этот коррупционный поступок, чаще всего опрошенные жители Иркутской области испытывали недовольство сложившейся ситуацией. Как видно из данных, представленных на рисунке 11, почти половина респондентов выразили недовольство государственной системой, ставящей людей в такие обстоятельства. Следовательно, коррупция создаёт угрозу национальной безопасности: большинство граждан склонно винить в коррупции органы власти, распространяя обвинения в коррупции на всех чиновников, для которых, по мнению большинства респондентов, возможность обогащения таким способом является ведущей причиной того, чтобы занять должность в органах власти. Неслучайно большинство протестных выступлений в современном мире, в том числе приведших к смене власти в некоторых странах, проходит под эгидой борьбы с коррупцией. В то же время некоторая часть населения (19%) уже привыкла к коррупции и потеряла к ней чувствительность; 17% почувствовали облегчение из-за того, что ситуация разрешилась, то есть были вполне удовлетворены её развязкой; ещё 1% опрошенных испытали чувство удовлетворённости собой и своим умением решать проблемы. Можно сделать вывод, что большинство граждан негативно относятся к коррупционным действиям, даже если они их совершают с пользой для себя. В этом случае проявляется когнитивный диссонанс в поведении этих лиц: они осознают, что дача и получение взятки — это противоправный аморальный поступок, но вынуждены его совершать для получения каких-то выгод.

Заключение

При анализе результатов социологического опроса населения и представителей бизнеса Иркутской области о состоянии коррупции было установлено, что коррупция в регионе находится на относительно низком по сравнению с другими российскими регионами уровне. Вместе с тем имеются группы риска, в которых выше вероятность попадания в коррупционную ситуацию; также был выявлен ряд признаков, повышающих склонность к совершению коррупционных действий. К признакам, которые повышают вероятность попадания в коррупционную ситуацию, относятся: мужской пол; молодой (25–34 года) и пенсионный (65+ лет) возраст; высокое материальное положение; работа в качестве индивидуального предпринимателя, фермера. Признаками, повышающими вероятность выбора коррупционной модели поведения, являются мужской пол, предпенсионный (55–64 года) и пенсионный (65+ лет) возраст,

высокое материальное положение, работа в качестве индивидуального предпринимателя, фермера и руководителя. Это объясняется различными причинами, в том числе тем, что отсутствие материальных затруднений у богатых граждан позволяет им выплачивать вознаграждение коррупционеру (в отличие от бедных); лица пенсионного возраста чаще общаются с чиновниками по поводу получения государственных услуг (прежде всего, обладающих высокой коррупциогенностью, медицинских); мужчины чаще, чем женщины, выбирают более рискованную коррупционную модель поведения.

В результате исследования было установлено, что коррупция в России обладает компонентами, свойственными неформальным социальным институтам, в том числе наличием неформальных ограничений и практик, механизмов принуждения следованию коррупционным практикам. Это позволило подтвердить первоначальную гипотезу исследования о том, что коррупция в России все больше институционализируется. В настоящее время происходит закрепление норм и правил поведения лиц, попадающих в коррупциогенную ситуацию.

Полученные научные результаты могут быть использованы органами государственной власти для проведения политики по противодействию коррупции. Принимая во внимание, что большинство случаев коррупции было установлено при оказании бесплатной медицинской помощи, необходимо усовершенствовать порядок её предоставления. В частности, в ходе проведения дальнейших исследований планируется выявить конкретные виды медицинских услуг и связанных с их предоставлением ситуаций, повышающих риск коррупциогенности. Это позволит разработать конкретные меры по снижению коррупции в сфере медицины.

В ходе дальнейших исследований также планируется дополнить темы, затрагиваемые социологическим опросом, вопросами о состоянии политической коррупции, которая заключается в совершении противозаконных и направленных на завоевание и удержание власти действий физическими лицами, объединениями лиц и политическими партиями. Кроме того, к планам исследовательской группы относится расширение географии социологического опроса о состоянии коррупции. Планируется включить в число респондентов жителей и представителей бизнеса соседних с Иркутской областью регионов Сибири.

Приложение

Анкета социологического опроса о состоянии бытовой коррупции в Иркутской области

1. Вопросы об общих понятиях коррупционной практики

1. Какие проблемы нашего общества беспокоят Вас более всего в данный момент? (Выберите не более трёх вариантов ответа.)

- 1.1. Нехватка продуктов питания, товаров первой необходимости;
- 1.2. Уличная преступность, кражи;
- 1.3. Кризис морали, культуры, нравственности;
- 1.4. Организованная преступность, бандитизм;
- 1.5. Корыстность, взяточничество чиновников;
- 1.6. Угроза диктатуры;
- 1.7. Распространение наркомании;
- 1.8. Уход от идеалов демократии;
- 1.9. Отсутствие ясных целей, ориентиров развития страны;
- 1.10. Слабость, беспомощность государственной власти;
- 1.11. Задержки с выплатой зарплаты, пенсии;
- 1.12. Безработица;
- 1.13. Уход от идеалов демократии;
- 1.14. Другое (отметьте, что именно).

2. Какие действия Вы отнесли бы к коррупции? (Отметьте не более трёх вариантов ответа.)

- 2.1. Получение взятки;
- 2.2. Дача взятки;
- 2.3. Служебный подлог;
- 2.4. Коммерческий подкуп;
- 2.5. Воспрепятствование законной предпринимательской деятельности;
- 2.6. Вымогательство в личных целях;
- 2.7. Злоупотребление служебными полномочиями;
- 2.8. Подношение подарков должностным лицам;
- 2.9. Незаконное вознаграждение лицу, выполняющему управленческую функцию в коммерческой организации;
- 2.10. Незаконное финансирование политических партий и политиков;
- 2.11. Присвоение финансовых и имущественных ресурсов;
- 2.12. Регистрация за соответствующее вознаграждение незаконных сделок с землёй;
- 2.13. Использование бюджетных средств в личных целях.

3. Нередко можно услышать, что люди в высших органах власти нечестны, корыстны, приходят во власть только для своего обогащения. С каким высказыванием на эту тему Вы согласны в максимальной степени?

- 3.1. Меньшинство людей в высших органах власти берут взятки;
- 3.2. Большинство людей в органах власти берут взятки;
- 3.3. Ни то, ни другое, примерно поровну.

4. Оцените уровень коррупции в органах власти Иркутской области, выбрав соответствующий номер по каждой строке в таблице.

Органы власти	Очень высокий	Высокий	Средний	Низкий
Исполнительная власть на региональном уровне	01	02	03	04
Исполнительная власть на муниципальном уровне	01	02	03	04
Исполнительная власть на местном уровне	01	02	03	04
Полиция, органы внутренних дел	01	02	03	04
Прокуратура	01	02	03	04
ГИБДД	01	02	03	04
Налоговые органы	01	02	03	04
Ростехнадзор	01	02	03	04
Органы противопожарного надзора, МЧС	01	02	03	04
Роспотребнадзор	01	02	03	04
Органы по охране природных ресурсов и окружающей среды	01	02	03	04
Органы по охране труда	01	02	03	04
Органы, занимающиеся предоставлением в аренду помещений, находящихся в государственной (муниципальной) собственности	01	02	03	04
Органы по реализации государственной (муниципальной) политики в сфере торговли, питания и услуг	01	02	03	04
Органы по архитектуре и строительству (БТИ и др.)	01	02	03	04
Таможня	01	02	03	04
Военкомат (военный комиссариат)	01	02	03	04
Росреестр	01	02	03	04
Судебная система	01	02	03	04
Система образования	01	02	03	04
Система здравоохранения	01	02	03	04
Система ЖКХ	01	02	03	04
Система социального обеспечения	01	02	03	04
Политические партии	01	02	03	04
Частное предпринимательство	01	02	03	04
Общественные некоммерческие организации, фонды, автономные некоммерческие организации	01	02	03	04

II. Вопросы о бытовой коррупции

5. Как часто Вам приходится сталкиваться со взяточничеством, коррупцией в Иркутской области? Оцените частоту столкновения с коррупционной ситуацией в регионе, выбрав соответствующий номер по каждой строке таблицы.

Коррупционная ситуация	Очень часто	Довольно часто	Время от времени	Редко	Никогда	Затрудняюсь сказать
Получение бесплатной медицинской помощи	01	02	03	04	05	06
Поступление ребёнка в дошкольное учреждение	01	02	03	04	05	06
Поступление в школу (обучение, взнос, благодарность и т. д.)	01	02	03	04	05	06
Поступление в вуз (перевод, экзамены, диплом)	01	02	03	04	05	06
Оформление, перерасчёт пенсии	01	02	03	04	05	06
Решение проблем в связи с призывом в армию	01	02	03	04	05	06
Получение услуг по ремонту, эксплуатации жилья	01	02	03	04	05	06
Получение помощи и защиты в полиции	01	02	03	04	05	06
Обращение в суд	01	02	03	04	05	06
Получение регистрации, разрешения на оружие, паспорта и т. д.	01	02	03	04	05	06
Урегулирование ситуации с автоинспекцией	01	02	03	04	05	06
Обеспечение нужного судебного решения	01	02	03	04	05	06
Покупка места в органе представительной власти	01	02	03	04	05	06
Регистрация сделки с недвижимостью	01	02	03	04	05	06
Открытие нового дела	01	02	03	04	05	06
Решение проблемы со сдачей отчётности	01	02	03	04	05	06

6. Каковы, на Ваш взгляд, причины существования коррупции в стране? (Отметьте не более трёх вариантов ответа.)

- 6.1. Система взаимоотношений во властных структурах;
- 6.2. Недостаточный уровень заработной платы чиновников;
- 6.3. Недостатки государственной политики в отношении предпринимательства;
- 6.4. Отсутствие открытости, подотчётности и подконтрольности должностных лиц;
- 6.5. Временность и неустойчивость служебного положения, в силу чего должностные лица стремятся обогатиться любым способом за непродолжительный период;
- 6.6. Отношение должностных лиц к своим обязанностям как к источнику обогащения;
- 6.7. Безднаказанность коррупционеров;
- 6.8. Неэффективность судебной системы;
- 6.9. Толерантность общества к коррупционерам;
- 6.10. Несовершенство законодательства в части борьбы с коррупцией;
- 6.11. Другое (отметьте, что именно) _____;
- 6.12. Затрудняюсь ответить.

7. Попадали ли Вы в ближайшие год-два в коррупционную ситуацию?

- 7.1. Да;
7.2. Нет (перейти к вопросу 11).

8. Какую проблему Вам пришлось решать? (Выберите не более трёх вариантов ответа.)

- 8.1. Получение бесплатной медицинской помощи;
8.2. Поступление ребёнка в дошкольное учреждение;
8.3. Поступление в школу (обучение, взнос, благодарность и т. д.);
8.4. Поступление в вуз (перевод, экзамены, диплом);
8.5. Оформление, перерасчёт пенсии;
8.6. Решение проблем в связи с призывом в армию;
8.7. Получение услуг по ремонту, эксплуатации жилья;
8.8. Получение помощи и защиты в полиции;
8.9. Обращение в суд;
8.10. Получение регистрации, паспорта, разрешения на оружие и т. д.;
8.11. Урегулирование ситуации с автоинспекцией;
8.12. Обеспечение нужного судебного решения;
8.13. Покупка места в органе представительной власти;
8.14. Регистрация сделки с недвижимостью;
8.15. Открытие нового дела;
8.16. Решение проблемы со сдачей отчётности;
8.17. Другое (отметьте, что именно) _____;
8.18. Затрудняюсь ответить.

9. Давали ли Вы в этой ситуации взятку?

- 9.1. Да;
9.1. Нет (перейти к вопросу 11).

10. Как Вы описали бы свои ощущения от того, что Вам пришлось дать взятку? (Отметьте не более двух вариантов ответа.)

- 10.1. Ничего не чувствовал, уже привык;
10.2. Страх, что могут поймать за руку;
10.3. Стыд, смущение;
10.4. Ненависть к власти, ненависть к чиновнику;
10.5. Недовольство государственной системой, ставящей людей в такие обстоятельства;
10.6. Унижение;
10.7. Опустошённость;
10.8. Отчаяние, что этому нет ни конца и ни края;
10.9. Растерянность, не знал, как себя вести;
10.10. Гнев, что меня вынудили так сделать;
10.11. Облегчение, что ситуация разрешилась;
10.12. Чувство раскаяния и угрызение совести;
10.13. Чувство удовлетворённости собой и умением решать проблемы;
10.14. Презрение к себе;
10.15. Другое (отметьте, что именно) _____;
10.16. Затрудняюсь ответить.

11. Известно ли Вам, за какую в среднем сумму взятки можно получить результат от взаимодействия с представителями органов власти в ситуациях, о которых мы с Вами говорили?

- 11.1. Меньше 5000 рублей;
- 11.2. От 5000 до 20 000 рублей;
- 11.3. От 20 000 до 50 000 рублей;
- 11.4. От 50 000 до 100 000 рублей;
- 11.5. От 100 000 до 500 000 рублей;
- 11.6. От 500 000 рублей и выше;
- 11.7. Нет, не знаю.

12. Укажите, насколько вероятно было решение той проблемы без взятки.

- 12.1. Большая вероятность, что можно было решить и без взятки;
- 12.2. В принципе, данную проблему можно было решить и без взятки;
- 12.3. По-другому решить эту ситуацию было нельзя;
- 12.4. Затрудняюсь ответить.

13. Как Вы относитесь к тому, что приходится давать взятки должностным лицам?

- 13.1. Отвратительно;
- 13.2. Плохо;
- 13.3. Посредственно;
- 13.4. Хорошо;
- 13.5. Отлично.

14. Сталкивались ли Вы лично за последние год-два, что какой-нибудь государственный служащий (должностное лицо) просил Вас о неофициальной плате, услуге за свою работу?

- 14.1. Да;
- 14.2. Нет.

15. Какого рода была данная коррупционная ситуация?

16. Назовите, пожалуйста, причину, по которой Вы точно не стали бы давать взятку.

- 16.1. Для меня это слишком дорого;
- 16.2. Мне противно это делать;
- 16.3. Не знаю, как это делается; неудобно;
- 16.4. Я принципиально не даю взяток, даже если все это делают;
- 16.5. Могу добиться своего и без взяток, другими путём;
- 16.6. Я боюсь, что меня поймают и накажут;
- 16.7. Другое (отметьте, что именно) _____;
- 16.8. Затрудняюсь ответить.

III. Вопросы о перспективах противодействия коррупции

17. Верите ли Вы в неотвратимость наказания для лиц, берущих взятки?

- 17.1. Да, безусловно;
- 17.2. Скорее да, чем нет;
- 17.3. Скорее нет, чем да;
- 17.4. Нет;
- 17.5. Затрудняюсь ответить.

18. Существуют различные суждения о нашей судебной системе, наших судьях. Оцените по 5-балльной шкале нижеследующие суждения, где 5 — высший балл, 1 — низший балл.

Суждения	5	4	3	2	1
У нас в судах выигрывает тот, кто больше заплатит	01	02	03	04	05
Многие не хотят обращаться в суд, поскольку слишком дороги неофициальные затраты	01	02	03	04	05
Судьи у нас плохо защищены, получают небольшую зарплату, поэтому могут брать взятки	01	02	03	04	05

19. Предположим, что Вам выпало определять стратегию выбора борьбы с коррупцией в России. Какое из следующих высказываний лучше всего отражает стратегию, которую Вы выбрали бы?

- 19.1. Надо сменить бесчестных руководителей на других;
- 19.2. Необходимо беспощадно наказывать всех коррупционеров;
- 19.3. Прежде всего, надо устранять условия, порождающие коррупцию;
- 19.4. Никакая стратегия не поможет, бороться с коррупцией бесполезно;
- 19.5. Свой вариант _____;
- 19.6. Затрудняюсь ответить.

IV. Вопросы о респондентах

20. Ваш возраст:

- 20.1. 25–34 года;
- 20.2. 35–44 года;
- 20.3. 45–54 года;
- 20.4. 55–64 года.

21. Ваш пол:

- 21.1. Мужской;
- 21.2. Женский.

22. Ваше материальное положение:

- 22.1. Очень низкий, живу в крайней нужде;
- 22.2. Ниже среднего, денег на многое не хватает;

- 22.3. Средний, денег хватает лишь на основные закупки;
- 22.4. Сравнительно высокий, хотя некоторые покупки не по карману;
- 22.5. Высокий, материальных затруднений нет.

23. Ваш социальный статус:

- 23.1. Рабочий;
- 23.2. Служащий, технический исполнитель;
- 23.3. Специалист;
- 23.4. Руководитель подразделения;
- 23.5. Руководитель высшего звена предприятия;
- 23.6. Индивидуальный предприниматель;
- 23.7. Фермер.

24. Род деятельности:

- 24.1. Сельское, лесное хозяйство, рыболовство, рыбоводство;
- 24.2. Добыча полезных ископаемых;
- 24.3. Обрабатывающие производства;
- 24.4. Услуги ЖКХ, в том числе обеспечение электроэнергией, водоснабжение, организация и сбор отходов;
- 24.5. Строительство;
- 24.6. Торговля оптовая и розничная;
- 24.7. Транспорт, складское хозяйство;
- 24.8. Деятельность гостиниц и общественного питания;
- 24.9. Информационные технологии, связь, Интернет;
- 24.10. Финансовая сфера, банковские услуги, страхование;
- 24.11. Административная деятельность, в том числе обеспечение безопасности;
- 24.12. Государственное и местное самоуправление, социальное обеспечение;
- 24.13. Образование и наука;
- 24.14. Здравоохранение и социальные услуги;
- 24.15. Культура, спорт, досуг, развлечения.

25. Тип предприятия, организации, на котором Вы работаете:

- 25.1. Общественная или некоммерческая организация (АНО, фонд, партия, общественное движение, профсоюз);
- 25.2. Работаю в кооперативе, у индивидуального предпринимателя;
- 25.3. Частное предприятие (акционерное общество, общество с ограниченной ответственностью и др.);
- 25.4. Государственное унитарное предприятие, муниципальное унитарное предприятие;
- 25.5. Государственное, муниципальное учреждение, органы управления, воинская часть.

Спасибо за сотрудничество!

Литература

- Барсукова С. Ю. 2005. Структура и институты неформальной экономики. *Социологический журнал*. 3: 118–134.
- Белокрылов К. А., Рунова Л. П., Пиронко М. В. 2016. Статистическое исследование коррупции в регионе (на примере Ростовской области). *Journal of Economic Regulation* (Вопросы регулирования экономики). 7 (3): 34–43.
- Беркович М. И. et al. 2019. Восприятие коррупции как социально-экономического феномена населением региона: структурный аспект. *Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз*. 12 (2): 161–178.
- Бочарникова И. С., Тырнова Н. А. 2022. Оценка коррупционных проявлений в органах власти: социологический аспект. *Казанский социально-гуманитарный вестник*. 2 (53): 16–22.
- Верников А. В. 2020. «Институциональная ловушка»: научный термин или красивая метафора? *Журнал институциональных исследований*. 12 (2): 25–37. doi: [10.17835/2076-6297.2020.12.2.025-037](https://doi.org/10.17835/2076-6297.2020.12.2.025-037)
- Воробьёв В. П., Мурзина И. А. 2020. К вопросу об эффективном использовании социологических методов при анализе уровня коррупции в обществе. *Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки*. 3 (55): 92–99.
- Глухова А. А., Иудин А. А., Шпилев Д. А. 2020. Особенности восприятия населением коррупционной преступности в Нижегородской области: криминологический анализ. *Регионоведение*. 28 (2 [111]): 350–376.
- Заливанский Б. В., Самохвалова Е. В., Полухин О. Н. 2021. Восприятие масштабов распространения коррупции региональным сообществом. *Власть*. 29 (6): 112–117.
- Клеймёнов Е. А., Чепиков Е. В. 2020. Состояние антикоррупционного просвещения граждан на Дальнем Востоке: социологическое измерение. *Власть и управление на Востоке России*. 2 (91): 146–157.
- Коголь Т. Н., Иванова А. Н. 2018. Коррупционные риски сотрудников уголовно-исполнительной системы, ответственных за выполнение закупок товаров, работ и услуг для обеспечения государственных нужд (на материалах социологического исследования). *Вестник Кузбасского института*. 2 (35): 51–60.
- Кузьминов Я. И., Бендукидзе К. А., Юдкевич М. М. 2006. *Курс институциональной экономики: институты, сети транзакционные издержки, контракты*. М.: Изд. дом ВШЭ.
- Макарова М. Н., Вахрушев Р. В. 2013. Проблема коррупции в высшем образовании: взгляд студентов. *Клио*. 2 (74): 124–128.
- Максименко А. А. et al. 2020. Отношение россиян к коррупции. *Вестник Санкт-Петербургского университета. Социология*. 13 (4): 407–428. doi: [10.21638/spbu12.2020.404](https://doi.org/10.21638/spbu12.2020.404)
- Матвеева Е. В., Гладких С. С. 2021. Коррупция в системе государственной гражданской службы в общественных оценках (на материалах регионального исследования). *Вестник Забайкальского государственного университета*. 27 (6): 80–89.

- Морозова Е. А., Пфетцер С. А., Сухачёва А. В. 2017. Социологические методы изучения коррупции и борьбы с ней в системе образования. *Профессиональное образование в России и за рубежом*. 3 (27): 126–136.
- Никифорова О. А. 2019. Восприятие населением уровня коррупции в профессиональных сферах. *Вестник Санкт-Петербургского университета. Социология*. 12 (1): 51–66. doi: [10.21638/spbu12.2019.104](https://doi.org/10.21638/spbu12.2019.104)
- Паршков А. В., Рахмаев Э. С., Нуждин А. А. 2019. Криминологическое исследование уровня коррупции среди работников уголовно-исполнительной системы. *Человек: преступление и наказание*. 27 (3): 324–329.
- Салахова Л. Р. 2010. Общественное мнение как ресурс борьбы с коррупцией (по материалам социологического опроса в Республике Татарстан). *Вестник экономики, права и социологии*. 1: 127–131.
- Сатаров Г. А. (отв. ред.) 2013. *Российская коррупция: уровень, структура, динамика. Опыты социологического анализа*. М.: Фонд «Либеральная Миссия».
- Саяпин А. В., Харитоновна Е. В. 2018. Теневые отношения в российских вузах и качество высшего образования. *Социально-экономические явления и процессы*. 13 (3 [103]): 59–64.
- Сигурова О. Ю. 2022. Способы и методы, применяемые при оценке коррупции. *Вестник Российского университета кооперации*. 1 (47): 122–126.
- Сидорина Т. В. 2020. Взятничество как проявление коррупции на материалах Ростовской области. *Вестник евразийской науки*. 12 (1): 63–72.
- Спирина А. С. 2020. Уровень вовлеченности населения Алтайского края в коррупционные практики. *Социальная интеграция и развитие этнокультур в евразийском пространстве*. 1 (9): 193–201.
- Устинова О. В. 2011. Готовность населения противостоять коррупции в органах власти. *Известия высших учебных заведений. Социология. Экономика. Политика*. 2: 42–46.
- Хашаева А. Б., Оконов Б. А. 2019. О социологических исследованиях по определению уровня коррупции в Республике Калмыкия (2011–2018 гг.). *Вестник Института комплексных исследований аридных территорий*. 1 (38): 100–105.
- Шедий М. В., Малик Е. Н. 2019. Коррупция и российское общество: аномалия или норма. *Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: История и право*. 9 (2 [31]): 145–155.
- Armantier O., Boly A. 2011. A controlled field experiment on corruption. *European Economic Review*. 55 (8): 1072–1082.
- Barr A., Serra D. 2010. Corruption and Culture: An Experimental Analysis. *Journal of Public Economics*. 94 (11–12): 862–869.
- Benno T., Neven V. 2006. Corruption and Age. *Journal of Bioeconomics*. 8 (August): 133–145.
- Budsaratragoon P., Jitmaneeroj B. 2020. A Critique on the Corruption Perceptions Index: An Interdisciplinary Approach. *Socio-Economic Planning Sciences*. 70 (June): art. 100768.

- Commons J. R. 1959. *Institutional Economics: Its Place in Political Economy*. Madison: University of Wisconsin Press.
- Dong B., Torgler B. 2009. Corruption and Political Interest: Empirical Evidence at the Micro Level. *Journal of Interdisciplinary Economics*. 21: 295–325.
- Frank B., Schulze G. G. 2000. Does Economics Make Citizens Corrupt? *Journal of Economic Behavior and Organization*. 43 (1): 101–113.
- Gupta S., Davoodi H., Alonso-Terme R. 2002. Does Corruption Affect Income Inequality and Poverty? *Economics of Governance*. 3: 23–45.
- Huntington S. 1968. *Political Order in Changing Societies*. New Haven: Yale University Press.
- Mauro P. 1995. Corruption and Growth. *The Quarterly Journal of Economics*. 110 (3): 681–712.
- Meon P. G., Sekkat K. 2005. Does Corruption Grease or Sand the Wheels of Growth? *Public Choice*. 122 (January): 69–97.
- Lee W.-S., Guven C. 2013. Engaging in Corruption: The Influence of Cultural Values and Contagion Effects at the Microlevel. *Journal of Economic Psychology*. 39 (December): 287–300.
- Lui F. 1985. An Equilibrium Queuing Model of Bribery. *Journal of Political Economy*. 93 (4): 760–781.
- Köbis N. C. et al. 2015. “Who Doesn’t?” — The Impact of Descriptive Norms on Corruption. *PLoS ONE*. 10 (6): 1–14.
- Olken B. 2009. Corruption Perceptions vs Corruption Reality. *Journal of Public Economics*. 93 (7–8): 950–964.
- Plummer J. (ed.) 2012. Corruption in the Mining Sector: Preliminary Overview. In: Plummer J. (ed.): *Diagnosing Corruption in Ethiopia. Perceptions, Realities, and the Way Forward for Key Sectors*. Washington, DC: The World Bank; 377–417.
- Ryvkin D., Serra D., Tremewan J. 2017. I Paid a Bribe: An Experiment on Information Sharing and Extortory Corruption. *European Economic Review*. 94 (C): 1–22.
- Shaxson N. 2007. Oil, Corruption and the Resource Curse. *International Affairs*. 83 (6): 1123–1140.
- Sole-Olle P., Sorribas-Navarro P. 2018. Trust no More? On the Lasting Effects of Corruption Scandals. *European Journal of Political Economy*. 55: 185–203.
- Tan X. et al. 2016. The Effect of Self-Esteem on Corrupt Intention: The Mediating Role of Materialism. *Frontiers in Psychology*. 7 (July): art. 1063. doi: [10.3389/fpsyg.2016.01063](https://doi.org/10.3389/fpsyg.2016.01063)

BEYOND BORDERS

Dmitry Fedotov, Svetlana Inkizhinova, Denis Shkurin

Measuring Corruption in the Irkutsk Region: A Sociological Approach

FEDOTOV, Dmitry — Doctor of Economics, Associate Professor, Main Researcher at the Institute for Research on Socio-Economic Transformations and Financial Policy of the Financial University under the Government of the Russian Federation. Address: 49/2 Leningradsky Ave., 125167, Moscow, Russian Federation. Professor of the Department of International Relations and Customs Affairs of Baikal State University. Address: 11 Lenin str., 664007, Irkutsk, Russian Federation.

Email: fdy@inbox.ru

INKIZHINOVA, Svetlana — Candidate of Sociological Sciences, Associate Professor, Chairman of the Irkutsk Regional Branch of the Russian Society of Sociologists. Address: 236b/4 Baikal str., 664075, Irkutsk, Russian Federation.

Email: kiciom2014@yandex.ru

SHKURIN, Denis — Candidate of Sociological Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Applied Sociology of the Department of Political Science and Sociology of the Ural Federal University. Address: 19 Mira str., 620002, Yekaterinburg, Russian Federation.

Email: vortexinform@gmail.com

Abstract

The article examines the problems of corruption in the Irkutsk region, an industrial area located in Siberia. The Irkutsk region was chosen as the object of the study. The objective of the study is to identify the factors influencing the level of corruption in the Irkutsk region. As a hypothesis of the study, the assumption is put forward that the institutionalization of corruption processes within Russian society is currently taking place. To measure the level of corruption in the Irkutsk region, a methodology of sociological research of the level and characteristics of corruption in the region has been developed and applied. The study employed a survey method on an online panel. As a result of the study, it was found that the level of domestic corruption in the Irkutsk region, measured at 13.0% in 2022, is slightly lower compared to other Russian regions. Most often, the population faces domestic corruption when receiving free medical care and due to the need for additional payments in secondary schools. During the study, risk groups were identified among respondents with a higher probability of getting into a corrupt situation. Also, a number of characteristics were identified that increase the propensity to engage in corrupt actions, including: being male, older (55–64 years) or of retirement age (65 years +), having a high financial status, and working as an individual entrepreneur, farmer or manager. It was found that the amount of business corruption in the Irkutsk region was 21.4% among the respondents representing business. The study reveals the purposes behind corruption actions committed by business representatives. It shows that corruption in the Irkutsk region is deeply entrenched in the form of a social institution, characterized by institutional components such as informal norms and mechanisms of coercion that compel adherence to corrupt practices. The obtained scientific results can be used to inform the implementation of the state anti-corruption policies.

Keywords: corruption; regional economy; sociological survey; social institute; domestic corruption; business corruption; Irkutsk region

Acknowledgements

The research was funded through the state assignment of the Financial University under the Government of the Russian Federation.

References

- Armantier O., Boly A. (2011) A Controlled Field Experiment on Corruption. *European Economic Review*, vol. 55, no 8, pp. 1072–1082.
- Barr A., Serra D. (2010) Corruption and Culture: An Experimental Analysis. *Journal of Public Economics*, vol. 94, no 11–12, pp. 862–869.
- Barsukova S. Yu. (2005) Struktura i instituty nephormal'noy ekonomiki [The structure and institutions of the informal economy]. *Sociological Journal = Sotsiologicheskij Zhurnal*, no 3, pp. 118–134 (in Russian).
- Belokrylov K. A., Runova L. P., Pirinko M. V. (2016) Statisticheskoe issledovanie korruptsii v regione (na primere Rostovskoy oblasti) [Statistical management in the Republic (On the Example of the Rostov Region)]. *Journal of Economic Regulation = Voprosy regulirovaniya ekonomiki*, vol. 7, no 3, pp. 34–43 (in Russian).
- Benno T., Neven V. (2006) Corruption and Age. *Journal of Bioeconomics*, vol. 8 (August), pp. 133–145.
- Berkovich M. I., Dukhanina L. N., Maksimenko A. A., Nadutkina I. E. (2019) Vospriyatie korruptsii kak sotsial'no-ekonomicheskogo phenomena naseleniem regiona: strukturnyy aspekt [Perception of Corruption as a Socio-Economic Phenomenon by The Population of the Region: Structural Aspect]. *Economic and Social Changes: Facts, Trends, Forecast = Ekonomicheskie i sotsial'nye peremeny: phakty, tendentsii, prognoz*, vol. 12, no 2, pp. 161–178 (in Russian).
- Bocharnikova I. S., Tarnova N. A. (2022) Otsenka korruptsionnykh proyavleniy v organakh vlasti: sotsiologicheskij aspekt [Assessment of Corruption Manifestations in Government: A Sociological Aspect]. *Kazan Socially-Humanitarian Bulletin = Kazanskij social'no-gumanitarnyj vestnik*, no 2 (53), pp. 16–22 (in Russian).
- Budsaratragoon P., Jitmaneeroj B. (2020) A Critique on the Corruption Perceptions Index: An Interdisciplinary Approach. *Socio-Economic Planning Sciences*, vol. 70 (June): art. 100768.
- Commons J. R. (1959) *Institutional Economics: Its Place in Political Economy*, Madison: University of Wisconsin Press.
- Dong B., Torgler B. (2009) Corruption and Political Interest: Empirical Evidence at the Micro Level. *Journal of Interdisciplinary Economics*, vol. 21, pp. 295–325.
- Frank B., Schulze G. G. (2000) Does Economics Make Citizens Corrupt? *Journal of Economic Behavior and Organization*, vol. 43, no 1, pp. 101–113.
- Glukhova A. A., Yudin A. A., Shpilev D. A. (2020) Osobennosti vospriyatiya naseleniem korruptsionnoy prestupnosti v Nizhegorodskoy oblasti: kriminologo-sotsiologicheskij analiz [Features of Public Perception of Corruption Crime in the Nizhny Novgorod Region: Criminological and Sociological Analysis]. *Russian Journal of Regional Studies = Regionologiya*, vol. 28, no 2 (111), pp. 350–376 (in Russian).
- Gupta S., Davoodi H., Alonso-Terme R. (2002) Does Corruption Affect Income Inequality and Poverty? *Economics of Governance*, vol. 3, pp. 23–45.

- Huntington S. (1968) *Political Order in Changing Societies*, New Haven: Yale University Press.
- Khashaeva A. B., Okonov B. A. (2019) O sotsiologicheskikh issledovaniyakh po opredeleniyu urovnya korruptsii v Respublike Kalmykiya (2011–2018 gg.) [On Sociological Research to Determine the Level of Corruption in the Republic of Kalmykia (2011–2018)]. *Bulletin of the Institute of Complex Studies of Arid Territories = Vestnik Instituta kompleksnykh issledovaniy aridnykh territorij*, no 1 (38), pp. 100–105 (in Russian).
- Kleimenov E. A., Chepikov E. V. (2020) Sostoyanie antikorrupsionnogo prosveshcheniya grazhdan na Dal'nem Vostoke: sotsiologicheskoe izmerenie [The State of Anti-Corruption Education of Citizens in the Far East: A Sociological Dimension]. *Power and Administration in the East of Russia = Vlast' i upravlenie na Vostoke Rossii*, no 2 (91), pp. 146–157 (in Russian).
- Kogol T. N., Ivanova A. N. (2018) Korruptsionnye riski sotrudnikov ugovovno-ispolnitel'noy sistemy, otvetstvennykh za vypolnenie zakupok tovarov, rabot i uslug dlya obespecheniya gosudarstvennykh nuzhd (na materialakh sotsiologicheskogo issledovaniya) [Corruption Risks of Employees of the Penal Enforcement System Responsible for the Procurement Of Goods, Works and Services to Meet State Needs (Based on the Materials of a Sociological Study)]. *Bulletin of the Kuzbass Institute = Vestnik Kuzbasskogo instituta*, no 2 (35), pp. 51–60 (in Russian).
- Köbis N. C., Prooijen J.-W. van, Righetti F., Lange P. A. M. van. (2015) “Who Doesn’t?” — The Impact of Descriptive Norms on Corruption. *PLoS ONE*, vol. 10, no 6, pp. 1–14.
- Kuzminov Ya. I., Bendukidze K. A., Yudkevich M. M. (2006) *Kurs institutsional'noy ekonomiki: instituty, seti transaktsionnye izderzhki, kontrakty* [Course of Institutional Economics: Institutions, Networks Transaction Costs, Contracts], Moscow: HSE Publishing House (in Russian).
- Lee W.-S., Guven C. (2013) Engaging in Corruption: The Influence of Cultural Values and Contagion Effects at the Microlevel. *Journal of Economic Psychology*, vol. 39 (December), pp. 287–300.
- Lui F. (1985) An Equilibrium Queuing Model of Bribery. *Journal of Political Economy*, vol. 93, no 4, pp. 760–781.
- Makarova M. N., Vakhrushev R. V. (2013) Problema korruptsii v vysshem obrazovanii: vzglyad studentov [The Problem of Corruption in Higher Education: The View of Students]. *Klio = Klio*, no 2 (74), pp. 124–128 (in Russian).
- Maksimenko A. A., Deineka O. S., Krylova D. V., Dukhanina L. N. (2020) Otnoshenie rossiyan k korruptsii [The attitude of Russians towards corruption]. *Vestnik of Saint Petersburg University. Sociology = Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Sociologiya*, vol. 13, no 4, pp. 407–428. doi: 10.21638/spbu12.2020.404 (in Russian).
- Matveeva E. V., Gladkikh S. S. (2021) Korruptsiya v sisteme gosudarstvennoy grazhdanskoy sluzhby v obshchestvennykh otsenkakh (na materialakh regional'nogo issledovaniya) [Corruption in the System of State Civil Service in Public Assessments (Based on the Materials of a Regional Study)]. *Transbaikal State University Journal = Vestnik Zabaykal'skogo gosudarstvennogo universiteta*, vol. 27, no 6, pp. 80–89 (in Russian).
- Mauro P. (1995) Corruption and Growth. *The Quarterly Journal of Economics*, vol. 110, no 3, pp. 681–712.

- Meon P. G., Sekkat K. (2005) Does Corruption Grease or Sand the Wheels of Growth? *Public Choice*, vol. 122 (January), pp. 69–97.
- Morozova E. A., Pfetzer S. A., Sukhacheva A. V. (2017) Sotsiologicheskie metody izucheniya korruptsii i bor'by s ney v sisteme obrazovaniya [Sociological Methods of Studying Corruption and Combating It in the Education System]. *Professional Education in Russia and Abroad= Professional'noe obrazovanie v Rossii i za rubezhom*, no 3 (27), pp. 126–136 (in Russian).
- Nikiforova O. A. (2019) Vospriyatie naseleniem urovnya korruptsii v professional'nykh sferakh [Public Perception of Corruption Level in Professional Spheres]. *Vestnik of Saint Petersburg University. Sociology = Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Sociologiya*, vol. 12, no 1, pp. 51–66. doi: [10.21638/spbu12.2019.104](https://doi.org/10.21638/spbu12.2019.104) (in Russian).
- Olken B. (2009) Corruption Perceptions vs Corruption Reality. *Journal of Public Economics*, vol. 93, iss. 7–8, pp. 950–964.
- Parshkov A. V., Rakhmaev E. S., Nuzhdin A.A. (2019) Kriminologicheskoe issledovanie urovnya korruptsii sredi rabotnikov ugovolno-ispolnitel'noy sistemy [Criminological Study of the Level of Corruption among Employees of the Penal System]. *Man: Crime and Punishment = Chelovek: prestuplenie i nakazanie*, vol. 27, no 3, pp. 324–329 (in Russian).
- Plummer J. (ed.) (2012) Corruption in the Mining Sector: Preliminary Overview.: *Diagnosing Corruption in Ethiopia. Perceptions, Realities, and the Way Forward for Key Sectors* (ed. J. Plummer), Washington, DC: The World Bank, pp. 377–417.
- Ryvkin D., Serra D., Tremewan J. (2017) I Paid a Bribe: An Experiment on Information Sharing and Extortory Corruption. *European Economic Review*, vol. 94 (C), pp. 1–22.
- Salakhova L. R. (2010) Obshchestvennoe mnenie kak resurs bor'by s korruptsией (po materialam sotsiologicheskogo oprosa v Respublike Tatarstan) [Public Opinion as a Resource for Fighting Corruption (Based on the Materials of a Sociological Survey in the Republic of Tatarstan)]. *The Review of Economy, the Law and Sociology = Vestnik ekonomiki, prava i sociologii*, no 1, pp. 127–131 (in Russian).
- Satarov G. A. (ed.) (2013) *Rossiyskaya korruptsiya: uroven, struktura, dinamika. Opyty sotsiologicheskogo analiza* [Russian Corruption: Level, Structure, Dynamics. Experiments of Sociological Analysis], Moscow: Liberal Mission Foundation (in Russian).
- Sayapin A. V., Kharitonova E. V. (2018) Tenevye otnosheniya v rossiyskikh vuzakh i kachestvo vysshego obrazovaniya [Shadow Relations in Russian Universities and the Quality of Higher Education]. *Socio-Economic Phenomena and Processes= Sotsial'no-ekonomicheskie yavleniya i protsess*, vol. 13, no 3 (103), pp. 59–64 (in Russian).
- Shaxson N. (2007) Oil, Corruption and the Resource Curse. *International Affairs*, vo. 83, no 6, pp. 1123–1140.
- Shediy M. V., Malik E. N. (2019) Korruptsiya i rossiyskoe obshchestvo: anomal'iya ili norma [Corruption and Russian Society: Anomaly or Norm]. *Proceedings of Southwest State University. The series: History and Law = Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Istoriya i parvo*, vol. 9, no 2 (31), pp. 145–155 (in Russian).

- Sidorina T. V. (2020) Vzyatochnichestvo kak proyavlenie korruptsii na materialakh Rostovskoy oblasti [Bribery as a manifestation of corruption on the materials of the Rostov region]. *The Eurasian Scientific Journal = Vestnik Evraziyskoy nauki*, vol. 12, no 1, pp. 63–72 (in Russian).
- Sigurova O. Yu. (2022) Sposoby i metody, primenyaemye pri otsenke korruptsii [Methods and Methods Used in Assessing Corruption]. *Vestnik of the Russian University of Cooperation = Vestnik Rossijskogo universiteta kooperacii*, no 1 (47), pp. 122–126 (in Russian).
- Sole-Olle P., Sorribas-Navarro P. (2018) Trust no More? On the Lasting Effects of Corruption Scandals. *European Journal of Political Economy*, vol. 55, pp. 185–203.
- Spirina A. S. (2020) Uroven' вовлеченности naseleniya Altayskogo kraya v korruptsionnye praktiki [The Level of Involvement of the Population of the Altai Territory in Corruption Practices]. *Social Integration and Development of Ethnic Cultures in the Eurasian Space = Sotsial'naya integratsiya i razvitie etnokul'tur v evraziyskom prostranstve*, vol. 1, no 9, pp. 193–201 (in Russian).
- Tan X., Liang Y., Liu L., Huang Zh., Dang J., Zheng W. (2016) The Effect of Self-Esteem on Corrupt Intention: The Mediating Role of Materialism. *Frontiers in Psychology*, vol. 7 (July), art. 1063. doi: [10.3389/fpsyg.2016.01063](https://doi.org/10.3389/fpsyg.2016.01063)
- Ustinova O. V. (2011) Gotovnost' naseleniya protivostoyat' korruptsii v organakh vlasti [Readiness of the Population to Resist Corruption in Government]. *Proceedings of Higher Educational Institutions. Sociology. Economics. Politics = Izvestiya vysshikh uchebnykh zavedeniy. Sociologiya. Ekonomika. Politika*, no 2, pp. 42–46 (in Russian).
- Vernikov A. V. (2020) “Institutsional'naya lovushka”: nauchnyy termin ili krasivaya metaphora? [“Institutional Trap”: A Scientific Term or a Beautiful Metaphor?]. *Journal of Institutional Studies = Zhurnal institucional'nykh issledovaniy*, vol. 12, no 2, pp. 25–37. doi: [10.17835/2076-6297.2020.12.2.025-037](https://doi.org/10.17835/2076-6297.2020.12.2.025-037) (in Russian).
- Vorob'ev V. P., Murzina I. A. (2020) K voprosu ob ephpektivnom ispol'zovanii sotsiologicheskikh metodov pri analize urovnya korruptsii v obshchestve [On the Question of the Effective Use of Sociological Methods in the Analysis of the Corruption Level in Society]. *University Proceedings. Volga Region. Social Sciences = Izvestiya vysshikh uchebnykh zavedeniy. Povolzhskiy region. Obshchestvennye nauki*, no 3 (55), pp. 92–99 (in Russian).
- Zalivanskiy B. V., Samokhvalova E. V., Polukhin O. N. (2021) Vospriyatie masshtabov rasprostraneniya korruptsii regional'nym soobshchestvom [Perception of the Scale of Corruption by the Regional Community]. *Vlast' = Vlast'*, vol. 29, no 6, pp. 112–117 (in Russian).

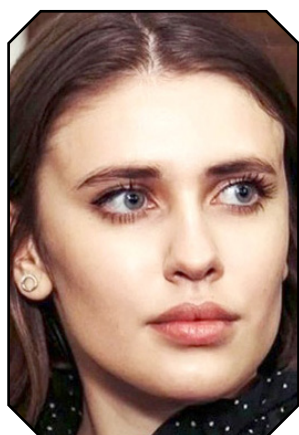
Received: June 4, 2023

Citation: Fedotov D., Inkizhino S., Shkurin D. (2024) Izmerenie korruptsii v Irkutskoy oblasti: sotsiologicheskii podkhod [Measuring Corruption in the Irkutsk Region: A Sociological Approach]. *Journal of Economic Sociology = Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 25, no 3, pp. 123–159. doi: [10.17323/1726-3247-2024-3-123-159](https://doi.org/10.17323/1726-3247-2024-3-123-159) (in Russian).

ДЕБЮТНЫЕ РАБОТЫ

В. О. Калинина

Харизма и повседневность в экономическом поле¹



КАЛИНИНА Валерия Олеговна — студентка ФГБОУ ВО Липецкого государственного педагогического университета имени П. П. Семёнова-Тян-Шанского. Адрес: 398020, Россия, г. Липецк, ул. Ленина, д. 42, корп. 2.

Email: lerakalinina26@yandex.ru

Работа публикуется журналом «Экономическая социология» при поддержке программы «Университетское партнёрство» НИУ ВШЭ.

В 2023 г. по итогам III конкурса научных работ на соискание премии имени Макса Вебера работа Валерии Олеговны Калининой заняла второе место.

Значительная часть рассуждений в контексте категории харизмы Макса Вебера адресована процессам рутинизации и объективации, результатом которых является деперсонализация и потеря революционного характера в содержании первоначально личного качества индивида. Однако существуют примеры пересечения личных и рутинизированных типов, когда, с одной стороны, провозглашаемые идеи являются неординарными и инновационными, но ограничиваются обособленной сферой влияния и не претендуют на статус всеобъемлющих революционных принципов. С другой стороны, сохраняется личный характер, то есть отсутствует деперсонализация, характерная для рутинизированных форм. Возникает ряд вопросов: есть ли здесь место харизме? Уместно ли говорить о повседневном варианте феномена, при этой избегая «безблагодатного» содержания?

Для уточнения тех случаев, когда в противовес сфабрикованному характеру применение категории является допустимым и уместным, необходимо обратиться к генезису повседневной харизмы. Ключевым источником аргументации в статье выступает предложенный К. Кремером вариант модифицированного классического содержания термина в контексте анализа рыночных констелляций. Как следствие, на основании предложенного подхода в сочетании с работами Н. Биггарт, У. Бахмана, Р. Сеннета, Ш. Н. Айзенштадта, П. Бурдьё, С. Тёрнера, А. Бьёнфе и Е. Хорн систематизируется представление о процессе конструирования повседневной харизмы, механизме возникновения отношений подражания и подчинения и способах укрепления легитимности повседневной харизмы. В свою очередь, на примерах «экономического актора» К. Кремера и стратегий розничной торговли брендов класса люкс демонстрируются возможности применения категории «харизма» к случаям, когда слияние экономических и социальных основ предполагает смещение акцента с рациональной мотивации максимизации полезности субъектов хозяйственных отношений.

Ключевые слова: повседневная харизма; изысканный габитус; реперсонализация; аура; повествующая харизма; символический капитал.

¹ Автор выражает благодарность Центру фундаментальной социологии НИУ ВШЭ, организаторам конкурса научных работ на соискание премии имени Макса Вебера профессору В. В. Радаеву, профессору А. Ф. Филиппову и анонимным рецензентам за ценные комментарии по тексту рукописи. Отдельное спасибо научному руководителю автора, профессору ЛГПУ имени П. П. Семёнова-Тян-Шанского Д. В. Катаеву.

Введение

Особенность предметной области экономической социологии предполагает «использование основных концепций и аналитических инструментов социологии для анализа хозяйственных отношений» [Радаев 2002: 23]. Однако при более детальном рассмотрении ключевых проблем нетрудно обнаружить, что сложность структуры хозяйственной мотивации субъектов рынка вызывает вопросы в процессе применения конкретного аналитического инструмента. В контексте анализа рыночных констелляций как предметного поля осуществляемых хозяйственных отношений мы также сталкиваемся с многообразием подходов к определению и концептуализации рынка как такового. В связи с чем исследователь сталкивается с выбором между «экологическим подходом, в соответствии с которым рынок предстаёт как совокупность ниш, занятых разными популяциями организаций; структурным, анализирующим рынок как совокупность сетевых связей между его участниками; неинституциональным, акцентирующим роль правил в функционировании рынка; политико-экономическим, анализирующим роль властных отношений во взаимодействии между участниками рынка; социокультурным, представляющим рынок как культурный конструкт; феноменологическим, определяющим рынок с точки зрения совокупности intersubъективных значений, выработанных его участниками; и политико-культурным, связанным с пониманием рынка как организационного поля» [Радаев 2008а: 24].

В свою очередь, выбирая в качестве единицы анализа экономический субъект хозяйственных отношений, мы обнаружим, что «экономико-социологический подход к хозяйственной мотивации сталкивается с рядом дополнительных трудностей. Оказывается, что наряду с идеальным (ценностным) уровнем мотивации, связанным с принципами действия — более глубокими и устойчивыми предпочтениями, — существует уровень рутинных практик, который выражается в том числе в побуждениях сиюминутного свойства. Выясняется также, что мотивация как внутреннее побуждение человека не тождественна его мотивации-суждению — вербальному объяснению собственных поступков. Человек может не осознавать свои побуждения или быть неискренним. Помимо этого, он склонен к психологическому самооправданию и последующей рационализации совершенных действий, к защите собственной позиции и стремлению произвести более благоприятное впечатление» [Радаев 2008b: 107]. Кроме того, вопрос концептуализации хозяйственной мотивации неразрывно связан с проблемой рациональности субъектов хозяйственных отношений, в рамках которой мы говорим о различных типах рациональности — абсолютной, ограниченной, контекстуальной, а также об иррациональном и нерациональном поведении участников рынка.

Иными словами, экономико-социологический анализ рынка не исчерпывается максимизацией полезности в вопросах мотивации хозяйственных субъектов. Социальные структуры рыночных констелляций способствуют тому, что рациональность субъектов приобретает индивидуальный характер, в связи с чем говорить об универсальной инструментари анализе экономического поведения вряд ли приходится. Как следствие, при обращении к нерутинизированным практикам хозяйственных отношений возникает потребность в применении ранее далёких от экономического поля категорий, эвристически значимым среди которых является понятие «харизма» М. Вебера, поскольку «харизма — это феномен, наделённый аурой экстраординарности, и в этом отношении представляет собой антитезу повседневной жизни, которая в эпоху Вебера характеризуется рационализацией и объективацией» [Kraemer 2008: 63].

В качестве выходящего за рамки шаблонов примера можно рассмотреть поведение Билла Гейтса, чей «харизматический дар включает опыт программирования, предвидение того, куда приведёт разработка персональных компьютеров, хитрости во взаимодействии с юристами IBM при заключении первого крупного контракта для Microsoft, который установил стандарт для отрасли. Всё это создало Гейтсу репутацию пророка и иконы компьютерной индустрии, что предполагало важную роль в жизни

общества» [Samier 2005: 70]. Основной философией организации при создании компании Microsoft было объединение «группы умных людей» [Andrews 2000: 25–26], которые стремились реализовать миссию корпорации — предоставить миру программное обеспечение для компьютеров. Члены образовавшейся группы рассматривали выполнение своих трудовых обязанностей с точки зрения профессионального призвания, вокруг которого выстраивали свой образ жизни: «работали круглосуточно, при возможности спали прямо в офисе (например, на полу под столом), питались нездоровой пищей» [Samier 2005: 71]. Административный персонал состоял не из должностных лиц, подобранных на основе технической подготовки или социальных привилегий, а из представителей корпорации, которые рекрутировались по принципу личных качеств, воспроизводящих «биографию» Гейтса. Это были молодые люди, только что окончившие университет и имеющие исключительные интеллектуальные способности в программировании. Отвергались профессиональная иерархия, карьера, продвижение по службе — любое назначение трактовалось как личный призыв Гейтса к осуществлению конкретной задачи. В первые годы существования компании в ней напрочь отсутствовало материальное стимулирование сотрудников, а заработная плата самого Гейтса была «относительно низкой для руководителя американской корпорации; большая часть его состояния вкладывалась в трастовые фонды и учредительные соглашения» [Samier 2005: 74].

Кейс компании Microsoft во главе с Биллом Гейтсом не является единственным. Стив Джобс, который не только создал лидирующую компанию амбициозных сотрудников и предложил рынку флагманский продукт, но и «во многих отношениях вдохновил целое поколение мыслить нестандартно в новом мире ожидаемых инноваций» [Welch 2014: 5], также относится к тем случаям, когда формирование новых рыночных практик и последующий успех компании имеет смысл рассматривать с позиции харизматического влияния на перспективы и потенциал рынка.

Первоначальное содержание харизмы базируется на теологическом понимании, представленном в Первом послании св. Апостола Павла к коринфянам как результат надления благодатью, источником которой является Святой Дух. Следствием распределения даров Божьих является возникновение христианского строя как харизматической, божественной, противоположной человеческой и, в особенности, правовой организации, поскольку «сущность Церкви духовная; сущность права — мирская» [Зом 2005: 19].

Вводя термин «харизма» в научный оборот, Макс Вебер обращается к этой категории в рамках социологии господства и социологии религии, при этом дополняя мистическое и экстраординарное содержание личной харизмы вариантами рутинизированного и объективированного типов, адаптированных к условиям повседневности [Вебер 2016: 283].

Так, личная харизма является особым экстраординарным и сверхъестественным качеством индивида, позволяющим ему как обладателю внечеловеческого дара, положенного в основу легитимности, считаться «посланцем богов, совершенством и поэтому вождём» [Вебер 2016: 279]. Для Вебера личная харизма является источником формирования харизматического господства, отличительные свойства которого — наличие особой доктрины, миссии лидера, осуществляемой в подвигах и через преодоление кризисов, что является способом подтверждения экстраординарного дара на деле. В результате возникает беспрекословная и личная преданность последователей, базирующаяся на «признании подданными сформулированных идей» [Фреик 2001: 7]. При этом в случае личной харизмы ключевым является масштаб сложившихся кризисных ситуаций и провозглашаемой в ответ на возникшие трудности доктрины, затрагивающей все сферы жизни последователей. Кроме того, в отношении миссии харизматика важным является её «революционный характер, отрицающий ранее принятые устои, когда нормативной базой миссии лидера выступает формула “сказано было... а я говорю вам!..”» [Вебер 2016: 281]. В свою очередь, в рамках социологии религии личная харизма представлена индивидуальными действиями мага, а также этическим и экземплярным типами пророка.

Значимой является неустойчивость и нестабильность личной харизмы. Так, при оформлении существующей эмоциональной связи между лидером и последователями в харизматическую организацию личная харизма неизбежно претерпевает процессы рутинизации и объективации как способ самосохранения, вследствие чего образуются типы наследственной, родовой и должностной харизмы. В случае социологии господства речь идёт о ситуациях, когда возникает «объективная необходимость приспособления организации и штаба управления к нормальным будничным потребностям и условиям руководства» [Вебер 2016: 290]. В случае же социологии религии Вебер обращается к харизме священнослужителя. Производимые трансформации в каждом из типов главным образом обращены к следующим изменениям: во-первых, теряется революционный характер миссии и провозглашаемых идей, «рутинизированная харизма узаконивает существующий институциональный порядок и непрерывное функционирование организованного предприятия — религиозного или политического» [Kojiro 1983: 372]; во-вторых, происходит деперсонализация, когда акцент смещается с личности харизматика на возникшие институты, однако связь с первоначальным источником харизмы всё также выступает основой легитимности.

При обращении к рассуждениям Вебера о харизме в рамках социологии господства можно заметить, что они «гораздо больше дают для исследования превращения харизмы в повседневное явление, чем для анализа её возникновения. Недостатком является прежде всего то, что Вебер раскрывает понятие “харизма”, изначально относящееся к теории религии, исключительно ради объяснения одного типа господства и не учитывает широкого спектра феноменов, к которому оно могло бы применяться. По сути, Вебер исходит из того, что людям приписываются неординарные, сверхъестественные качества <...>. Его не интересуют ни характеристики этих людей, ни подробный анализ ситуаций, в которых происходят подобные приписывания качеств, ни взаимодействия между харизматическими личностями и их сторонниками, ни потребности коллективов, побуждаемых “харизматическим голодом”» [Йоас 2005: 56]. Однако в случае применения категории «харизма» к повседневным условиям (в особенности, далёким от сферы религиозного) становится ясно, что «рутинизированная харизма настолько далека от личной харизмы, что возникает соблазн спросить, харизматична ли она вообще» [Kojiro 1983: 372]. Когда из фокуса внимания исчезает мистический дар, появляются «беспредельно расширительная трактовка харизмы, отождествление этого понятия с привлекательностью для масс или изобретательным юродством» [Geertz 1977: 151; Каспэ 2012: 36]. В результате упоминание харизмы в контексте повседневных феноменов образует «парадокс безблагодатной харизмы» [Каспэ 2012: 36], харизмы «рукотворной, сфабрикованной» [Glassman 1984: 217–234].

Тем не менее существуют примеры, где личные и рутинизированные типы граничат между собой. Во многом такие проявления обращены к сфере экономики, когда, с одной стороны, провозглашаемые идеи или предложенные решения являются неординарными и инновационными, формируют собственную аудиторию последователей, при этом далеки от общепринятых представлений о рациональном, однако ограничиваются обособленной сферой влияния, не претендуют на преодоление кризисов экзистенциального масштаба и способствуют стабилизации установленного социального порядка в целом. С другой стороны, в такого рода феноменах сохраняется личный характер, то есть отсутствует деперсонализация, характерная для рутинизированных форм.

Возникает вопрос: есть ли в подобных «промежуточных» типах место харизме? Если да, то какая она? Как возникает, на основе чего функционирует и чем обоснована её легитимность?

Принимая во внимание тот факт, что в рамках категории «харизма» М. Вебера «исследование усложняется также непрояснённым эпистемологическим статусом, что ведёт либо к “смысловому сжатию”, либо к “размыванию” религиозными, психологическими, политическими, организационно-управленческими и экономическими интерпретациями» [Schluchter 1988: 538]. В дальнейшем, «как утвержда-

ет Клиффорд Гиртц, широкое распространение термина “харизма”, с одной стороны, затушевало его теологическое происхождение, а с другой, способствовало исчезновению присущего ему политического аспекта» [Фрейк 2001: 20]. Как следствие, в настоящее время трактовка харизмы приобретает беспредельно широкое содержание, включая отождествление с резонансом, представленное в новой критической теории Х. Розы [Катаев 2020]. Всё это в значительной мере стирает границы допустимого применения категории. Учитывая, что в отношении методологии М. Вебера «эвристическая ценность социологической классики заключается не в содержательных моментах, которые якобы должны быть релевантными, а в способе постановки проблем» [Катаев 2018: 155]. В настоящей статье предпринята попытка обращения к повседневному типу харизматиков для учёта феноменов, находящихся «между» личной и рутинизированной харизмой. При этом мы стараемся сохранить основные контуры классического содержания социологической категории и избежать её подмены культурно-массовым восприятием «сфабрикованной харизмы».

Повседневная харизма: конструирование и реализация

Исходя из того что, как считает известный экономический социолог Николь Биггарт, «экономический рационализм, хотя и преобладает в настоящее время, не является единственной формой экономического действия» [Biggart 1989: 159], необходимо исследовать «хозяйство и хозяйственные организации как социальную конструкцию» [Радаев, Добрякова 2006: 20]. В работе «Харизматический капитализм» Н. Биггарт обращается к харизме в контексте возможных стратегий внутриорганизационного контроля компаний, то есть «практик и договорённостей, которые, помимо чисто финансовых стимулов работы, поддерживают приверженность и социальный порядок» [Biggart 1989: 127].

Концептуализируя существующее многообразие механизмов контроля в соответствии с организационными особенностями различных компаний, Н. Биггарт выстраивает аналитическую систему возможных стратегий на основе идеальных типов господства М. Вебера, в рамках которой харизма выступает формообразующей единицей подхода к организации контроля в компаниях, специализирующихся на прямых продажах. Такие организации отличаются особым «идеологическим и душевным опытом» [Biggart 1989: 134], а также «дают полную свободу личным амбициям» [Biggart 1989: 159], в связи с чем речь идёт о разрыве рутинизированных шаблонов экономических действий, что требует индивидуального учёта потенциальных рисков при выборе механизма социально-экономического контроля.

Основой для выбора стратегий выступает логика организационной структуры. Так, сфера прямых продаж рассматривается Н. Биггарт как альтернатива бюрократическим отношениям, представленным в книге У. Уайта «The Organization Man» («Человек организации»), поскольку прямые продажи «безусловно, являются капиталистическими предприятиями, но это не корпоративный капитализм того типа, который доминирует в американской экономике» [Biggart 1989: 8]. В центре внимания предприятий нового типа капитализма находится лидер, который за счёт компетенций и личных качеств способен вдохновить всю команду. Зачастую эмоциональность, присущая руководителю, придаёт организациям культовый характер, поскольку «в то время как бюрократические фирмы стремятся исключить нетрудовые социальные отношения, чтобы контролировать работников, задача индустрии прямых продаж иная — получение прибыли противоположным образом, а именно путём создания социальных сетей, служащих целям бизнеса» [Biggart 1989: 10]. Социальные сети, в свою очередь, предполагают устойчивую корпоративную культуру, которая приобретает формат мировоззрения и не ограничивается вопросами исключительно трудовых отношений, но включает миссию организации и личный рост каждого сотрудника. При этом внутри организации формируется не традиционная для бюрократии «фирма» работников, а община, объединённая и заинтересованная как в успехе компании, так и в личном продвижении и реализации каждого. Основой для формирования корпоративной культуры и внутриорганизационного сообщества выступает идеология компании, которая поддерживается убежде-

ниями: «Все бизнес-организации, конечно, основаны на убеждениях, часто просто на экономической идеологии эффективности и прибыли. Однако прямые продажи включают систему субстантивных или ценностных убеждений. Обычно она принимает форму веры в моральную добродетель предпринимательства, иногда в сочетании с идеологией, связанной с продуктом, которую отстаивает лидер» [Biggart 1989: 12]. В результате Н. Биггарт оценивает новый вид капитализма как харизматический, поскольку «преданные своему делу дистрибьюторы воспринимают свою работу как высшую форму образа жизни, включающую политические ценности, социальные отношения и религиозные убеждения. Всё это даёт не только работу, но и мировоззрение, сообщество единомышленников и самоощущение. Эти характеристики делают индустрию прямых продаж особенно хорошим инструментом для изучения взаимопроникновения экономических действий и социальных отношений в современном обществе» [Biggart 1989: 12]. Как следствие, новый вид капитализма требует формирования индивидуального подхода к внутриорганизационному контролю, поскольку «прямые продажи не только отличаются, но и нарушают многие из наиболее принятых сегодня постулатов управленческой практики» [Biggart 1989: 4], а традиционные бюрократические механизмы не способны учесть особенности иной логики организации.

Таким образом, Н. Биггарт рассматривает три ключевых элемента харизматического контроля в организации:

- «создание нового себя» [Biggart 1989: 137], что является вариантом спровоцированной внутренней трансформации сотрудников и включает самосовершенствование, стремление к идеалу компании, учёт идеологии, лидерский характер руководства, а также механизмы внутриорганизационной стратификации, на основании чего руководитель формирует систему вознаграждений в контексте существующих идей компании;
- «празднование вступления в группу» [Biggart 1989: 149], что является механизмом регулирования контакта членов организации с внешней средой и включает формирование «института полноты», удовлетворяющего значительную часть имеющихся потребностей членов организации внутри самой компании, развитие интенсивных связей в рамках однородных подразделений с характерным формированием идентичности, внимание к групповым усилиям и совместной работе, а также восприятие организационных собраний компании в качестве ритуала;
- «требование заинтересованных сторон» [Biggart 1989: 154], в рамках чего акцент смещён на существующие материальные и социальные инвестиции членов организации.

Предложенная аналитическая схема действительно во многом отражает содержательные особенности харизматического типа организаций, однако её элементы рассматриваются исключительно в контексте внутриорганизационного контроля, в рамках которого компания отождествляется с тотальным институтом, что во многом обуславливает заинтересованность в избирательности связей с внешним миром и формирование регулятивных механизмов по ограничению контактов с окружающей средой.

Соглашаясь с позицией Н. Биггарт относительно существующих процессов слияния экономических и социальных структур, формирующих организации с иной логикой капитализма, отличных от традиционных рациональных бюрократических принципов, а также разделяя мнение о характере компаний, в основе которых заложен принцип веры в личные и профессиональные компетенции руководителя, формирующего вокруг себя идеологическое сообщество с чётко обозначенными миссией и убеждениями мировоззренческого масштаба, считаем необходимым, во-первых, уточнить видеоизменённое содержание категории «харизма», допустимое при анализе повседневных, в том числе экономических,

феноменов; во-вторых, рассмотреть основания возникновения харизматических рыночных практик за пределами организационной структуры.

Начать необходимо с того, что в общем виде «феномен харизмы диаметрально противоположен современному обществу с его дифференцированными сферами и порядками» [Bachmann 2021: 143], поскольку харизма является личным феноменом, основанном на конкретных экстраординарных качествах её носителя, в то время как логика современных порядков основана на безличном характере. В тех случаях, когда харизма находит проявления в условиях современных порядков, её последствия оказывают разрушительную и дестабилизирующую функции на сложившиеся структуры, поскольку подлинная харизма является «великой революционной силой» [Вебер 2016: 283], угрожающей сложившейся стабильности социального порядка. Кроме того, иррациональность и эмоциональность харизматического напряжения противоречит легально-рациональному господству современности в условиях дифференцированных обществ.

Тем не менее представленный подход позволяет уточнить содержание феномена харизмы, освободив её от экстраординарного мистицизма [Bachmann 2021: 144] и в дальнейшем расширив перспективы обращения к харизме как к феномену повседневной жизни, выявить в харизме потенциально значимую функцию стабилизации в логике современных порядков.

Согласно концепции «светской харизмы» Ричарда Сеннета [Sennet 1983: 341] и подходу Шмуэля Н. Айзенштадта к харизме как свойству повседневной жизни [Eisenstadt 1968: 201], следует различать два типа харизматиков — внеповседневный и повседневный. Второй тип предполагает феномен, интегрированный в рутинизированные практики, представленный конкретным качеством, носитель которого обеспечивает стабилизирующую функцию социального порядка за счёт осуществляемых инновационных практик. Отличительной чертой повседневного типа харизмы выступает проявление в кризисных повседневных ситуациях, не связанных исключительно с «экзистенциальной незащищённостью» [Bachmann 2021: 154], но предполагающих риск и потенциальные негативные последствия неверных решений. «Поиск смысла, последовательности и порядка — это не всегда нечто экстраординарное, существующее только в экстремальных разрушительных ситуациях» [Eisenstadt 1968: 85].

Функционирование повседневной харизмы выстраивается на основе внесения инновационных повседневных практик в сложившееся институциональное поле, вследствие чего «харизматические атрибуции не составляют контраста со специфически современной рациональностью; скорее, последователи основывают свою мотивацию покорности на вере в то, что повседневный харизматик принимает правильные и рационально оправданные решения» [Bachmann 2021: 155]. При этом область и сфера влияния повседневного харизматика является ограниченной и не предполагает «никаких тотализирующих принципов» [Bachmann 2021: 154]. В то же время отношения между лидером и последователями не требуют безусловной преданности, как в случае личной харизмы, а лишь касаются выбора решения в рамках трансформированного видения конкретного объекта, целей и вариантов их достижения.

Необходимо подробнее остановиться на механизме, благодаря которому образуется связь между лидером и аудиторией. Как говорилось ранее, ключевым является изменение в видении перспектив. Так, харизматик, согласно Стивену Тёрнеру, своей смелостью изменяет ожидания аудитории относительно возможностей или вероятностей различных исходов. Поскольку потенциальные возможности могут быть раскрыты исключительно действием, внутренняя трансформация аудитории, «когнитивные изменения» [Turner 2003: 16], представленные переосмысленным видением перспектив, являются следствием инновационных практик повседневного харизматика.

Кроме того, выход за рамки ранее допустимого, пусть и не в формате революционных и радикальных действий, предполагает оценки потенциальных рисков при недостатке соответствующего опыта, что

ведёт к их лёгкой трансформации под влиянием новых факторов. Попытки укрепления воззрений, в свою очередь, апеллируют к сложнодоступным и бесплатным каналам информации. Как следствие, оценки оказываются «социально сильными по своему воздействию, но тем не менее хрупкими, поскольку опираются на небольшой непосредственный опыт и, следовательно, очень восприимчивы к новым фактам» [Turner 1993: 246]. Иными словами, недостаток информации у аудитории (в особенности, в рамках области, доступ к информации в которой требует значительных усилий) выступает значительной ресурсной базой для возникновения повседневного харизматика.

Связь между харизматиком и аудиторией, в свою очередь, достигается двумя способами:

- если инновационное действие воспринято аудиторией как успех, господствующие ранее представления о возможном стираются, возникают новая перспектива и рамки допустимого, вследствие чего аудитория приобретает изменённое видение конкретной области и неординарную стратегию для реализации желаемого. Иными словами, одним из вариантов связи между повседневным харизматиком и аудиторией является подражание инновационным действиям;
- если действия лидера не могут быть имитированы последователями, изменение касается тех возможностей, которые могут быть реализованы благодаря авторитету лидера. Потенциальный последователь видит, что желаемые результаты, ранее считавшиеся недостижимыми или выходящими за установленные пределы перспектив, являются достижимыми, но только при условии послушания, и его рациональная реакция заключается в том, чтобы придерживаться предложенной стратегии поведения.

Конструирование повседневной харизмы во многом связано с концепцией П. Бурдьё о символическом капитале, поскольку он, как и харизма, «функционирует на основе восприятия другими людьми» [Bourdieu 1987: 257]. Восприятие же формируется за счёт устоявшейся в обществе «культурной валюты», которая, в конечном счёте, отсылает к габитусу социально доминирующей группы, формирующему образцовый для представителей иных социальных групп образ жизни. Таким образом, повседневный харизматик представляется носителем «изысканного габитуса, который обладает ауратической силой культурного превосходства благодаря демонстративному отличию от профанированного массового вкуса» [Крамер 2002: 182]. Такого рода сила культурного превосходства позволяет производить оценки, «классификационные сетки» [Крамер 2002: 181], легитимность которых обусловлена существующей в обществе иерархией. При этом признание непривилегированными слоями предложенных оценок повседневных практик производит стабилизирующее воздействие на сложившийся социальный порядок. «Практически любая статусная стратификация тесно связана с харизмой. По мнению Э. Шилза, распределение обществом почтения к различным профессиям также отражает степень харизматической связи каждой профессии» [Kojiro 1983: 376].

Кроме того, наличие «изысканного габитуса» с характерной для него аурой желанного, аутентичного, неординарного и отчасти недоступного не всегда является следствием принадлежности к привилегированному классу, поскольку в рамках повседневной харизмы существует ряд механизмов, способствующих его конструированию. При этом эффект «изысканного габитуса» может быть достигнут демонстрацией себя, выдвигаемых идей и предпринимаемых решений как особых, наделённых ауратической силой предпринимаемых инновационных действий и соответствующих результатов в сочетании с наблюдениями аудитории за естественным ходом событий, биографией и карьерой повседневного харизматика.

Таким образом, обращение к повседневной харизме предполагает лидеров, обладающих «изысканным габитусом», силой инновационного превосходства в рамках конкретной ограниченной области, наделённых личным качеством, позволяющим вносить легитимные «классификационные сетки», не-

ординарные решения и оценки рисков в уже заданных условиях повседневных практик, тем самым поддерживая стабильность социального порядка в целом. Значимость «изысканного габитуса» повседневного харизматика заключается в том, что такой габитус «считается связью с некоей центральной чертой существования человека и космоса. <...> Центральность определяется формирующей силой в инициировании, создании, управлении, преобразовании, поддержании того, что является жизненно важным в жизни человека» [Shils 1965: 201]. При этом «космос» выступает отражением субъективно значимой локальной сферы социальных отношений.

Одним из примеров повседневного типа харизматиков является «экономический актор», представленный К. Кремером, согласно которому обращение к социальным основам функционирования рынков обусловлено тем, что, с одной стороны, в рамках экономического поведения существует ряд определённых ожиданий, набор алгоритмов и способов действия, что делает процесс выбора и принятия экономических решений более управляемым [Kraemer 2008: 63]. Систематизируя подходы М. Грановеттера, Г. Беккера и Р. Сведберга, Кремер оценивает наличие рутинизированных ожиданий и реакций как необходимых «для принятия экономических решений, особенно, в условиях неопределённости» [Kraemer 2008: 63]. С другой стороны, сталкиваясь с новыми вызовами, экономические субъекты зачастую образуют уникальные модели поведения. Как следствие, анализ неординарных практик предполагает выход за рамки сложившихся рутинизированных шаблонов. Доверие кредиторов, поставщиков и клиентов, первопроходцы рынка, инновационные продукты, привлечение потенциальных инвесторов — это лишь ограниченный набор проблем, требующий учёта социальной составляющей функционирования рынка.

Также необходимо отметить, что К. Кремер, обращаясь к категории «экономический актор», во многом ссылается на социально-экономическое значение и функции субъектов предпринимательской деятельности Й. Шумпетера. Прежде всего, речь идёт об инновационном характере действий предпринимателя, чья функция заключается в том, чтобы «реформировать или революционизировать структуру производства, используя либо изобретения, либо, в более общем смысле, ещё не проверенные технические возможности для производства нового товара или старого товара новым способом, либо открытие нового источника сырья или нового рынка, либо реорганизацию отрасли и т. д.» [Schumpeter 2005: 214]. Иными словами, существенным является факт преобразования имеющихся структур и, как следствие, возникновение новых экономических перспектив. Кроме того, предприниматель и у К. Кремера, и у Й. Шумпетера неразрывно связан с понятием «лидерство», когда в центре внимания оказывается не только конкретный результат трудовой деятельности, но и влияние на команду единомышленников, а также на восприятие потенциальных возможностей участниками рынка в целом. Это качество принципиально отличает предпринимателей-харизматиков от успешных менеджеров высшего звена. Однако критическая экспликация К. Кремера направлена на то, что, отрицая идею исключительно рационального поведения предпринимателя в смысле использования наиболее эффективных средств для достижения определённых целей, особенно в конкретных ситуациях принятия решений, в которых его функция как лидера и новатора особенно необходима, Й. Шумпетер ссылается на талант предпринимателей-провидцев, которые «созидают, потому что не могут поступить иначе» [Schumpeter 1997: 138]. Й. Шумпетер «не приводит никаких доказательств социологического объяснения того, почему венчурные капиталисты или деловые партнеры должны верить в бизнес-план, который не был протестирован и чьи риски не могут быть оценены с какой-либо степенью надёжности» [Kraemer 2008: 70], в связи с чем К. Кремер, «для того чтобы объяснить эту веру более социологически правдоподобным образом» [Kraemer 2008: 70], с одной стороны, заменяет категорию «предприниматель» на понятие «экономический актор», тем самым демонстрируя преимущественно социальные основы предпринятого анализа рынка, сохранив при этом ключевое содержание термина Й. Шумпетера, что позволяет внести уточнение в характер реализуемой деятельности. С другой стороны, Кремер обращается к эвристически значимой концепции харизмы в видоизменённом для рыночных практик формате.

При адаптации харизмы к хозяйственным условиям для анализа рыночных констелляций прежде всего изменяется содержание кризисного положения, позволяющего сформироваться личному качеству предпринимателя: «О радикально непредвиденных ситуациях принятия решений можно говорить не только тогда, когда “нормальная” неустраиваемая случайность ситуаций действия не только возрастает до неизмеримой степени, но прежде всего когда до этой степени возрастают испытанные пути принятия решений и модели действий, которые ранее считались нормальными» [Kraemer 2008: 70]. Кроме того, экономический анализ при помощи категории «харизма» предполагает смещение акцента с уникального дара предпринимателя на перспективы социальных отношений между харизматиком и последователями, поскольку «вера в дальновидные идеи для создания перспективных продуктов, с помощью которых новые рынки могут быть использованы с прибылью, является результатом процесса социальной атрибуции экономических субъектов» [Kraemer 2008: 71]. Ключевым в указанном типе отношений становится механизм убеждения последователей в том, что «экстраординарный рыночный или доходный потенциал, ранее считавшийся недостижимым или реализуемым только с включением необоснованных рисков, может быть осуществим» [Kraemer 2008: 71]. Иными словами, говоря о повседневном харизматике в рыночных условиях, необходимо учитывать, что экономический субъект должен иметь инновационное видение «выгодных возможностей для действий и предлагать их потенциальным последователям» [Kraemer 2008: 71]. При этом не всегда новый инновационный продукт или решение имеют отношение к харизматическому проявлению актора: «Инновация становится экстраординарным событием только тогда, когда ранее действовавшие концептуальные представления о прибыльных рыночных практиках пересматриваются и заменяются совершенно новыми концептуальными представлениями» [Kraemer 2008: 72]. Как следствие, для успешной трансформации взглядов последователей на возможности рынка харизматик должен предоставлять инновационные продукты в «удачных условиях», в том смысле, что потенциальные сторонники должны верить в возможность реализации видения харизматика. Кроме того, они должны быть готовы изменить свои прежние рискованные ожидания и привести их в соответствие с рыночными пророчествами носителя харизмы» [Kraemer 2008: 72]. При этом решения последователей не всегда обоснованы исключительно рыночными интересами, поскольку ряд экономических акторов может выступать в роли «сценических предпринимателей, чья продукция обещает “лучший вкус”, “аутентичную эстетику” или “более справедливый мир”» [Kraemer 2008: 72]. В итоге ключевым условием является наличие устойчивой веры в то, что предложенные решения и потенциальные результаты могут быть реализованы исключительно за счёт следования и подражания действиям предпринимателя-харизматика. В дальнейшем устойчивость и стабильность отношений между лидером и последователями зависят от того, насколько предпринимателю удастся позиционировать свои действия как необходимые в долгосрочной перспективе. Способствовать сохранению или разрушению харизматической связи могут реальные показатели рынка, поскольку если «действия носителя харизмы увенчаны экономическим успехом, харизматические атрибуты также приобретают стабильность. В то же время со стороны сторонников растёт готовность следовать за носителем харизмы в его переоценке рисков и подчиняться своей рискованной практике» [Kraemer 2008: 73].

Таким образом, экономический актор в роли повседневного харизматика ограничивается областью влияния на последователей. При этом транслируемые актором идеи не предполагают разрушение системы рынка в целом, а лишь предоставляют инновационные решения и продукты, что ведёт к изменению представлений о допустимых и успешных рыночных практиках, позволяющих реализовать ранее недостижимые или рискованные результаты, это в конечном счёте оказывает стабилизирующий эффект на экономику в целом. В свою очередь, действия харизматика так или иначе затрагивают кризисные рыночные ситуации, масштаб которых не является всепоглощающим, однако претендует на решение проблемы поиска смысла и упорядоченности, ответом на что выступает транслируемое через инновационные действия изменение в видении аудитории. В свою очередь, возникновению отношений подчинения и подражания между последователями и харизматиком способствует наличие «изысканно-

го габитуса», что позволяет позиционировать инновационные решения и продукты не только с точки зрения экономической прибыли, но и с позиции особого, аутентичного предложения — стать частью ограниченного сообщества предпринимателей с отличительными рыночными практиками. «Харизма создаёт видимость величия или грандиозности людей в сконструированном мире, делает их таких людей желанными, помещает их за пределы человеческих и естественных пропорций, вдохновляет зрителя и читателя на подражание» [Jaeger 2011: 18]. Реальные показатели эффективности и «лучший вкус» предложения, продукта или рекомендации являются частью проекции, необходимой для развития повседневной харизмы в контексте рынка. А факторами формирования проекции, помимо демонстрации текущих результатов, может выступать как принадлежность к привилегированному классу, так и повествование о тернистом пути становления и реализации повседневного харизматика.

Эстетика повседневной харизмы: реперсонализация, аура и повествование

Несмотря на характер повседневной харизмы и свойственную ей десакрализацию, такая харизма отличается особой аурой, способствующей возникновению связи подчинения и подражания.

Этимология понятия «аура» имеет прямое отношение к теоретическому осмыслению искусства. Наиболее распространённое определение термина принадлежит немецкому философу искусства и эстетики В. Беньямину: «Уникальное ощущение дали, как бы близок при этом рассматриваемый предмет ни был» [Беньямин 1996: 81]. В работе «Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости» Беньямин раскрывает концепцию ауры через качества недоступности, уникальности и подлинности, при этом противопоставляя её механистическому способу воспроизводства искусства: «Очищение предмета от его оболочки, разрушение ауры представляют собой характерный признак того восприятия, у которого чувство однотипного относительно ко всему в этом мире настолько выросло, что оно с помощью репродукции добывается однотипности даже от уникальных явлений» [Беньямин 1996: 82].

Отметим, что значимым в контексте концепции ауры является то, что «существует она только в сознании наблюдателя; воображение создаёт ауракратическое представление и проецирует на человека или предмет, который этот образ вдохновил» [Jaeger 2011: 19]. В дальнейшем анализе обращение к понятию «аура» предполагает проекцию личного качества на осуществляемые лидером действия и на символический продукт, то есть ту область воздействия повседневного харизматика на последователей, благодаря которой он, согласно классическому определению М. Вебера, может считаться «посланцем богов, совершенством» [Вебер 2016: 279]. «Аура — это способность вызывать эмоции; она проистекает из личной харизмы или таинственности харизматического мира» [Jaeger 2011: 32].

В свою очередь, «харизматическая связь — это узы очарования, сформированные путём возбуждения надежд, ожидания, веры и благоговения. Таким образом, харизма действует на уровне, который включает прежде всего воображение сообщества, его желания, фантазии и страхи» [Horn 2011: 11]. Опять же важен двойственный характер классического содержания категории харизмы М. Вебера, когда личное качество выступает в роли индивидуального экстраординарного дара и в то же время является проекцией, созданной взглядом последователей, благодаря чему лидер считается наделённым сверхъестественной силой. Иными словами, формирование особой ауры достигается игрой воображения, естественным процессом создания образов для персоны повседневного харизматика. Речь идёт о реперсонализации, характерной в большей мере для должностной харизмы, поскольку первоначальная личная харизма принципиально нестабильна, её существование находится под угрозой, а рутинизация приводит к разрушению личной харизмы, когда аура необычного и исключительного традиционизируется или легализуется и полностью погружается в повседневную жизнь. Однако возникает альтернатива, способная обеспечить легитимность, — должностная харизма как форма трансформации личной.

Тем не менее любому институту угрожает процесс бюрократизации, поскольку за оформлением должностной харизмы как объективации следует деперсонализация, потеря связи с источником подлинной харизмы, необходимой для легитимации господства — «харизма больше не является частью квалифицированного человека, а лишь часть безличного института» [Bienfait 2006: 306], вследствие чего попытки стабилизации приводят к потере харизматического представительства вообще.

В контексте религиозного господства, согласно А. Бьёнфе, для возрождения уверенности в гарантиях благодати необходима реперсонализация должностной харизмы как способ её укрепления через «придачу ауры сакральности церковной должности» [Bienfait 2006: 307], демонстрацию связи с источником подлинной святости. В католической церкви реперсонализация представлена бонификацией и канонизацией, благодаря которым происходит объединение подлинной личной харизмы и должностной в рамках одного института благодати, присвоение сакральной ауры и харизматического напряжения, экстраординарных квалификаций личности всему предприятию.

Тем не менее предложенная концепция реперсонализации уместна и при обращении к повседневному типу харизматиков, когда нет потребности демонстрации связи с истинным источником харизмы, поскольку деперсонализация отсутствует, однако актуальным остаётся формирование особой ауры как вокруг самого харизматика, так и в контексте выдвигаемых им идей и решений при помощи «искусства выходить за пределы природы, оставаясь при этом в пределах человеческих возможностей» [Jaeger 2011: 18]. Речь идёт о формировании образа и связанного с ним нарратива, поскольку «харизма — это не столько состояние, сколько процесс или путь: подъем человека от безвестности к всеобщему признанию и популярности» [Horn 2011: 11]. Как следствие, механизмом укрепления легитимности выступает повествование, история харизматического субъекта, способная сформировать у потенциальных последователей проекцию инновационного, желанного, но отчасти недоступного, аутентичного образа в рамках ограниченной сферы. При этом существуют различные механизмы в формировании эстетики харизматика, начиная от художественных средств литературы, живописи, кинематографии и заканчивая публичными выступлениями, акциями, спонсированием и любым «удачным» упоминанием имени повседневного харизматика. Общим является следующее: «Подобно театральной роли, харизма должна быть исполнена» [Horn 2011: 11]. Именно такие механизмы включены в деятельность повседневного харизматика и неразрывно сопровождают предложенные им инновации.

В то же время, поскольку сфера влияния повседневного харизматика не является всеобъемлющей, а предполагает обращение к узкому, специализированному кругу вопросов с ограниченным позиционированием неординарных компетенций, критерии формирования ауры и образа, повествования о харизме не являются универсальными, подбираются и уточняются от сферы к сфере, от аудитории к аудитории. Такой антитоталитарный характер повседневной харизмы также во многом связан с дифференцированными социальными порядками, в каждом из которых господствует собственная «культурная валюта».

Наиболее показательными в контексте легитимности повседневной харизмы являются рыночные стратегии розничной торговли брендов класса люкс, поскольку основой для «изысканного габитуса» во-первых, выступает принадлежность компаний к привилегированному классу производителей в сфере дизайнерской одежды, что уже способствует влиянию на «культурную валюту» в заданной нише; во-вторых, отличительной чертой люксовых брендов является собственная идеология и философия, повествование о которых наблюдается в каждом решении креативных директоров, начиная с аутентичных рекламных кампаний, показов, интервью и иных публичных заявлений о бренде и заканчивая элементами розничной торговли, отношением к клиентам и «атмосферой» бутиков: «Стратегия люксового ритейла использует магические и эстетические принципы внутри и вне магазина для достижения этих целей» [Dion, Arnould 2011: 513]. Именно сочетание премиальной цены, создающей образ

продукта, доступного не каждому потребителю, инновационных дизайнерских решений и формирование вокруг них нарратива с собственной идеологией, в которых наблюдается «исполнение харизмы», образует харизматическую проекцию бренда в глазах потенциальной аудитории.

В контексте люксовых брендов особенно важно отметить способность повседневной харизмы к процессам объективации. В процессе реализации повседневной харизмы, источником которой первоначально является актер (будь то предприниматель или креативный директор), при успешном внедрении инновационных экономических решений возникает эффект «харизматизации рыночного продукта» [Kraemer 2008: 74]. Иными словами, осуществляется «перенос» свойственных актору неординарных компетенций на конечный результат, продукт в любом его виде — от общих рекомендаций для предпринимателей и изменений в видении рынка до операционной системы, бренда и флагманского товара.

Кроме того, конструирование нарратива осуществляется в рамках уже сложившихся условий, канонов и не предполагает разрушения фундаментальных устоев той области, в которой харизматиком было предпринято инновационное решение, что ещё раз подчёркивает стабилизирующую силу повседневной харизмы. Так, повествование об истории брендов выстраивается в контексте «традиционных представлений о том, что роскошь кодирует редкость, дефицит и высокое соотношение эстетической ценности к цене, взаимодействуя с новыми идеями о подлинности как свойстве роскошной ауры» [Dion, Arnould 2011: 504]. «Такие бренды, как Vuitton, Dior и Chanel, связали традиционную легитимность, основанную на ремесленном мастерстве и ноу-хау, с харизматической легитимностью, основанной на исключительной харизматической личности — художественном руководителе, разрабатывающем дизайн продукции» [Dion, Arnould 2011: 503].

Логика повествования и исполнения харизмы апеллирует прежде всего к наиболее доступным и осязаемым элементам взаимодействия с потенциальной аудиторией. В случае брендов это эксклюзивные показы мод, которые сопровождаются интервью непосредственных создателей, креативных директоров. Кроме того, метафорический контекст повседневной харизмы как театральной роли находит проявления в каждом элементе повествования: «Стратегия розничной торговли класса люкс собирает и распространяет идеологию красоты через содержательную и коммуникативную инсценировку, посвящённые художественным достоинствам креативного директора, проверку этого видения в модных показах, увековечивание прошлых творений, демонстрацию взаимных отношений с миром искусства и использования аппарата музейной экспозиции» [Dion, Arnould 2011: 513]. Отметим также, что исходной точкой эстетического повествования является наименование должности креативного директора в наиболее узнаваемых брендах (Vuitton, Dior и Chanel), где привычный для дизайнеров «кутюрье» заменен на титул художественного руководителя. Такое решение несёт значительные последствия для дальнейшего повествования, поскольку предполагается, что любой результат деятельности художника при условии, что он признан сторонними наблюдателями таковым, является произведением искусства. «Художник способен превратить любой объект в произведение искусства силой своего имени, обусловленной его признанием как творца, что, в свою очередь, пронизано верой в подлинность таланта создателя» [Dion, Arnould 2011: 507].

Центральным звеном нарратива, как говорилось ранее, является эксклюзивный модный показ, имеющий особый символический статус ритуала, что, с одной стороны, отражено в подготовке и установленном церемониальном протоколе, а с другой, предстаёт кульминацией личного «повествования» художественного руководителя, «освящением, легитимирующим творца и его творения» [Dion, Arnould 2011: 508].

При подготовке к показу как части нарратива у харизматика нет права на ошибку. «Эти творения создаются вручную, по индивидуальным меркам, без предварительной сборки. Это свободная форма,

дающая художнику возможность выразить свою сущность и сформировать престиж бренда» [Dion, Arnould 2011: 507].

Публичное посвящение в полной мере направленно на зрелищное измерение. «Постановка, актёры (самые неестественные модели), знаменитые зрители, декор, сценография и драматургия (длительный период ожидания, визуальные и слуховые эффекты)» [Dion, Arnould 2011: 508], то есть формат показа мод, отвечает всем необходимым требованиям «исполнения» харизмы бренда как театрального представления для заигрывания с воображением аудитории, воздействия на него и, как следствие, для возникновения харизматической связи. Зачастую демонстративный визуальный ряд дополняется вступительными или же заключительными интервью, публичными выступлениями самих художественных руководителей. Они также выполняют свою роль в механизме повествования как личной харизмы дизайнера, так и объективированной харизмы бренда в целом, поскольку в большинстве своём содержательно адресованы к истории создания коллекции, к тем трудностям и издержкам, с которыми пришлось столкнуться в период подготовки показа. Так формируется вербальный персонализированный нарратив внутри визуального объективированного нарратива, что усиливает эффект подлинности эстетического содержания повседневной харизмы. Креативный директор Dior Мария Граци Кьюри после шоу-показа в июле 2021 г. во время интервью оценила подготовку «публичного просвещения» в условиях пандемии следующим образом: «Наверное, за все годы своей карьеры я не вела переговоры с таким количеством людей, как в этот период... Дни напролёт проводила на телефоне, была занята перепиской и встречами в Zoom. Все наши сотрудники работали удалённо, поэтому изображения готовых изделий мы пересылали и обсуждали в WhatsApp, примерки проводили там же, а это ситуация из ряда вон! Но я запомнила это время как очень продуктивное. Мы горели желанием найти способ реализовать задуманное. Джулия и Люсия Стараче из Le Constantine Fondazione специально для нас открыли производство. Хореограф Шарон Эяль сразу прилетела в Италию и, прежде чем приступить к работе, послушно провела на карантине 10 дней. Композитор Паоло Буонвино, с которым мы познакомились в Риме, хотя прежде никогда не имел опыта оформления модного шоу, тоже согласился присоединиться к нам. А съёмки видео о проекте взял на себя Эдуардо Винспире — автор документальных фильмов о традициях Апулии. Первоначально шоу планировали сделать открытым для всех и провести его в формате городского праздника, традиционного для юга Италии. Пандемия внесла коррективы: шоу прошло с минимальным количеством приглашённых. Но благодаря Маринелле Сенаторе площадь всё-таки украсила иллюминация с феминистскими лозунгами из ярких огней, грянул оркестр, а местные жители смогли увидеть показ из окон своих домов и онлайн — вместе более чем с 20 миллионами зрителей по всему миру. Это был настоящий триумф всех тех, кто трудился над проектом и сделал невозможное. Конечно, для дизайнера каждое шоу особенное, но, признаюсь, эти эмоции я не забуду. Никогда в жизни не переживала ничего подобного — такого порыва единения!» [Губина 2021].

Кроме того, механизмы повествования задействуют и прочие элементы, которые, в конечном счёте, будут способствовать созданию необходимых образа, ауры и «последкусия». В официальных исторических бутиках существует ряд художественных решений, отсылающих к образам и символам создателей брендов: «В магазине Dior на авеню Монтень используется несколько архитектурных приемов, отсылающих к Кристиану Диору. Большие окна выходят на видео с его виллы в Нормандии, а портрет Кристиана Диора работы Бернара Бюффе находится в центре самого бутика. Аналогично ювелирный магазин Chanel на Вандомской площади был построен вокруг вопроса: “В каком интерьере жила бы сегодня мадемуазель Шанель?” Аура Коко Шанель присутствует повсюду благодаря портретам, воссозданию её гостиной и личным предметам» [Dion, Arnould 2011: 509]. Реализация харизмы бренда затрагивает и деятельность розничных продавцов, которые в обязательном порядке проходят длительное обучение по истории бренда и его основателям: «Продавцы должны знать всё о Кристиане Диоре: откуда он родом, чем занимался, кем был, что ему нравились ландыши... Они должны быть пропитаны его мечтой» [Dion, Arnould 2011: 509]. Все использованные приёмы и механизмы направлены на созда-

ние ауратических связей между покупателями, персоналом и самим брендом, за счёт чего формируется необходимая для поддержки легитимности повседневной харизмы проекция «изысканного габитуса».

Можно заключить следующее: обращая внимание на двойственный характер классического содержания харизмы и смещая акцент на значимость проекции в процессе возникновения харизматической связи, необходимо отметить механизм реперсонализации и повествования при насыщении «изысканного габитуса» необходимой харизматической аурой аутентичного, инновационного и желанного. Однако возможность и эффективность применения таких механизмов напрямую зависит от реальных результатов, от реализации заявленного инновационного видения на деле. В противном случае представленный нарратив действительно может свидетельствовать о сфабрикованной харизме.

Стоит также отметить, что механизм повествующей харизмы характерен для значительной части феноменов, которые можно отнести к повседневному типу харизматиков. Представленные в начале статьи примеры инновационных решений и осуществлённых трансформаций аудитории Билла Гейтса и Стива Джобса так или иначе затрагивают биографию и карьерный путь каждого, смещая акцент с конечного результата на историю становления, восхождения и создания «харизматичного» продукта, что даёт право говорить о механизме повествования как о способе укрепления легитимности повседневной харизмы, однако лишь при наличии реальных результатов, то есть, иными словами, предмета повествования.

Заключение

При рассмотрении повседневной харизмы в центре внимания находится актор, обладающий «изысканным габитусом» харизматика, в рамках которого мистическое содержание «дара» сменяется внесением инновационных практик, что также является составным элементом миссии, ответом на кризисную ситуацию, спасением, однако не в масштабах мирового устройства и универсальных принципов, а в контексте локального решения не менее значимых для повседневности вопросов — поиска смысла и порядка в рамках ограниченной сферы. Как следствие, область влияния повседневного харизматика является ограниченной.

Внесённые инновационные практики, в свою очередь, при успешном «публичном освещении» способствуют возникновению харизматической связи между лидером и аудиторией, трансформации последователей через когнитивные изменения в видении перспектив и восприятии рисков. Результативность инновационных действий способствует расширению оценок потенциала конкретной сферы, в связи с чем в контексте «изысканного габитуса» повседневного харизматика возникает элемент «культурной валюты», возможности вносить «классификационные сетки» относительно оценок локальных явлений. Результатом трансформации восприятия последователей может стать подражание инновационным действиям харизматика, либо же личная преданность в случае, если имитация невозможна. При этом личная преданность также отличается локальным характером в рамках конкретного вопроса или же выбора.

Помимо инновационных решений и идей, составным элементом «изысканного габитуса» является аура аутентичного, подлинного и желанного. В контексте повседневности особенную значимость приобретает та часть классического определения харизмы, которая отвечает за проекцию и позволяет считаться лидеру «посланцем богов, совершенством» [Вебер 2016: 279] в конкретной области. В настоящей статье речь идёт исключительно о реальных результатах и достижениях, демонстрирующих неординарную квалификацию харизматика, поскольку «если подтверждение долго отсутствует, значит, обладатель харизмы покинут своим богом, утратил магическую или геройскую силу» [Вебер 2016: 280]. К тому же представленный в разделе «Эстетика повседневной харизмы: реперсонализация, аура и по-

вестование» приём не предполагает искусственные механизмы позиционирования, скорее, наоборот, естественный ход событий уже обладает необходимыми для проекции эффектами, будь то карьерный путь, принадлежность к привилегированному классу или же архитектурное решение бутика. Иными словами, выстраиваемый нарратив не заменяет реальных показателей, а формируется вокруг них. Механизм повествования харизмы не является манипуляцией или заигрыванием с аудиторией, это естественные процессы исполнения и реализации неординарной квалификации харизматика, но именно благодаря изложению собственной «истории» карьерного пути воображение аудитории включается в процесс выстраивания харизматической связи. Как и в случае классического определения харизмы, проекция неотделима от непосредственного качества харизматика. В контексте повседневности механизм повествования естественным образом составляет символический капитал харизматика.

Таким образом, говоря о возможности применения категории «харизма» к феноменам повседневной жизни, в особенности, изначально лишённым мистифицированного характера, мы сталкиваемся с рутинизированным типом категории, лишённым деперсонализированного характера. Как следствие, за счёт такого синтеза, во-первых, сохраняются ключевые свойства личной харизмы, но в локальном, ограниченном масштабе; во-вторых, повседневная харизма приобретает стабилизирующую функцию в рамках сложившегося социального порядка.

В свою очередь, в рамках экономической социологии эвристическую значимость категория харизмы приобретает в тех случаях, когда речь идёт о следующем:

феномен лидерства, на основании которого формируются модели харизматической эмоциональной связи между руководителем и сотрудниками организации, а также между представителями компаний и потенциальной аудиторией потребителей. В этом случае традиционные посылки рационального экономического поведения приобретают следующий характер социальных оснований: безличный авторитет и служебная иерархия как условия отношений подчинения в рамках организации сменяются личной верой и преданностью, оценкой руководителя как эталонного представителя личных и профессиональных компетенций. Ключевым становится механизм идентификации члена организации с корпоративной этикой и культурой, в рамках которых каждый рядовой сотрудник разделяет философию и идеологию компании, расценивает трудовую рутину как личное призвание и возможность служить общей миссии, внести вклад в преобразование текущей действительности. В свою очередь, потребление также приобретает характер личного взаимодействия аудитории и руководства компании через экономическое действие;

феномен «харизматизации товара», когда личные компетенции представителей компаний транслируются на результат деятельности и, как следствие, преобразуются в свойства конкретного продукта. В этом случае мотивация потребителей может быть обусловлена, во-первых, инновационным характером, технологическим «прорывом», высоким качеством, то есть, непосредственно практичным материальным интересом потребителя; во-вторых, символическим содержанием товара, когда акт потребления выступает в качестве возможности стать частью отдельного сообщества, разделить привлекательную идею и культуру, транслируемую харизматичной компанией.

В заключение стоит отметить, что предложенный вариант адаптации категории «харизма» к повседневным условиям эксплицирует возможности актуализации творчества Макса Вебера и раскрывает эвристический потенциал его ключевых понятий, подтверждая тезис А. Ф. Филиппова, что одним из способов преодоления «дефрагментации» современной социологии является обращение к классикам, включая Вебера, для того, чтобы «спасти социологию как большой проект» [Filipov, Farkhatdinov 2019: 11].

Литература

- Беньямин В. 1996. *Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости*. М.: Медиум.
- Библия. 2008. *Книги Священного Писания Ветхого и Нового Завета*. М.: Издательский Совет Русской Православной Церкви.
- Вебер М. 2016. *Хозяйство и общество: очерки понимающей социологии*: В 4 т. Т. 1: *Социология*. М.: Изд. дом ВШЭ.
- Вебер М. 2017. *Хозяйство и общество: очерки понимающей социологии*: В 4 т. Т. 2: *Общности*. М.: Изд. дом ВШЭ.
- Губина В. 2021. По закону Кьюри: эксклюзивное интервью креативного директора дома Dior Марии Грации Кьюри. *Umagazine.ru: мода, красота, новости из жизни звёзд шоу-бизнеса*. 6 января. URL: [https://umagazine.ru/moda/po-zakonu-kyuri-eksklyuzivnoe-intervyu-kreativnogo-direktora-doma-dior-marii-gratsii-kyuri-/](https://umagazine.ru/moda/po-zakonu-kyuri-eksklyuzivnoe-intervyu-kreativnogo-direktora-doma-dior-marii-gratsii-kyuri/)
- Зом Р. 2005. *Церковный строй в первые века христианства*. СПб.: Издательство Олега Абышко.
- Йоас Х. 2005. *Креативность действия*. СПб.: Алетейя.
- Каспэ С. И. 2012. *Политическая теология и nation-building: общие положения, российский случай*. М.: РОССПЭН.
- Катаев Д. В. 2018. Веберинский и антивеберинский дискурс: к вопросу о гипнотической силе классики на примере «Протестантской этики». *Экономическая социология*. 19 (5): 146–158. URL: <https://ecsoc.hse.ru/2018-19-5.html>
- Катаев Д. В. 2020. Новая критическая теория или аналитический эмпиризм? *Социологическое обозрение*. 19 (3): 426–449. URL: <https://sociologica.hse.ru/2020-19-3.html>
- Радаев В. В. 2002. Ещё раз о предмете экономической социологии. *Экономическая социология*. 3 (3): 21–34. URL: https://ecsoc.hse.ru/2002-3-3/annot.html#doc_26593593
- Радаев В. В. 2008а. Современные экономико-социологические концепции рынка. *Экономическая социология*. 9 (1): 20–50. URL: <https://ecsoc.hse.ru/2008-9-1.html>
- Радаев В. В. 2008б. *Экономическая социология: учебное пособие для вузов*. М.: Изд. дом ВШЭ.
- Радаев В. В., Добрякова М. С. 2006. *Экономическая социология: автопортреты*. М.: Изд. дом ВШЭ.
- Фреик Н. В. 2001. Политическая харизма: обзор зарубежных концепций. *Социологическое обозрение*. 1 (1): 5–24.
- Шлюхтер В. 2004. Действие, порядок и культура: основные черты веберинской исследовательской программы. *Журнал социологии и социальной антропологии*. 7 (2): 22–50.
- Andrews P. 2000. *How the Web Was Won: How Bill Gates and his Internet Idealists Transformed the Microsoft Empire*. New York: Broadway Books.

- Bachmann U. 2021. Charisma und Moderne: Zur Bedeutung des personalen Charismas in differenzierten Ordnungen. In: Bachmann U., Schwinn T. (Hrsg.) *Theorie als Beruf. Studien zum Weber-Paradigma*. Wiesbaden: Springer VS; 143–162.
- Bienfait A. 2006. Zeichen und Wunder. Über die Funktion der Selig — und Heiligsprechungen in der katholischen Kirche. In: Schwinn T. Albert G. (Hrsg.) *Alte Begriffe — Neue Probleme. Max Webers Soziologie im Lichte aktueller Problemstellungen*. Tübingen: Mohr Siebeck; 285–310.
- Biggart N. W. 1989. *Charismatic Capitalism: Direct Selling Organizations in America*. Chicago: University of Chicago Press.
- Bourdieu P. 1987. *Sozialer Sinn. Kritik der theoretischen Vernunft*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Dion D., Arnould E. J. 2011. Retail Luxury Strategy: Assembling Charisma through Art and Magic. *Journal of Retailing*. 87 (4): 502–520.
- Eisenstadt S. N. 1968. *Max Weber on Charisma and Institution Building*. Chicago: University of Chicago Press.
- Filippov A., Farkhatdinov T. 2019. Sociology of Max Weber in the 21st Century: From Reception to Actualization. *Russian Sociological Review*. 18 (2): 9–15. URL: <https://sociologica.hse.ru/2019-18-2.html>
- Geertz C. 1977. Centers, Kings and Charisma: Reflections on the Symbolics of Power. In: Ben-David J., Clarke T. N. (eds) *Culture and Its Creators*. Chicago: University of Chicago Press; 150–171.
- Glassman R. 1984. Manufactured Charisma and Legitimacy. In: Glassman R., Murvar V. (eds) *Max Weber's Political Sociology: A Pessimistic Vision of a Rationalized World*. Westport: Greenwood Press; 217–236.
- Horn E. 2011. Introduction. In: Horn E. (ed.) *New German Critique: Narrating Charisma*. 114. Durham, NC: Duke University Press; 1–16.
- Jaeger S. 2011. Aura and Charisma: Two Useful Concepts in Critical Theory. In: Horn E. (ed.) *New German Critique: Narrating Charisma*. 114. Durham, NC: Duke University Press; 17–34.
- Kojiro M. 1983. Charisma: From Weber to Contemporary Sociology. *Sociological Inquiry*. 53 (4): 368–388.
- Kraemer K. 2002. Charismatischer Habitus. Zur Konstruktion symbolischer Macht. *Berliner Journal für Soziologie*. 12: 173–187.
- Kraemer K. 2008. Charisma im ökonomischen Feld. In: Maurer A., Schimank U. (Hrsg.) *Die Gesellschaft der Unternehmen — Die Unternehmen der Gesellschaft*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften; 63–77.
- Samier E. 2005. Toward a Weberian Public Administration: The Infinite Web of History, Values, and Authority in Administrative Mentalities. *Halduskultuur*. 6: 60–94.
- Schluchter W. 1988. *Max Webers Sicht des okzidentalen Christentums*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Schumpeter J. A. 1997. *Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung. Eine Untersuchung über Unternehmergewinn, Kapital, Kredit, Zins und den Konjunkturzyklus*. Berlin: Duncker & Humblot.

Schumpeter J. A. 2005. *Kapitalismus, Sozialismus und Demokratie*. Stuttgart: UTB.

Sennet R. 1983. *Verfall und Ende des öffentlichen Lebens. Die Tyrannei der Intimität*. Frankfurt a. M.: Fischer.

Shils E. 1965. Charisma, Order, and Status. *American Sociological Review*. 30 (2): 199–213.

Turner S. 1993. Charisma and Obedience: A Risk Cognition Approach. *The Leadership Quarterly*. 4 (3–4): 235–256.

Turner S. 2003. Charisma Reconsidered. *Journal of Classical Sociology*. 3 (1): 5–26.

Welch J., Jr. 2014. You Had Me at Hello the Use of Narrative in Building a Charismatic Leader Reputation. *International Journal on Leadership*. 2 (2): 9–21.

DEBUT STUDIES

Valeria Kalinina

Charisma and Everyday Life in the Economic Field

KALININA, Valeria —
Student, Lipetsk State
Pedagogical Semenov-
Tyan-Shansky University.
Address: 42/2 Lenina str.,
398020, Lipetsk, Russian
Federation.

Email: lerakalinina26@yandex.ru

Abstract

Much of the discussion surrounding Max Weber's category of charisma focuses on the processes of routinization and objectification, which result in depersonalization and the loss of revolutionary character in the originally personal quality. However, there are examples where personal and routinized types overlap. In such cases, the proclaimed ideas are extraordinary and innovative, but are limited to an isolated sphere of influence and do not claim the status of comprehensive revolutionary principles. On the other hand, the personal character is preserved, avoiding the depersonalization typical of routinized forms. A number of questions arise: Is there a place for charisma in such cases? Is it appropriate to speak of an everyday version of the phenomenon while avoiding a “benevolent” character?

In order to distinguish those cases when, in contrast to the fabricated character, the use of the category is permissible and appropriate, it is necessary to turn to the genesis of everyday charisma. For this purpose, the central argument of the article is grounded in the modified classical content of the term proposed by K. Kremer in the context of market constellations analysis. As a consequence, based on the proposed approach in combination with the works of N. Biggart, W. Bachmann, R. Sennett, S. N. Eisenstadt, P. Bourdieu, S. Turner, A. Bienfais and E. Horn, the paper systematizes the idea of the process in constructing everyday charisma, the mechanism of imitation and subordination and the ways of strengthening the legitimacy of everyday charisma. The examples of K. Kremer's “economic actor” and retail strategies of luxury brands demonstrate the possibilities of applying the category of charisma to the cases when the blending of economic and social foundations leads to a shift away from rational motivations of economic actors to maximize their utility.

Keywords: everyday charisma; refined habitus; re-personalization; aura; narrative charisma; symbolic capital.

Acknowledgements

The author would like to thank the CFS HSE University, the organizers of the Max Weber Prize competition, prof. V. V. Radaev, prof. A. F. Filippov, and anonymous reviewers for valuable comments on the manuscript. Special thanks to the author's supervisor, prof. of Lipetsk State Pedagogical Semenov-Tyan-Shansky University D.V. Kataev.

References

- Andrews P. (2000) *How the Web Was Won: How Bill Gates and his Internet Idealists Transformed the Micro-soft Empire*, New York: Broadway Books.
- Bachmann U. (2021) Charisma und Moderne: Zur Bedeutung des personalen Charismas in differenzierten Ordnungen [Charisma and modernity: The significance of personal charisma in differentiated orders]. *Theorie als Beruf. Studien zum Weber-Paradigma* [Theory as a profession. Studies on the Weber paradigm] (eds. U. Bachmann, T. Schwinn), Wiesbaden: Springer VS, pp. 143–162 (in German).

- Benjamin W. (1996) *Proizvedenie iskusstva v epokhu ego tekhnicheskoy vosproizvodimosti* [The Work of Art in the Age of Its Technical Reproducibility], Moscow: Medium (in Russian).
- Bibliya. (2008) *Knigi Syvashchennogo Pisaniya Vetkhogo i Novogo Zaveta* [Bible. Books of Holy Scripture of the Old and New Testament], Moscow: Russian Orthodox Church Council (in Russian).
- Bienfait A. (2006) Zeichen und Wunder. Über die Funktion der Selig- und Heiligsprechungen in der katholischen Kirche [Signs and Wonders. On the Function of Beatifications and Canonisations in the Catholic Church]. *Neue Probleme. Max Webers Soziologie im Lichte aktueller Problemstellungen* [New Problems. Max Weber's Sociology in the Light Of Current Problems] (eds. T. Schwinn, G. Albert), Tübingen: Mohr Siebeck, pp. 285–310 (in German).
- Biggart N. W. (1989) *Charismatic Capitalism: Direct Selling Organizations in America*, Chicago: University of Chicago Press.
- Bourdieu P (1987) *Sozialer Sinn. Kritik der theoretischen Vernunft* [Social Sense. Critique of Theoretical Reason], Frankfurt am Main: Suhrkamp (in German).
- Dion D., Arnould E. J. (2011) Retail Luxury Strategy: Assembling Charisma through Art and Magic. *Journal of Retailing*, vol. 87, no 4, pp. 502–520.
- Eisenstadt S. N. (1968) *Max Weberon Charisma and Institution Building*, Chicago: University of Chicago Press.
- Filippov A., Farkhatdinov T. (2019) Sociology of Max Weber in the 21st Century: From Reception to Actualization. *Russian Sociological Review*, vol. 18, no 2, pp. 9–15. Available at: <https://sociologica.hse.ru/2019-18-2.html> (accessed 7 January 2024).
- Freik N. V. (2001) Politicheskaya kharizma: obzor zarubezhnykh kontseptsiy [Political Charisma: A Review of Foreign Concepts]. *Russian Sociological Review = Sociologicheskoe obozrenie*, vol. 1, no 1, pp. 5–24 (in Russian).
- Geertz C. (1977) Centers, Kings and Charisma: Reflections on the Symbolics of Power. *Culture and Its Creators* (eds. J. Ben-David, T. N. Clarke), Chicago: University of Chicago Press, pp. 150–171.
- Glassman R. (1984) Manufactured Charisma and Legitimacy. *Max Weber's Political Sociology: A Pessimistic Vision of a Rationalized World* (eds. R. Glassman, V. Murvar), Westport: Greenwood Press, pp. 217–236.
- Gubina V. (2021) Po zakonu Chiuri: eksklyuzivnoe interv'yū kreativnogo direktora doma Dior Marii Gratsii Chiuri [By Chiuri's Law: an exclusive interview with Maria Grazia Chiuri, Creative Director of Dior]. *Umagazine.ru: moda, krasota, novosti iz zhizni zvezd shou-biznesa. 6 yanvarya* [Umagazine.ru: fashion, beauty, news from the life of show business stars. 6 January]. Available at: <https://umagazine.ru/moda/po-zakonu-kyuri-eksklyuzivnoe-intervyu-kreativnogo-direktora-doma-dior-marii-gratsii-kyuri/> (accessed 1 March 2024) (in Russian).
- Horn E. (2011) Introduction. *New German Critique: Narrating Charisma*, vol. 114 (ed. E. Horn), Durham, NC: Duke University Press, pp. 1–16.

- Jaeger S. (2011) Aura and Charisma: Two Useful Concepts in Critical Theory. *New German Critique: Narrating Charisma*, vol. 114. (ed. E. Horn), Durham, NC: Duke University Press, pp. 17–34.
- Joas H. (2005) *Kreativnost' dejstviya* [Creativity of Action], St. Petersburg: Aleteia (in Russian).
- Kaspe S. I. (2012) *Politicheskaya teologiya i nation-building: obshchie polozheniya, rossijskij sluchaj* [Political Theology and Nation-Building: General Provisions, the Russian Case], Moscow: ROSSPEN (in Russian).
- Kataev D. V. (2018) Veberianskij i antiveberianskij diskurs: k voprosu o gipnoticheskoj sile klassiki na primere «Protestantskoj etiki». [Weberian and anti-Weberian Discourse: Towards a Question of the Hypnotic Power of the Classics on the Example of “Protestant Ethics”]. *Journal of Economic Sociology = Ekonomicheskaya Sotsiologiya*, vol. 19, no 5, pp. 146–158. Available at: <https://ecsoc.hse.ru/2018-19-5.html> (accessed 4 April 2024) (in Russian).
- Kataev D. V. (2020) Novaya kriticheskaya teoriya ili analiticheskiy empirizm? [New Critical Theory or Analytic Empiricism?]. *Russian Sociological Review = Sociologicheskoe obozrenie*, vol. 19, no 3, pp. 426–449. Available at: <https://sociologica.hse.ru/2020-19-3.html> (accessed 4 April 2024) (in Russian).
- Kojiro M. (1983) Charisma: From Weber to Contemporary Sociology. *Sociological Inquiry*, vol. 53, no 4, pp. 368–388.
- Kraemer K. (2002) Charismatischer Habitus. Zur Konstruktion symbolischer Macht [Charismatic Habitus. On the Construction of Symbolic Power]. *Berlin Journal of Sociology = Berliner Journal für Soziologie*, no 12, pp. 173–187 (in German).
- Kraemer K. (2008) Charisma im ökonomischen Feld [Charisma in The Economic Field]. *Die Gesellschaft der Unternehmen — Die Unternehmen der Gesellschaft* [Company of Companies — The Companies of the Company] (eds. A. Maurer, U. Schimank), Wiesbaden: Springer VS, pp. 63–77 (in German).
- Radaev V. V. (2002) Eshche raz o predmete ekonomicheskoy sotsiologii. [Once Again on the Subject of Economic Sociology]. *Journal of Economic Sociology = Ekonomicheskaya Sotsiologiya*, vol. 3, no 3, pp. 21–34. Available at: https://ecsoc.hse.ru/2002-3-3/annot.html#doc_26593593 (accessed 12 April 2024) (in Russian).
- Radaev V. V. (2008a) Sovremennye ekonomiko-sociologicheskie kontseptsii rynka. Ekonomicheskaya sotsiologiya [Modern Economic and Sociological Concepts of the Market]. *Journal of Economic Sociology = Ekonomicheskaya Sotsiologiya*, vol. 9, no 1, pp. 20–50. Available at: <https://ecsoc.hse.ru/2008-9-1.html> (accessed 12 April 2024) (in Russian).
- Radaev V. V. (2008b) *Ekonomicheskaya sotsiologiya: ucheb. posobie dlya vuzov* [Economic Sociology: Textbook for Universities], Moscow: HSE Publishing House (in Russian).
- Radaev V. V., Dobryakova M. S. (2006) *Ekonomicheskaya sotsiologiya: avtoportrety* [Economic Sociology: Self-Portraits], Moscow: HSE Publishing House (in Russian).
- Samier E. (2005) Toward a Weberian Public Administration: The Infinite Web of History, Values, and Authority in Administrative Mentalities. *Halduskultuur*, vol. 6, pp. 60–94.

- Schluchter W. (1988) *Max Webers Sicht des okzidentalen Christentums* [Max Weber's View of Occidental Christianity], Frankfurt am Main: Suhrkamp (in German).
- Schluchter W. (2004) Dejstvie, poryadok i kul'tura: osnovnye cherty veberianskoj issledovatel'skoj programmy [Action, Order and Culture: The Main Features of the Weberian Research Programme]. *The Journal of Sociology and Social Anthropology = Zhurnal sociologii i social'noj antropologii*, vol. 7, no 2, pp. 22–50 (in Russian).
- Schumpeter J. A. (1997) *Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung. Eine Untersuchung über Unternehmergewinn, Kapital, Kredit, Zins und den Konjunkturzyklus* [Theory of Economic Development. An Investigation into Entrepreneurial Profit, Capital, Credit, Interest and the Business Cycle], Berlin: Duncker & Humblot (in German).
- Schumpeter J. A. (2005) *Kapitalismus, Sozialismus und Demokratie* [Capitalism, Socialism and Democracy], Stuttgart: UTB (in German).
- Sennet R. (1983) *Verfall und Ende des öffentlichen Lebens. Die Tyrannei der Intimität* [Decay and the End of Public Life. The Tyranny of Intimacy], Frankfurt am Main: Fischer (in German).
- Shils E. (1965) Charisma, Order, and Status. *American Sociological Review*, vol. 30, no 2, pp. 199–213.
- Turner S. (1993) Charisma and Obedience: A Risk Cognition Approach. *The Leadership Quarterly*, vol. 4, iss. 3–4, pp. 235–256.
- Turner S. (2003) Charisma Reconsidered. *Journal of Classical Sociology*, vol. 3, no 1, pp. 5–26.
- Weber M. (2016) Hozyajstvo i obshchestvo: ocherki ponimayushchey sociologii: V 4 t. [Economy and Society: Essays of Understanding Sociology. 4 vols.], vol. 1: *Sociology*, Moscow: HSE Publishing House (in Russian).
- Weber M. (2017) Khozyaystvo i obshchestvo: ocherki ponimayushchey sotsiologii: V 4 t. [Economy and Society: Essays of Understanding Sociology. 4 vols.], vol. 2: *Commonalities*, Moscow: HSE Publishing House (in Russian).
- Welch J., Jr. (2014) You Had Me at Hello the Use of Narrative in Building a Charismatic Leader Reputation. *International Journal on Leadership*, vol. 2, no 2, pp. 9–21.
- Zom R. (2005) *Tserkovnyy stroy v pervye veka khristianstva* [Church Structure in the First Centuries of Christianity], St. Petersburg: Oleg Abyshko (in Russian).

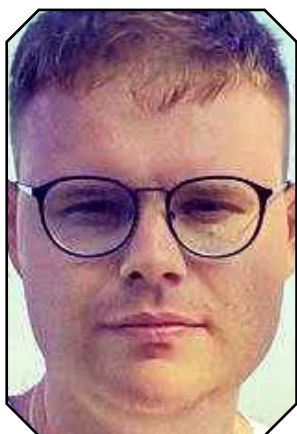
Received: November 29, 2023

Citation: Kalinina V. (2024) Kharizma i povsednevnost v ekonomicheskom pole [Charisma and Everyday Life in the Economic Field]. *Journal of Economic Sociology = Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 25, no 3, pp. 160–182. doi: [10.17323/1726-3247-2024-3-160-182](https://doi.org/10.17323/1726-3247-2024-3-160-182) (in Russian).

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ОБЗОРЫ

С. Г. Пашков

Неэкономическое устройство потребительских настроений: роль социальной укоренённости в анализе изменчивости ожиданий¹



ПАШКОВ Станислав Георгиевич — преподаватель кафедры экономической социологии, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики». Адрес: 101000, Россия, г. Москва, ул. Мясницкая, д. 20.

Email: spashkov@hse.ru

В обзоре, посвящённом дискуссии вокруг исследований потребительских ожиданий, внимание сфокусировано на методологических особенностях и актуальных проблемах измерения Индекса потребительских настроений (ИПН) в пространстве социологии. Обосновывается необходимость обсуждения роли неэкономических факторов формирования потребительских ожиданий — социологических (социально-демографических) оснований, влияния социального окружения (институтов), укоренённой роли массмедиа. Такой подход позволяет объяснять аномалии, возникающие в моделях временных рядов, особенно в периоды экономической турбулентности. В рамках исследования приведена история развития психологической экономики (теоретическое основание ИПН), рассмотрены ключевые подходы, тезисы и исследования. Большинство исследований потребительских настроений до 1990-х гг. выстроены в виде описания экономических моделей и результатов без включения в описание социологической рефлексии. С 1990-х гг. появляются новые направления и исследования, в которых ставится задача поиска содержательной аргументации изменения индекса в периоды экономических перемен. Полученные результаты зачастую носят разрозненный характер, в них отсутствуют звенья, системно связывающие потребительские ожидания, социальные факторы и макроэкономику. Одним из вариантов поиска «теории среднего уровня» является выработка концептуальной рамки, основанной на концепции укоренённости, предложенной Ш. Зукин и П. Димаджо. В обзоре показано, что некоторые формы укоренённости позволяют объяснить на содержательном уровне отклонения либо устойчивую направленность потребительских ожиданий в ходе анализа временных рядов. Массмедиа в таком случае может не только методически дополнять анализ ИПН, но и выступать в качестве одной из сторон укоренённости экономического действия. Важным результатом работы стала разработка обновлённой концептуальной схемы, включающей укоренённость в качестве значимой переменной при построении эконометрических моделей, указывающих на специфику и возможные ограничения такого подхода. Статья вносит вклад в расширение практик включения ИПН в состав социологических лонгитюдных исследований, в том числе с добавлением массмедиа в качестве дополнительной переменной.

¹ В данной научной работе использованы результаты проекта «Повседневные поведенческие практики россиян в условиях внешних шоков», выполненного в рамках Программы фундаментальных исследований НИУ ВШЭ в 2024 г.

Ключевые слова: ИПН; потребительские настроения; культурная укоренённость; структурная укоренённость; социальный капитал; эконометрика; массмедиа.

Введение

Индекс потребительских настроений (ИПН) — макроэкономический индикатор, разработанный в Мичиганском университете под руководством Дж. Катоны в 1940-х гг. [Katona, Likert 1946]. Он измеряет субъективные оценки людей о происходящем в экономике. Индекс строится по пяти стандартизованным вопросам: оценки индивидом текущего материального положения; ожидания изменений материального положения через год; ожидания изменений экономического положения страны через год и пять лет; оценка индивидом возможностей совершать крупные покупки в текущем периоде. Индекс рассчитывается как средняя разница доли положительных и отрицательных ответов пяти индикаторов (так называемый балансый подход) [Ибрагимова, Николаенко 2005]. В таком виде индекс известен в качестве инструмента макроэкономического прогнозирования наравне с ВВП, инфляцией и др. [Anastasiou et al. 2023]. В России информация о нём публикуется в обзорах ЦБ РФ, российских исследованиях [Дементьева, Шаклеина 2019].

Сегодня дискуссия актуализируется: растёт интерес исследователей к структурным кризисам, приобретающим статус социально значимых (например, воздействие экономических кризисов на рост числа самоубийств, влияние потребительских настроений на этот процесс [Collins et al. 2021]). Для построения точных и *содержательных* прогнозов необходимы экономическое моделирование, учёт финансовых ожиданий и настроений людей. В современных исследованиях (см.: [Gric, Ehrenbergerova, Nodula 2022]) по-прежнему, как и 20–30 лет назад (см.: [Bram, Ludvigson 1998]), отмечают значимость ИПН, связанную с «аккуратными» прогностическими способностями индекса в краткосрочной и долгосрочной перспективе [Song, Shin 2019].

Вопрос в том, какое предлагается содержательное объяснение этих прогнозов. Исследователи придерживаются эконометрического принципа объяснения эффектов изменения потребительских настроений, что является результатом сложившейся традиции анализа динамики ИПН на экономических предпосылках, моделях и выводах [Carroll, Fuhrer, Wilcox 1994]. Несмотря на разнообразие прикладных разработок, более полувека не предлагаются модели аргументации, альтернативные экономическим. В то же время растёт интерес к «чувствительности» ИПН и к складывающимся «нелинейным» трендам в экономике [Dixon, Griffiths, Lim 2014].

Таким образом, можно обратить внимание на одну из актуальных проблем ИПН — *качество и содержательная база* экономических индикаторов, применяемых исследователями при моделировании и прогнозировании экономических шоков. С середины 1990-х гг. сформировалась новая дискуссионная площадка, где успех макроиндикатора подвергается конструктивному пересмотру (см., например: [Fan, Wong 1998; Souleles 2004]). Так, прогностическая и объяснительная модель ИПН оказывается эффективной *преимущественно* в следующих случаях:

- при конфигурации качественных регрессионных уравнений (то есть подбора оптимального набора индикаторов);
- при сохранении в русле интерпретации и аргументации только экономических (либо с добавлением психологических) предпосылок поведения потребителей;
- при акценте на глубине и качестве макроэкономического прогноза с использованием ИПН в качестве важного фактора.

Начиная с 1950-х гг. устойчиво воспроизводится, по сути, «укоренённая» логика подбора макроэкономических показателей, к которым впоследствии «присоединяется» ИПН, измеряемый с помощью массовых опросов [Aarle, Kappler 2012; Viktorov, Abramov 2020].

После 1990-х гг. были попытки предложить *неэкономический подход* анализа потребительских настроений. Исследования кризисов последних лет (см.: [Lozza et al. 2016; Makridis 2022]) демонстрируют любопытный парадокс: чем больше статей посвящается ИПН, тем чаще во главу угла ставят неэкономические индикаторы, такие как медиа [Kleinnijenhuis, Schultz, Oegema 2015], подразумевая под этим внимание к информационному пространству, наполненному событиями, прогнозами, перформативными смыслами [Twoerek 2020]. Возникающие в СМИ образы санкционных ограничений, экономических кризисов (рецессии), инфляции, безработицы [Казун 2017], а также позитивных событий прямо или косвенно отражаются на покупательской способности домохозяйств [Haller, Norpoth 1997].

Р. Куртин — влиятельная фигура в поле исследований ИПН — отмечает необходимость учёта того, как индивиды формируют ожидания на основе собственного знания и опыта в условиях неопределённости («чёрный ящик») экономических прогнозов [Curtin 2019]. Человеческое действие в отношении будущего является «фиктивным», сложным для предсказаний. Й. Бекерт считает, что функцию экономических моделей — прогнозирование изменений в будущем для координации коллективных действий — необходимо дополнять факторами социальных структур, институтов и культурных фреймов [Beckert 2013]. Эту точку зрения можно считать достаточно социологичной для исследования потребительских настроений, где доминирует чисто экономическая аргументация.

Случается, что потребительские настроения по разным причинам — структурным, фундаментальным — не меняются либо меняются медленнее, чем происходящие изменения в экономике. Какую роль играют институты или социальное окружение? Позиция Дж. Катоны не позволяет полноценно получить ответ на этот вопрос. Вероятно, учёт новостных сигналов должен способствовать исследованию масштабов, глубины социально-экономических шоков. Насколько институты, социальное окружение индивида влияют на потребительские ожидания, и насколько эти эффекты неслучайны?

Мы предлагаем к обсуждению новый способ интерпретации ИПН, с акцентом на социологическую аргументацию изменения потребительских ожиданий. Вместо «фиктивных» ожиданий появляется вопрос, как *укоренённость* формирует эти ожидания. Предполагается, что экономические ожидания домохозяйств конструируются не индивидуальными предустановками, принимаемыми решениями, а благодаря сложившимся в обществе культурным и социальным паттернам [Damstra, Boukes 2018], которые можно было бы считать *укоренённостью потребительских ожиданий*, а с точки зрения ИПН как концепта и индикатора — некоторым средним уровнем между абстрактными экономическими системами и индивидуальными действиями или решениями.

Суть данного обзора заключается в рассмотрении концепции *укоренённости* как важного аналитического звена между изучением динамики индекса потребительских настроений и анализом причин его «стабильности» либо изменчивости. В качестве основания дискуссии рассматривается классификация типов укоренённости Ш. Зукин и П. ДиМаджио (1990). В результате предложен системный взгляд на научные подходы и ключевые выводы, которые могут стать дальнейшим шагом к развитию концептуального и вычислительного инструментария ИПН. Такой подход поможет исследователям на количественном и качественном уровнях учитывать как экономические, так и социальные логики интерпретации индекса потребительских настроений. Фактически мы стремимся показать логику укоренённости потребительских ожиданий населения. В обзоре приведены наиболее известные (цитируемые) в разных научных направлениях работы, прямо или косвенно связанные с ИПН. Сделано это для того, чтобы показать системное развитие данного поля исследований. Предлагаются к обсуждению следующие вопросы:

- теоретические, аналитические и методологические особенности применения Индекса потребительских настроений: возможно ли сегодня говорить о социальной природе Индекса, какие возникают ограничения?
- может ли массмедиа обеспечивать содержательное обоснование изменчивости и стабильности потребительских настроений населения? Какую роль играет в этом укоренённость институтов массовой коммуникации?
- проблема применимости концепта укоренённости в анализе потребительских настроений: какие подходы и эмпирические кейсы позволяют выделить эту связь?

Основные подходы к рассмотрению психологической экономики как парадигмы

Начнём с теоретического фреймворка ИПН — психологической экономики (*psychological economics*), которая исторически является важным этапом развития *экономической психологии*, включающей множество разных подходов. В системных обзорах отмечается, что психологическая экономика может рассматриваться в качестве самостоятельного научного направления с собственной исторической перспективой [Earl 1988]. Большинство авторов стремятся отнести её к *поведенческой экономике* [Barberis, Thaler 2003], что приводит к вопросу устойчивости психологической экономики как очерченного под-хода.

Если исходить из философии науки (позиций научных парадигм и научно-исследовательских программ Т. Куна и И. Лакатоса [Антипов 2022]²), то история ИПН и соответствующего подхода оказывается нелинейной, неинтуитивной в методологической и практической плоскости. Психологическую экономику можно отнести к вариации научно-исследовательских программ, встроенных в русло экономической психологии, где явно присутствуют противоречия с другими исследовательскими направлениями, однако неизменными остаются твёрдое ядро (методология расчёта и (или) мониторинга с помощью ИПН) и защитный пояс (набор гипотез), на которые опираются исследователи в своих работах. Связано это с тем, что формирование психологической экономики было предопределено *критическим отношением* экономистов к вопросу потребительского поведения (то есть отношением к психологическим основаниям действий как таковым); социологическая логика здесь, скорее, уступила место психологической и до нынешнего времени остаётся на уровне методологического инструментария.

Далее появляется следующая проблема: в какую научную парадигму вписывать психологическую экономику? Если проанализировать многочисленные публикации с 1930-х гг. по настоящее время, то можно выделить как минимум два трека — условный *теоретический* (с проэкономическим фреймворком) и *методологический* [Zagórski, McDonnell 1995; Капелюшников 2013]. Оба трека оказались достаточно развитыми, о чём говорят 50 лет различных эмпирических разработок. Другое дело, что уникальная методика измерения потребительских настроений не нашла широкой поддержки в других исследовательских нишах среди представителей как экономической психологии и экономической теории, так и экономической социологии, что особенно интересно, учитывая, как активно её используют экономисты и эконом-социологи в последнее время. Всё это дополнительно указывает на теоретическую и практическую неоднозначность концепции потребительских настроений. Необходимо рассмотреть историческую перспективу, чтобы увидеть особенности.

² Смысл парадигмального видения науки состоит в том, чтобы выделять периоды наиболее явного сплочения исследователей вокруг некоторой научной мысли, в представляющей собой, в свою очередь, некий поворотный этап в развитии научного направления. Продолжительность жизни такой парадигмы определяется тем, насколько заложенная в ней научная теория или идея оказывается в дальнейшем жизнеспособной. Психологическую экономику можно рассматривать в определённом роде как научное поле с включением экономики, психологии и социологии.

Конвенциональный взгляд сквозь логику экономического детерминизма

В 1925 г. экономист Ф. Найт формулирует проблему экономического действия в терминах ценностей, мотивов и ожиданий [Knight 1925]. Речь ведётся о роли мнений (оценок) и убеждений (*beliefs*), которые определяют мотивы индивидов потреблять товары и услуги в зависимости от собственных представлений об экономике [Knight 1925]. Это хороший пример отражения проэкономической логики, которая сложилась вокруг психологической экономики, так как объяснением служит влияние ставки процента, изменения уровня дохода домохозяйств. Актуальность взгляда растёт после Второй мировой войны, к середине XX века, когда при ожидаемом росте потребления со стороны населения возникают аномальные сдвиги в сторону активного сбережения, требующие содержательного объяснения.

Первые (начальные) попытки изучения паттернов экономической (потребительской) мотивации и ожиданий индивида в той или иной форме прослеживаются в работах конца XIX — середины XX веков у экономистов, психологов и в значительно меньшей степени у социологов [Dickinson 1924]³. Катона приходит к концепции потребительских настроений в 1940-е гг., в полной мере институционализирует её в середине XX века, увязывая психологические и экономические взгляды на действия людей. Экономические психологи традиционно рассматривают психологическую экономику как классический этап поведенческой экономики, где следующим уровнем эволюции становится признанная в мире теория перспектив [Tversky, Kahneman 1981]. Но концепция Катона, при всей своей встроенности в русло когнитивных исследований, не столько экономическая или психологическая, сколько социологическая. Подобный тезис требует некоторого обоснования, поэтому рассмотрим для начала конвенциональную траекторию развития парадигмы.

Ранним этапом анализа потребительских настроений принято считать подходы классической экономической теории А. Смита о морально-этических формах человеческой природы — эмоций, восприятия и сентиментальности чувств, формы субъективных оценок [Berry 2012]. Модель *homo economicus* как конструкт в настоящее время изучена детально, известна по многочисленным обзорам [Радаев 2005]; это «ментальные удовольствия» Дж. С. Милля, идея максимизации полезности в понимании И. Бен-тама, а также мораль, которая характеризует границы мотивов человека, выделение рациональных и оправданных действий (т. н. утилитаристский подход). Впоследствии аналитическая связь между чувствами и рациональными моделями действия составит основу психологической экономики.

Далее рамка будущей концепции потребительских настроений формируется в период Второй мировой войны, когда значительное влияние оказывает экономическая теория, активно привлекающая методический аппарат психологии для изучения различных аспектов «нестандартных» форм экономического действия в стремлении объяснить нерациональное поведение. Ведущую роль сыграли такие направления, как *институционализм* и *неоклассическая теория*, в особенности — работы Дж. М. Кейнса. В рамках данного текста мы не приводим подробный анализ этих направлений, так как уже существуют качественные обзоры (см.: [Dugger 1979]), но обратим внимание на ряд важных деталей.

В послевоенное время исследователи сфокусированы на эффективных прогностических моделях, а экономические ожидания людей оказываются в большой степени неизвестными параметрами. В психологической экономике Дж. Катона рассматривает *потребителей* как объект экономического действия, *идеальную* модель экономического человека в неоклассической и институциональной логике

³ Это лишь косвенные отсылки к тому, что Катона понимал под термином «потребительские настроения» (*consumer sentiments*) [Katona 1968]. В определённые моменты времени социологическое видение потребительских (экономических) действий индивида имело немало шансов на развитие в подходе Катона, однако, как будет показано ниже, более активная роль экономического универсализма повлияла на формирование психологической экономики в целом и ИПН в частности.

[Katona 1951]. Он считает, что потребление — неотъемлемый процесс удовлетворения потребностей и максимизации полезности [Warde 2017]. Можно провести параллель между психологической экономикой и теоретическим направлением *кейнсианства*: доход и ставка процента предлагаются в качестве нормативного регулятора потребления индивида, поскольку психология весьма ограниченно объясняет возможные отклонения в действиях, в то время как у экономических индикаторов таких ограничений нет. «Психологический закон» Кейнса, идеи И. Фишера [Пястолов 2013] призваны под разными углами исследовать функцию («норму») потребления в зависимости от конфигурации факторов и условий, способствующих принятию индивидом положительного решения в отношении сбережения или потребления (учёт ставки процента, уровня доходов, наличия самих сбережений). Для психологической экономики (современных экономических теорий) этот заход важен, поскольку потребление всегда затрагивает вопрос рациональности и иррациональности всякого экономического действия [Козлова 2016]. Как отмечает Р. И. Капелюшников, психологическую экономику Катона часто сравнивают с идеями Г. Саймона, его отрицанием психологических детерминант [Капелюшников 2013]. Саймона и Катону объединял тезис, что любому индивиду свойственно наличие ограниченной рациональности, вызванной изменениями собственного поведения, финансового положения, ситуации в экономике. Развиваемая впоследствии поведенческая экономика стремилась внести ясность в этот аспект, предлагая добавлять психологические особенности процессов, происходящих у условного индивида [Krupka, Weber 2009].

Тезис Катона как представителя «старой школы» поведенческой экономики таков: психология и экономика связаны тем, что воздействие объективных экономических условий на конечное поведение субъектов опосредовано их субъективными воззрениями на экономику, фактически подразумевая акцент на присутствии желаний (*willingness*) и возможностей (*ability*) совершать крупные инвестиции в товары либо услуги, и при определении людьми своих расходов, сбережений и инвестиций промежуточным индикаторам отводится особая роль, в результате чего понимание экономического поведения может остаться неполноценным [Katona 1975]. В более ранней книге — «Психологические основания экономического поведения» — Катона писал, что индивиды имеют собственное восприятие социально-экономических норм, отношений и установок, принадлежат разным сообществам, одновременно с этим находясь в одной рыночной среде [Katona 1951]. В погоне за удовлетворением своих потребностей они сталкиваются с систематической неопределённостью и неуверенностью в рациональности последующих шагов, пытаются «подобраться» к такой стратегии, которая кажется им наиболее предпочтительной в условиях ограниченности информации [Simons et al. 2004].

Вопрос в том, как измерить такую стратегию адаптации. В 1946 г. Дж. Катона совместно с коллегами публикуют статью, в которой предлагают оригинальное решение данной проблемы [Katona, Likert 1946] путем измерения ожиданий и мотивации потребителей сберегать либо расходовать располагаемые ресурсы с помощью социологических опросов, что принципиально отличается от сложившейся у экономистов традиции анализа поведения языком экономических моделей. Катона считал, что финансовые данные не позволяют в полной мере оценивать изменение экономической ситуации самими потребителями. Впоследствии Ч. Мански критиковал исследования потребительских настроений и ожиданий, отмечал невозможность свода ответов разных людей к одному основанию с помощью аппарата статистики и предлагал обратить внимание на агрегацию данных, в том числе полученных в ходе социологического опроса [Manski 2004]. Пересмотру Катонной методологии способствовала ситуация после Второй мировой войны в США с характерными негативными ожиданиями и склонностью к сбережению у домохозяйств, что требовало от экономистов и «сочувствующих» выработки оригинального инструментария, способного фиксировать и сопоставлять экономические ориентиры людей и их ожидания. Так возникает концептуальная предпосылка рассмотрения Индекса потребительских настроений в качестве содержательного «барометра» отношений и установок людей к ситуации в экономике [Curtin 2019].

Альтернативный взгляд: социально-ориентированная природа ожиданий

Ещё одна проблема состоит в том, что финансовые решения домохозяйств в поведенческой и психологической экономике имеют абстрактный, математический характер, не учитывают социокультурный контекст. Возникает потребность в поиске таких внеэкономических оснований, которые направлены на анализ социально-демографических, культурных и иных характеристик людей, а не только выделяют их рациональные или иррациональные действия. Можно предположить, что теоретический вклад Катоны прослеживается в социологической плоскости, обращая внимание на прошлый либо текущий опыт. В этом случае индивиды при принятии экономического решения опираются на информацию, полученную при взаимодействии с социальной средой — окружением, институтами [Katona 1975].

Почему важна социальная среда? Отчасти это связано с историей развития психологической экономики. Был период, когда социальные основания индивидуальных и коллективных действий поддерживались на содержательном уровне, — это социология Г. Тарда, который исследовал нерациональные индивидуальные действия, а также причины, почему такие действия значимо опосредованы влиянием Других. Такие действия — результат системной борьбы желаний (*desires*), рассматриваемых в качестве аналога экономической полезности блага и убеждений и выступающие как оценка обоснованности пользы блага в процессе взаимодействия индивида с обществом [Wärneryd 2008]. Тард не был сторонником чисто психологических оснований поведения, поскольку считал важным учитывать специфику среды и контекста, в которых происходят индивидуальные действия. Подобная логика могла бы претендовать на роль «защитного пояса» концепции Катоны. Однако социологические взгляды Тарда на природу действия были фактически отброшены экономистами в ходе институционализации неоклассической экономической мысли. Другое дело — попытка включения аспектов, в полной мере не вписывающихся в логику *homo economicus*, то есть допущение «ненормального» экономического действия. Речь идёт об *институтах*. В психологической экономике на передний план выходит *потребитель*, который стремится к максимизации полезности и удовлетворению своих потребностей; его действия становятся *целерациональными*, что вполне укладывается в логику *homo economicus*. Но всё же такой индивид зачастую не способен преодолевать всевозможные ограничения, вызванные внешней средой, в то время как некоторые, наоборот, способны трансформировать модель его поведения.

Альтернативный (неэкономический) взгляд на институты привлекателен тем, что потребление вписывается в рамки, формулируемые обществом (или рыночными структурами) в виде культурных, социальных норм и правил в динамике, а не в статичных условиях. Это позволяет говорить об институтах как отражении рамок внешней среды, куда входят нормы, ценностные характеристики, практики поведения и возможные ограничения для тех, кто их не придерживается [Velthuis 1999]. Потребление рассматривается как процесс максимизации собственного блага, установления своего положения в обществе, отличающегося от других более выраженными успехами и статусом. Это приводит в дальнейшем к рассмотрению тезиса формируемых привычек (*habits*) под влиянием культурной и социальной среды [Almeida 2015]. В то же время нужно констатировать, что тезисы ранних институционалистов вошли в логику психологической экономики лишь отчасти, что даёт возможность сформулировать субстантивные, социальные основания психологической экономики. Однако по-прежнему остаётся открытым вопрос, как можно социологически объяснить, например, природу сбережений, которая является одним из фундаментов психологической экономики. Ряд неоклассиков вроде М. Фридмана, Дж. Дьюзенберри уделяют внимание этому вопросу с экономической стороны: у Фридмана критерием улучшения материального положения (наличие сбережений) является повышение уровня доходов, что трактуется домохозяйством в качестве индикатора субъективного восприятия экономики [Friedman 1957]. У Дьюзенберри другой подход: оставаясь в русле экономической логики, он предлагает идею взаимосвязанности индивидуальных предпочтений людей [Duesenberry 1948]. Связующей

нитью в механизме принятия решений в сфере потребления является не рациональное планирование, а обучение и формирование традиций. Введение гипотезы «демонстративного эффекта» в зависимости от внешних условий способствовало объяснению того, что индивиды преследуют не столько максимизацию полезности, сколько желание «жить не хуже других», то есть буквально подстраиваться под поведенческие паттерны Других и вырабатывать специфичные потребительские привычки [Palley 2010].

Индекс потребительских настроений даёт понимание общей совокупности воспроизводимых домохозяйствами когнитивных схем, знаний, представлений о происходящем и возможных стратегий преодоления кризисов. Можно исходить из того, что всякий индивид в стремлении поддерживать в обществе свою идентичность наделяет свои действия определёнными смыслами в зависимости от контекста, обстоятельств и укоренённых принципов поведения. Но индивид не всегда совершает рациональное действие в силу отсутствия совершенной информации или ограничений, созданных другими людьми. Следовательно, при совершении некоторого акта одним из способов выразить мнение либо принять решение может стать апелляция к устоявшимся когнитивным схемам, которые позволяют индивиду делать наилучший выбор из числа предлагаемых альтернатив (фреймов) [Lindenberg, Frey 1993]. К фреймам можно относить альтернативы товаров или услуг, утверждений и мнений, зачастую с неопределёнными последствиями [Vaughan, Seifert 1992]. Существенно и то, что они могут формироваться вне индивида, а это означает присутствие возможностей для трансформации восприятия индивидом некоторой реальности [Kühberger 1998].

Определение связи между формируемыми потребительскими фреймами и макростатистикой продолжительное время тестируется экономистами и статистиками с помощью разнообразных методик подбора индикаторов, проверки робастности моделей и анализа прогностических возможностей. В 1950–1970-е гг. опубликовано немало работ, анализировавших связь ИПН и уровня потребительской активности населения, например, в форме желания приобрести автомобили (см., например: [Burch, Stekler 1969; Humans, Ackley, Juster 1970]). Успех на данном пути мотивировал исследователей расширять горизонты эконометрического анализа, всё больше переключаясь на другие макроэкономические показатели, обеспечивающие аналитическую связь между экономикой и индивидуальными решениями. В 1970–1990-е гг. на основной план выходят ставка процента, уровень инфляции, фондовые индексы и проч. [Garner 1981].

Но уже к 1990-м гг. экономисты стали отмечать, что показатели качества моделей сильно различаются в зависимости не только от набора используемых индикаторов, но и выбранных временных рядов. В наиболее известных статьях на эту тему статистическая значимость макроэкономики или ИПН диагностировалась лишь в краткосрочной перспективе, в условиях серьёзных шоков, в избирательном *исключении* показателей потребления. Авторы неявным образом приходили к выводу, что в основу стандартизованных остро необходимо включение *каким-либо образом неэкономических индикаторов*, которые позволили бы понимать причины отсутствия статистической значимости между ИПН и иными параметрами на разных временных рядах. Начиная с середины 1990-х гг. формируется направление исследований, включающих социологические факторы в объяснение потребительских ожиданий. Например, одним из фокусов таких исследований становятся социально-демографические факторы: когортные различия, половозрастной состав, уровень дохода [Nguen, Claus 2013; Ибрагимова 2014]. Примечательна работа А. Коллинза с соавторами, в которой на уровне линейных моделей показано, что «потребительские настроения играют значительно большую объяснительную роль в изучении колебаний уровня самоубийств по сравнению с традиционными экономическими показателями» [Collins et al. 2021: 206].

Массмедиа — институциональный посредник между экономическими изменениями и потребительскими настроениями?

Долгое время отдельной проблемой исследования потребительских настроений считалась привязка анализа к макроэкономике. Причина во многом была связана с методологическими ограничениями: продолжительное исследование динамики индекса потребительских настроений приводит к тому, что модель (особенно экономическая) неизбежно предполагает «результаты процессов упрощения, обобщения, абстрагирования и выделения [сущностей] в соответствии с техническими, предиктивными <...> целями или требованиями» [Morgan, Knuutila 2012: 51]. Возникло предположение, что ближайшим индикатором, поддающимся измерению в динамике, агрегированию и моделированию в эконометрических моделях, может быть *массмедиа* [Starr 2012]. В настоящее время эта парадигма продолжает развиваться.

Для производства ожиданий и решений нужен постоянный поток обновляемой информации. В этом плане новостные сообщения могут считаться одним из примеров такого потока. Например, в работе И. Медовикова показано, что необычно плохие макроэкономические новости, как правило, приводят к существенному снижению рынка, в то время как столь же необычно хорошие новости не оказывают на него никакого влияния [Medovikov 2016]. При этом экономические новости достаточно трудно отделить от любых других. В конце концов, это одна из вариаций инструментов воспроизводства института массовых коммуникаций. И подобно другим новостным сообщениям в ней можно увидеть признаки понятия «власть-знание». Этот концепт был разработан М. Фуко с целью изучения развития институтов контроля за общественными силами. Однако Фуко обращает внимание на внутреннюю силу слова как источника современной власти, что неслучайно [Edy, Snidow 2011]. Принцип знания как власти подразумевает ограниченность и дисциплинированность части фактов и научных положений, которые могут быть неизвестны широкой массе людей либо оказываться недоступными. Экономика может рассматриваться в качестве одного из типичных объектов дисциплинированного знания, так как в ней чаще всего скрывается система теорем и положений, в которых нет постоянных, обоснованных констант. По сути, описание основывается на интерпретации принципа «при прочих равных условиях» [Grunberg 1978], что поддерживается на основе научной обоснованности и консенсуса. Как указывал в своё время Ю. Хабермас, в повседневной коммуникативной практике индивиды сталкиваются с проблемой достижения общего понимания хода некоторых вещей (событий), для чего требуется определённый запас «общего знания» (*shared knowledge*) [Forrester 2017]. СМИ в этом случае являются тем самым проводником этого знания.

Основная проблема институтов СМИ, по мнению представителей социологии массовой коммуникации, заключается в социальных и институциональных рамках, которые формируют информационные издания и журналисты. Сюда входит, например, проблема тщательной фильтрации событий и регулирование частоты публикаций для поддержания выработанной либо протекающей в определённый момент времени повестки дня. Например, исследование С. Сороки показывает, что и государственные, и частные медиа демонстрируют склонность к заметно более частому освещению негативных новостей, например, по безработице и инфляции. В то же время любые положительные новости по этим темам либо исключаются из медиапотока, либо подаются в отрицательной тональности [Soroka 2012]. Подобный эффект подкрепляет теория повестки дня, согласно которой определённые события, обстоятельства или новости оказывают влияние на установки и поведение людей, если очень часто напоминать о них аудитории и делать больше акцентов на личности, связанной с такими событиями [McCombs, Shaw 1972; Scheufele, Tewksbury 2007]. Исследование Дж. Хестера и Р. Гибсон демонстрирует специфику установления повестки дня в экономических сообщениях: СМИ, скорее, склонны больше освещать негативные сообщения либо явления, а индивид, который потребляет информацию, склонен негативно оценивать перспективы снижения инфляции либо безработицы, особенно если какой-то эко-

номический удар относится к нему. Это показывает свойство информационных сообщений выступать в качестве источников шоковых сигналов и как референтного знания в случае, если такое знание отсутствует в опыте индивида [Hester, Gibson 2003].

Усвоение новостных сообщений может зависеть от вовлечённости индивида в этот процесс в зависимости от уровня его образовательных, когнитивных навыков и качества потребления массовой информации [Wise, Bolls, Schaefer 2008]. В таком случае экономические новости, в отличие от новостей политических, культурных и других, могут быть причислены к источникам отражения сигналов на рынках и в экономике [Fogarty 2005]. Но большинство исследований в рамках социологии массовой коммуникации делают акцент на политических темах, в то время как экономические являются вторичным примером. Сравнительно небольшая часть новых эмпирических разработок (см.: [Lischka 2015]) находят поддержку среди исследователей потребительских настроений, и на то есть основания. Экономические процессы в большинстве случаев проходят в тени публичного пространства. Это значит, что институты СМИ вынуждены брать на себя работу по «разматыванию» клубка фактов, отражающих сложные, абстрактные явления и процессы. При этом лишь малая часть результатов такой работы попадает в ежедневную экономическую сводку.

Подходы укоренённости применительно к потребительским настроениям

Несмотря на активное использование ИПН в российских и американских исследованиях [Китрар, Липкинд 2020; Biolsi, Du 2020], до начала 1990-х гг. аргументация изменений потребительских настроений строилась вокруг экономических предпосылок, которые достигались путём разностороннего эконометрического моделирования. В 1990-х гг. многие аспекты многократно пересматриваются. В аналитической плоскости наблюдаются сложности со встраиванием социологической науки в поле ИПН по теоретическим и методологическим основаниям. Возможно, это было связано с недостаточным включением социологического аппарата в целостное исследование природы эмоциональных и иных социально-психологических составляющих экономического поведения.

Значительный поворот социологического анализа в сторону потребительских настроений прослеживается в работах середины 2000-х гг., когда вопрос объяснения этих ожиданий становится объектом особого внимания [Starr 2012]. Можно говорить о содержательном интересе к условиям и факторам не только на базе регрессионного анализа [Soroка 2015]. Развитие данного направления стало невозможно без учёта социальной природы потребительских настроений, то есть *укоренённости восприятия событий* в экономике так, как понимают это индивиды и их социальное окружение. Мы полагаем, что можно связать концепт потребительских настроений с рядом подходов экономической социологии [Krippner, Alvarez 2007]; например, с ролью укоренённости экономических действий и *ожиданий* людей, наполненных (преимущественно) психологическим и экономическим содержанием. В качестве отправной точки берётся работа Д. Декеча, которая посвящена ревизии концепта укоренённости [Dequech 2003]. Отсылка к книге П. Димаджио и Ш. Зукин ознаменует попытку актуализации множественной природы укоренённости исходя из того, что ключевые концепции и подходы, излагаемые в каждой из описанных в книге компонент, могут быть не только раскрыты в более содержательной форме, но и способствовать теоретическому осмыслению социальной природы потребительских настроений [DiMaggio, Zukin 1990].

Конечно, важно отметить, что в коллективной монографии Димаджио и Зукин наблюдается акцент на привычных для эконом-социологов уровнях анализа — на отношениях двух и более социально-экономических агентов, рынке, социальных сетях в организационных системах. В то же время содержательная составляющая позволяет апеллировать к идее потребительских настроений как минимум с четырёх позиций укоренённости — структурной, культурной, когнитивной и институциональной. Массмедиа мы склонны рассматривать как последний тип. Отдельный вопрос: что понимается под укоренённостью

стью в данном случае? Простой вариант определения представляет собой отсылку к фундаментальным работам К. Поланьи и М. Грановеттера, которые упоминаются во многих исследованиях. Определение складывается из трактовки укоренённости на микроуровне (тезис Грановеттера) и макроуровне (тезис Поланьи) как процесс встраивания экономического действия в русло социальных и культурных условий. Однако исследования, которые рассмотрены далее, отходят от такой оппозиции. Идея укоренённости относится к мезоуровню — в виде системы повторяющихся практик экономического действия, которая соответствует принятым в локальном контексте нормам, традициям и институтам.

Структурная укоренённость

В системах горизонтальных сетей взаимодействия функциональных экономических групп происходит встраивание экономического действия в контекст межличностных отношений, что способствует функционированию механизмов коммуникации, в том числе для регулирования ситуаций на рынке, выработки концепции доверия и институтов социальных контактов (что можно определить как *социальный капитал*). Это хорошо видно по ряду фундаментальных работ (см., например: [Грановеттер 2002; Радаев 2008]). Но при этом в подобных работах фокус сделан на организационных и рыночных пространствах, в то время как в нашем случае речь идёт, скорее, о взаимодействии полуабстрактной системы, то есть экономики как набора рыночных благ, доступных индивиду в меняющихся условиях, и актов экономического характера отдельно взятых индивидов.

Можно попытаться дополнить эту идею, рассмотрев *социальные сети* как источник распространения и воспроизводства информации, власти и экономических сигналов. Индивид (атомизированный субъект в понимании Грановеттера) находится в плотной цепи межличностных коммуникаций, а это определённым образом влияет на формирование, изменение субъективного восприятия экономики. Следовательно, можно говорить о том, что на «чисто экономические» действия влияет *доверие*, которое операционализируется в виде механизма функционирования социальных сетей, в частности наполненных слабыми связями [Goldberg et al. 2016]. Некоторые исследователи отмечают, что структурная укоренённость актов взаимодействия участников одной сети контактов позволяет снизить уровень контроля его отдельными участниками, что выравнивает ответственность и снижает неопределённость [Molm, Melamed, Whitham 2013].

В контексте потребительских настроений такой угол зрения возможен, поскольку субъектом экономических воззрений и потенциальных действий выступает отдельно взятый индивид. Он сталкивается напрямую с внешними рыночными силами и работает на выработку наиболее полезного для себя исхода. В этом случае доверие допустимо рассматривать как источник дополнительной уверенности в понимании происходящего, поскольку важной характеристикой сетевых отношений является не только наличие таковых у самого индивида, но и набор посреднических звеньев, которые позволяют выходить на новые уровни знания и скрытых инсайдов. Проиллюстрировать такой подход можно примерами поведения трейдеров и бизнес-агентов на фондовых рынках, где включённость в сети контактов, а также плотная сеть межличностной коммуникации способствуют не только повышению качества прогнозов, но и росту доверия всей системе [Pool, Stoffman, Yonker 2015].

Подобная логика находит подтверждение в исследованиях потребительских финансов, где на передний план также выходит идея сетевых отношений: сети выполняют функцию источника актуальной информации, которая усваивается участниками рынка через условные каналы социального обучения. Для встраивания подобных каналов требуется качественный уровень социального капитала и привязанность к мнению других людей. Скажем, исследование М. Байли иллюстрирует это на примере рынка недвижимости: более слабые сетевые отношения между индивидами детерминируют решения в отношении покупки недвижимости при прочих равных условиях [Bailey et al. 2018]. Возникает мысль, что личный (*perceived*) опыт в социальном окружении формирует у отдельно взятого индивида

большую уверенность в том, что происходит на рынке и как лучше всего поступить (особенно в том случае, если он не располагает достаточными знаниями и опытом). Что касается возможности интеграции структурной укоренённости в логику ИПН, то, как отмечали Дж. Катона и Е. Лайкерт, опросный дизайн позволяет получить разный спектр оценок в отношении субъективного материального положения и ожиданий [Katona, Likert 1946].

Культурная укоренённость

Ещё одним примером включения неэкономических факторов может служить *культура*. Культурная среда играет существенную роль в формировании порядка и схем восприятия реальности, в том числе экономической. В начале 2000-х гг. в работах вокруг ИПН вопрос культуры рассматривался в очень редких случаях (см., например: [Collins et al. 2021]). Связь абстрактных, математических систем и субъективных мыслей и решений связывает пространство, наполненное символическими и материальными сигналами и паттернами. Это способствует образованию и воспроизводству убеждений и устойчивых поведенческих схем. Операционализировать подобную логику непросто, однако подходящим понятием может быть *культурный код*, который как раз формируется, видоизменяется или остаётся неизменным в *определённом* социальном контексте, обществе.

На уровне культурного кода мы можем увидеть не просто укоренённость наших действий, но и социальную природу реакций и ожиданий. Современные исследования ИПН с включением СМИ как ключевого предиктора [Shapiro, Sudhof, Wilson 2022] не могут качественно подойти к *сентиментам* и *эмоциональным сигналам* в новостях как аргументативной модели в силу приверженности эконометрическим принципам. Конечно, важно понимать, что культура — это объект с разным значением. С позиции экономической социологии культура определяется как набор категорий и установок, способствующих вовлечению индивида в экономическое действие [DiMaggio 2019]. В контексте потребительских настроений под этим может пониматься свод социальных, культурных, поколенческих схем и категорий, которые закрепляются и воспроизводятся в определённой общности, то есть то, что можно операционализировать как устойчивый культурный код общественной группы или общности в целом.

Останется открытым вопрос, какие именно общности (уровни) должны рассматриваться в качестве источников укоренённых ожиданий. Можно предполагать, что к числу таковых относятся поколения людей. Например, в ряде исследований (см., например: [Ибрагимова 2014]) было показано, что представители разных поколений (условные беби-бумеры, миллениалы и др.) характеризуются принадлежностью к разным временным контекстам (например, равным их типичному периоду жизни), когда какие-либо события в экономике наиболее сильно влияли на их жизнь, в первую очередь на модели поведения и адаптации к кризисам, которые впоследствии могут воздействовать на изменчивость либо постоянство убеждений в отношении экономики и принимаемых на основе этого решений. Другим примером аргументации может служить проблема потребительской социализации, связанной с тем, как индивиды приобретают не столько потребительские практики, сколько модели соответствующих ожиданий в определённых социальных контекстах [Ward 1974]. Впрочем, актуальные прикладные исследования в какой-то степени усиливают данный тезис; в этом плане исследование Е. Бердышевой и Р. Романовой показывает на примере московских потребителей, что иногда они «всё более искусно осваивают грамматику рыночных цен» [Бердышева, Романова 2016], внося вклад в формирование и распространение новых культурных кодов.

Культурная укоренённость как природа экономических событий предполагает акцент на маркировании ситуации на рынке как «чёрных лебедей». Можно говорить о некоторой конвенциональной стороне вопроса: рыночное пространство способно формировать не только экономическую гармонию, но и соответствующий порядок (путём достижения конвенций) [Hertmann-Pillah 2010]. Понятно, что такая идея

абстрактна, и на самом деле в рыночном пространстве возникают непредвиденные обстоятельства. В то же время культурные институты, убеждения позволяют агентам вырабатывать концепции контроля и ритуалов преодоления подобной неопределённости. В качестве иллюстрации можно привести культуру поведения трейдеров на фондовых биржах, которая подчиняется системе ритуалов [Аболафия 2003; Наумова 2014]. Подобный подход, впрочем, требует уточнения в части укоренённости: в чём именно эта культура проявляется? Например, в отношении людей к событиям как регулярностям, которые свойственны определённым культурам и общностям. Экономические кризисы подпадают под категорию «чёрных лебедей» [Taylor, Williams 2009]: даже если их масштаб и длительность предсказуемы, постэффекты зачастую оказываются абсолютно неизвестны. В этом случае неопределённость сама по себе ритуализирует модели поведения и реакции, практики поиска и отслеживания информации⁴.

Институциональная укоренённость

Ещё одна логика может считаться конструктивной в вопросе изучения потребительских настроений. Исходный посыл институциональной укоренённости берёт своё начало в политической укоренённости, интерпретируемой по Зукин и Димаджо. Этот подход предполагает, что фокус анализа буквально «поднимается» на уровень макросистем, где воспроизводятся наборы порядков и институтов, обеспечивающих бесперебойную и системно-эффективную работу многих агентов (например, сети агентских отношений, взаимодействие бизнес-агентов и государства и проч.).

В начале дискуссии мы поднимали проблему «воображаемого будущего», сформулированную Й. Беккертом. Она может на теоретическом уровне иметь сильные связи как с вопросами неопределённости, так и с потребительскими настроениями. Дело в том, что даже сами экономисты констатируют сомнительность значимого влияния макроэкономики на индивидуальные действия и обратную реакцию в виде ожиданий и настроений [Carroll, Fuhrer, Wilcox 1994]. В какой-то момент можно прийти к тезису Й. Беккерта о том, что задача эконометрических прогнозов — осуществление координации на рынке (в экономике). Это означает, что со стороны экономических структур, на уровне отдельно взятых потребителей, возникает некоторый *системный, циклический институт ожиданий*, способствующий воспроизводству механизмов координации агентов в периоды, воспринимаемые как рецессивные или кризисные. В этот институт через косвенные механизмы и институты, одним из которых мы и считаем массмедиа, вовлечены в первую очередь исследователи и лишь во вторую потребители [Zuckerman 2004; Lischka 2015]. Фантомность прогнозов, или их удивительная несбыточность (в том числе с участием ИПН), перестаёт казаться деструктивной, поскольку такова попытка выстраивания, скажем так, особых перформативов, благодаря которым определённые институциональные структуры способны оперативно реагировать на потенциальные кризисы [Oomen, Hoffman, Hajer 2022].

Одним из следствий является то, что в рыночном пространстве между агентами возникают предпосылки конкуренции за знание и ожидания, которые в перспективе могут нарушать координацию поведения, взглядов на происходящее в экономике. В этом случае установление сети межличностных отношений, выработка паттернов реагирования способствуют *институциональной укоренённости* в действиях и решениях [Johannisson, Ramírez-Pasillas, Karlsson 2002]. В первую очередь институциональная укоренённость позволяет вырабатывать *стратегии легитимации*. Однако важно признать, что исследования в данном направлении касаются преимущественно бизнес-сетей, что не совсем подпадает под контекст потребительских настроений, где, по сути, сеть горизонтальных связей между людьми не всегда должна приводить к выработке унифицированных правил восприятия экономической реальности. В этом случае *государственная политика* и *общественное мнение* становятся другой формой

⁴ Индекс потребительских настроений, теоретически, способен оценивать подобные эффекты: в российской практике существовали периоды, когда обстановка способствовала росту чувства обеспокоенности, неизбежности негативных сценариев, что впоследствии производило культурные установки [Красильникова 2010].

институциональной укоренённости [Raven et al. 2011]. И именно в этом ключе *массмедиа*, будучи промежуточным звеном, способно не только подстраиваться под определённую государственную политику, но и выступать прокси-компонентой легитимирующих институтов для общественных групп, на основе которых, в конечном счёте, эти последние и выражают своё мнение [Pallas, Fredriksson 2013].

Заключение

В рамках данного обзора была сделана попытка систематизации основных теоретических и прикладных направлений исследования потребительских настроений, которые по-прежнему отличаются высокой актуальностью, демонстрируют новые горизонты расширения исследовательских вопросов. На сегодняшний день ИПН как концепт и операционализируемый индикатор находится в фазе структурной трансформации в связи с тем, что рецессивные изменения становятся сложнее интерпретировать исключительно за счёт динамики экономических процессов. При этом фокус на исключительности подобной аргументации становится недостаточным для построения, например, более содержательных и обоснованных прогнозных моделей. В обзоре показано, что культурная и институциональная укоренённость позволяют выделить функциональную роль массмедиа в формировании, закреплении и изменении потребительских ожиданий, субъективных представлений населения об экономической ситуации в стране. Результатом работы стала выработка такой концептуальной схемы, в которой укоренённость рассматривается в качестве связующего звена между экономикой и индивидуальными практиками людей (см. рис. 1). Важно отметить, что данная схема требует дальнейшего развития, в том числе через новые эмпирические исследования.

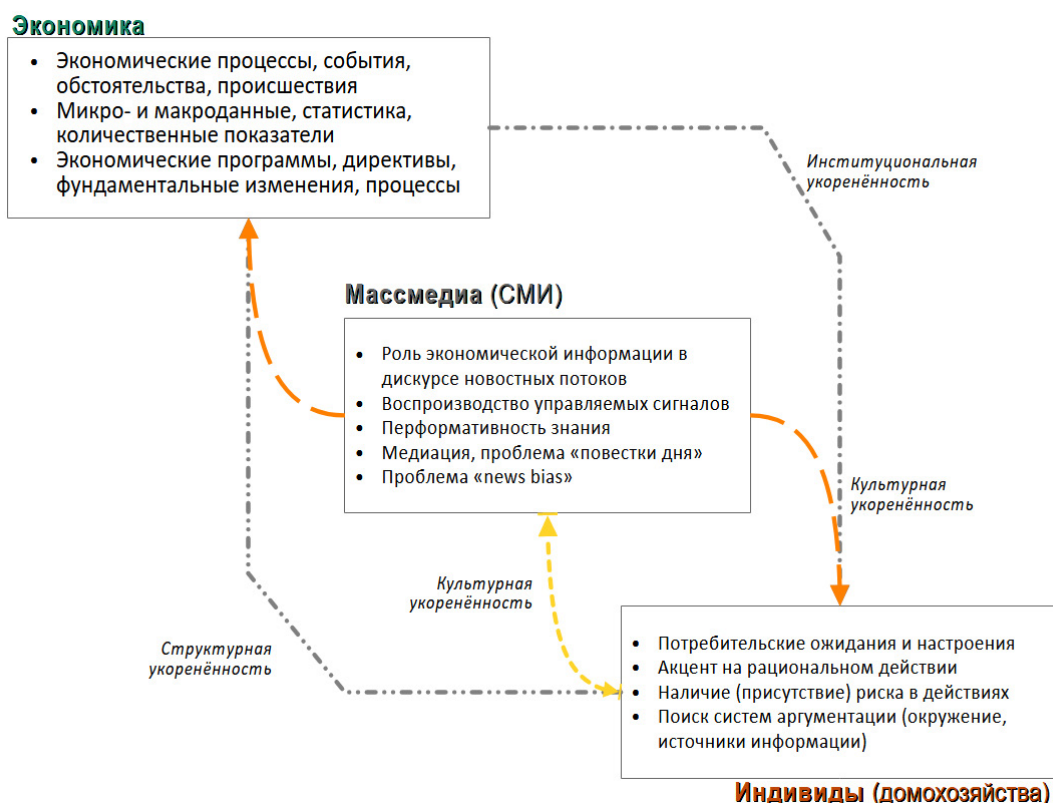


Рис. 1. Концептуальная схема укоренённости потребительских ожиданий

Предложенная схема предлагает связку трёх составляющих современного понимания ИПН: *экономика*, *домохозяйства*, *массмедиа*. Они репрезентируют микроуровень и макроуровень анализа. *Макроуровень* в настоящее время является разносторонне исследованным. Он может подразделяться на две составляющие. Первая составляющая выражена в виде эмпирических исследований в области социо-

логии массовой коммуникации и эконометрики. Развитие направления с 1990-х гг. сопровождается поиском способов операционализации СМИ и специализированных индикаторов. Исследования в этом направлении пока демонстрируют разнородные эффекты, что означает отсутствие единого подхода к объяснению роли СМИ в изменении потребительских настроений. Вторая составляющая посвящена взаимосвязи индекса потребительских настроений и макроэкономических параметров. В целом такие работы подтверждают прогностические возможности ИПН как показателя, но авторами не делается акцент на интерпретации содержательных эффектов такой связи. Скорее, речь идёт о поиске оптимальной модели и её диагностике.

Своего рода компенсацией недостатков существующих исследований можно считать переход на *микроровень*, то есть на анализ мнений и оценок отдельных индивидов. Таких публикаций значительно меньше, а основное внимание направлено на поиск и описание причин изменения динамики ИПН, интерпретация вычисляемых оценок потребительских настроений. Другие примеры — анализ когортных групп (поколений) или изучение влияния некоторых общих социальных процессов, аномий (*самоубийств*) на изменение настроений. В материалах последнего десятилетия появляются отсылки к более содержательным (социальным) предпосылкам, что важно учитывать при попытке сведения концепции укоренённости с ИПН. Таким образом, продуктивным направлением сейчас можно считать «СМИ-ИПН», в части не только эффектов, но и объяснения возможных изменений.

Литература

- Аболафия М. 2003. Рынки как культуры: этнографический подход. *Экономическая социология*. 4 (2): 63–72. URL: <https://ecsoc.hse.ru/2003-4-2/26593781.html>
- Антипов Г. А. 2022. На путях к метафизической исследовательской программе эволюционных процессов в науке: Томас Кун и Имре Лакатос. *Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология*. 65: 5–19. URL: <https://doi.org/10.17223/1998863X/65/1>
- Бердышева Е. С., Романова Р. И. 2016. Социальная архитектура рыночной цены: основы восприятия цен потребителями (случай Москвы). *Вопросы экономики*. 5: 127–150. URL: <https://doi.org/10.32609/0042-8736-2016-5-127-150>
- Грановеттер М. 2002. Экономическое действие и социальная структура: проблема укоренённости. *Экономическая социология*. 3 (3): 44–58. URL: <https://ecsoc.hse.ru/2002-3-3/26593518.html>
- Дементьева И. Н., Шаклеина М. В. 2019. Применение индексного метода в исследованиях потребительских настроений населения. *Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз*. 12 (1): 153–173. URL: <https://doi.org/10.15838/esc.2019.1.61.9>
- Ибрагимова Д. Х. 2014. Потребительские ожидания населения России (1996–2009): как взаимосвязаны когорты, поколения и возраст. *Экономическая социология*. 15 (3): 24–69. URL: <https://ecsoc.hse.ru/2014-15-2/118769268.html>
- Ибрагимова Д. Х., Николаенко С. А. 2005. *Индекс потребительских настроений*. М.: Поматур.
- Казун А. Д. 2017. Как экономика в новостях влияет на новости в экономике? Обзор теорий о специфике и роли экономических дискуссий в СМИ. *Экономическая социология*. 18 (3): 97–139. URL: <https://ecsoc.hse.ru/2017-18-3/206309098.html>

- Капелюшников Р. И. 2013. Поведенческая экономика и новый патернализм. Часть I. *Вопросы экономики*. 9: 66–90.
- Китрар Л. А. Липкинд Т. М. 2020. Анализ взаимосвязи индикатора экономических настроений и роста ВВП. *Экономическая политика*. 15 (6): 8–41. URL: <https://doi.org/10.18288/1994-5124-2020-6-8-41>
- Козлова М. А. 2016. Вклад Дж. М. Кейнса в анализ психологических мотивов экономического поведения. *Вестник МГИМО-Университета*. 3 (48): 188–195. URL: <https://doi.org/10.24833/2071-8160-2016-3-48-188-195>
- Красильникова М. Д. 2010. Как российское население переживает очередной экономический кризис. *Мир России. Социология. Этнология*. 19 (4): 162–181.
- Наумова Е. 2014. Социология «градов» Л. Болтански и Л. Тевено и «режимы вовлеченности» в капитализм. *Социологическое обозрение*. 13 (3): 246–251.
- Пястолов С. М. 2013. Реальности психологии и экономики. *Terra Economicus*. 11 (1): 38–46.
- Радаев В. В. 2005. Социология потребления: основные подходы. *Социологические исследования*. 1: 5–18.
- Радаев В. В. 2008. Рынок как переплетение социальных сетей. *Российский журнал менеджмента*. 6 (2): 47–54.
- Aarle B. van, Kappler M. 2012. Economic Sentiment Shocks and Fluctuations in Economic Activity in the Euro Area and the USA. *Intereconomics*. 47 (1): 44–51. URL: <https://doi.org/10.1007/s10272-012-0405-z>
- Algaba A. et al. 2023. Daily News Sentiment and Monthly Surveys: A Mixed-Frequency Dynamic Factor Model for Nowcasting Consumer Confidence. *International Journal of Forecasting*. 39 (1): 266–278. URL: <https://doi.org/10.1016/j.ijforecast.2021.11.005>
- Almeida F. 2015. The Psychology of Early Institutional Economics: The Instinctive Approach of Thorstein Veblen's Conspicuous Consumer Theory. *Economia*. 16 (2): 226–234. URL: <https://doi.org/10.1016/j.econ.2015.05.002>
- Anastasiou D., Ftiti Z., Louhichi W., Tsouknidis D. 2023. Household Deposits and Consumer Sentiment Expectations: Evidence from Eurozone. *Journal of International Money and Finance*. 131 (March): art. 102775. URL: <https://doi.org/10.1016/j.jimonfin.2022.102775>
- Bailey M. et al. 2018. Social Connectedness: Measurement, Determinants, and Effects. *Journal of Economic Perspectives*. 32 (3): 259–280. URL: <https://doi.org/10.1257/jep.32.3.259>
- Barberis N., Thaler R. 2003. A Survey of Behavioral Finance. In: Constantinides G., Harris M., Stulz R. M. (eds). *Handbook of the Economics of Finance*. 1st edn. Amsterdam: Elsevier; 1053–1128. URL: [https://doi.org/10.1016/S1574-0102\(03\)01027-6](https://doi.org/10.1016/S1574-0102(03)01027-6)
- Beckert J. 2013. Imagined Futures: Fictional Expectations in the Economy. *Theory and Society*. 42 (3): 219–240. URL: <https://doi.org/10.1007/s11186-013-9191-2>

- Berry Ch. J. 2012. Adam Smith's "Science of Human Nature". *History of Political Economy*. 44 (3): 471–492. URL: <https://doi.org/10.1215/00182702-1717257>
- Biolsi C., Du B. 2020. Do Shocks to Animal Spirits Cause Output Fluctuations? *Southern Economic Journal*. 87 (1): 331–368. URL: <https://doi.org/10.1002/soej.12452>
- Bram J., Ludvigson S. C. 1998. Does Consumer Confidence Forecast Household Expenditure? A Sentiment Index Horse Race. *Economic Policy Review*. 4 (2): 59–78.
- Breza E., Chandrasekhar A. G. 2019. Social Networks, Reputation, and Commitment: Evidence from a Savings Monitors Experiment. *Econometrica*. 87 (1): 175–216. URL: <https://doi.org/10.3982/ECTA13683>
- Burch S. W., Stekler H. 1969. The Forecasting Accuracy of Consumer Attitude Data. *Journal of the American Statistical Association*. 64 (328): 1225–1233. URL: <https://doi.org/10.2307/2286063>
- Carroll C. D., Fuhrer J. C., Wilcox D. W. 1994. Does Consumer Sentiment Forecast Household Spending? If So, Why? *The American Economic Review*. 84 (5): 1397–1408.
- Coleman J. S. 1988. Social Capital in the Creation of Human Capital. *American Journal of Sociology*. 94: 95–120. URL: <https://doi.org/10.1086/228943>
- Collins A. et al. 2021. Suicide, Sentiment and Crisis. *The Social Science Journal*. 58 (2): 206–223. URL: <https://doi.org/10.1016/j.soscij.2019.04.001>
- Curtin R. 2019. Consumer Expectations: A New Paradigm. *Business Economics*. 54 (4): 199–210. URL: <https://doi.org/10.1057/s11369-019-00148-1>
- Damstra A., Boukes M. 2018. The Economy, the News, and the Public: A Longitudinal Study of the Impact of Economic News on Economic Evaluations and Expectations. *Communication Research*. 48 (1): 26–50. URL: <https://doi.org/10.1177/0093650217750971>
- Dequech D. 2003. Cognitive and Cultural Embeddedness: Combining Institutional Economics and Economic Sociology. *Journal of Economic Issues*. 37 (2): 461–470.
- Dickinson Z. C. 1924. Quantitative Methods in Psychological Economics. *The American Economic Review*. 14 (1): 117–126.
- DiMaggio P. 2019. Social Structure, Institutions, and Cultural Goods: The Case of the United States. In: Bourdieu P., Coleman J. S., Coleman Z. W. (eds) *Social Theory for a Changing Society*. New York: Routledge: 133–166. URL: <https://doi.org/10.4324/9780429306440-5>
- DiMaggio P., Zukin S. 1990. *Structures of Capital: The Social Organization of Economic Life*. New York: Cambridge University Press.
- Dixon R., Griffiths W., Lim G. C. 2014. Lay People's Models of the Economy: A Study Based on Surveys of Consumer Sentiments. *Journal of Economic Psychology*. 44 (October): 13–20. URL: <https://doi.org/10.1016/j.joep.2014.06.001>
- Dugger W. M. 1979. Methodological Differences Between Institutional and Neoclassical Economics. *Journal of Economic Issues*. 13 (4): 899–909.

- Duesenberry J. S. 1948. Income-Consumption Relations and Their Implications. In: Metzler L. et al. *Income, Employment and Public Policy: Essays in Honor of Alvin H. Hansen*. New York: W. W. Norton & Company, Inc.; 54-81.
- Earl P. E. 1988. Economic Psychology. *Prometheus*. 6 (1): 142–149.
- Edy J. A., Snidow S. M. 2011. Making News Necessary: How Journalism Resists Alternative Media's Challenge. *Journal of Communication*. 61 (5): 816–834. URL: <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2011.01584.x>
- Fan C. S., Wong P. 1998. Does Consumer Sentiment Forecast Household Spending? The Hong Kong Case. *Economics Letters*. 58 (1): 77–84. URL: [https://doi.org/10.1016/S0165-1765\(97\)00247-4](https://doi.org/10.1016/S0165-1765(97)00247-4)
- Fogarty B. J. 2005. Determining Economic News Coverage. *International Journal of Public Opinion Research*. 17 (2): 149–172. URL: <https://doi.org/10.1093/ijpor/edh051>
- Forrester J. 2017. Foucault, Power-Knowledge and the Individual. *Psychoanalysis and History*. 19 (2): 215–232. URL: <https://doi.org/10.3366/pah.2017.0215>
- Friedman M. 1957 *A Theory of the Consumption Function*. Princeton: Princeton University Press.
- Garner C. A. 1981. Economic Determinants of Consumer Sentiment. *Journal of Business Research*. 9 (2): 205–220. URL: [https://doi.org/10.1016/0148-2963\(81\)90004-7](https://doi.org/10.1016/0148-2963(81)90004-7)
- Goldberg A. et al. 2016. Fitting In or Standing Out? The Tradeoffs of Structural and Cultural Embeddedness. *American Sociological Review*. 81 (6): 1190–1222. URL: <https://doi.org/10.1177/0003122416671873>
- Gric Z., Ehrenbergerova D., Hodula M. 2022. The Power of Sentiment: Irrational Beliefs of Households and Consumer Loan Dynamics. *Journal of Financial Stability*. 59 (April): art. 100973. URL: <https://doi.org/10.1016/j.jfs.2022.100973>
- Grunberg E. 1978. “Complexity” and “Open Systems” in Economic Discourse. *Journal of Economic Issues*. 12 (3): 541–560.
- Haller H. B., Norpoth H. 1997. Reality Bites: News Exposure and Economic Opinion. *The Public Opinion Quarterly*. 61 (4): 555–575. URL: <https://doi.org/10.1086/297817>
- Herrmann-Pillath C. 2010. Social Capital, Chinese Style: Individualism, Relational Collectivism and the Cultural Embeddedness of the Institutions — Performance Link. *China Economic Journal*. 2 (3): 325–350. URL: <https://doi.org/10.1080/17538960903529568>
- Hester J. B., Gibson R. 2003. The Economy and Second-Level Agenda Setting: A Time-Series Analysis of Economic News and Public Opinion about the Economy. *Mass Communication Quarterly*. 80 (1): 73–90. URL: <https://doi.org/10.1177/107769900308000106>
- Hymans S. H., Ackley G., Juster F. T. 1970. Consumer Durable Spending: Explanation and Prediction. *Brookings Papers on Economic Activity*. 1970 (2): 173–206.
- Johannisson B., Ramírez-Pasillas M., Karlsson G. 2002. The Institutional Embeddedness of Local Inter-Firm Networks: A Leverage for Business Creation. *Entrepreneurship & Regional Development*. 14 (4): 297–315. URL: <https://doi.org/10.1080/08985620210142020>

- Katona G. 1951. *Psychological Analysis of Economic Behavior*. New York: McGraw-Hill.
- Katona G. 1968. Consumer Behavior: Theory and Findings on Expectations and Aspirations. *The American Economic Review*. 58 (2): 19–30.
- Katona G. 1975. *Psychological Economics*. New York: Elsevier.
- Katona G., Likert R. 1946. Relationship between Consumer Expenditures and Savings: The Contribution of Survey Research. *The Review of Economics and Statistics*. 28 (4): 197–199.
- Kleinnijenhuis J., Schultz F., Oegema D. 2015. Frame Complexity and the Financial Crisis: A Comparison of the United States, the United Kingdom, and Germany in the Period 2007–2012. *Journal of Communication*. 65 (1): 1–23. URL: <https://doi.org/10.1111/jcom.12141>
- Knight F. H. 1925. Economic Psychology and the Value Problem. *The Quarterly Journal of Economics*. 39 (3): 372–409.
- Krippner G. R., Alvarez A. S. 2007. Embeddedness and the Intellectual Projects of Economic Sociology. *Annual Review of Sociology*. 33: 219–240. URL: <https://doi.org/10.1146/annurev.soc.33.040406.131647>
- Krupka E., Weber R. A. 2009. The Focusing and Informational Effects of Norms on Pro-Social Behavior. *Journal of Economic Psychology*. 30 (3): 307–320. URL: <https://doi.org/10.1016/j.joep.2008.11.005>
- Kühberger A. 1998. The Influence of Framing on Risky Decisions: A Meta-Analysis. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*. 75 (1): 23–55. URL: <https://doi.org/10.1006/obhd.1998.2781>
- Lindenberg S., Frey B. S. 1993. Alternatives, Frames, and Relative Prices: A Broader View of Rational Choice Theory. *Acta Sociologica*. 36 (3): 191–205. URL: <https://doi.org/10.1177/000169939303600304>
- Lischka J. A. 2015. *Economic News, Sentiment, and Behavior: How Economic and Business News Affects the Economy*. Wiesbaden: Springer. URL: <https://doi.org/10.1007/978-3-658-11541-8>
- Lozza E. et al. 2016. Consumer Sentiment after the Global Financial Crisis. *International Journal of Market Research*. 58 (5): 671–691. URL: <https://doi.org/10.2501/IJMR-2015-075>
- Makridis C. A. 2022. The Social Transmission of Economic Sentiment on Consumption. *European Economic Review*. 148 (September): art. 104232. URL: <https://doi.org/10.1016/j.euroecorev.2022.104232>
- Manski C. F. 2004. Measuring Expectations. *Econometrica*, 72 (5): 1329–1376. URL: <https://doi.org/10.1111/j.1468-0262.2004.00537.x>
- McCombs M. E., Shaw D. L. 1972. The Agenda-Setting Function of Mass Media. *Public Opinion Quarterly*. 36 (2): 176–187. URL: <https://doi.org/10.1086/267990>
- Medovikov I. 2016. When Does the Stock Market Listen to Economic News? New Evidence from Copulas and News Wires. *Journal of Banking & Finance*. 65 (April): 27–40.
- Morgan M. S., Knuuttila T. 2012. Models and Modelling in Economics. In: Mäki U. (ed.) *Philosophy of Economics. Handbook of the Philosophy of Science*. 13. Amsterdam, The Netherlands: Elsevier; 49–87.

- Molm L. D., Melamed D., Whitham M. M. 2013. Behavioral Consequences of Embeddedness: Effects of the Underlying Forms of Exchange. *Social Psychology Quarterly*. 76 (1): 73–97. URL: <https://doi.org/10.1177/0190272512468284>
- Nguyen V. H., Claus E. 2013. Good News, Bad News, Consumer Sentiment and Consumption Behavior. *Journal of Economic Psychology*, 39 (December): 426–438. URL: <https://doi.org/10.1016/j.joep.2013.10.001>
- Oomen J., Hoffman J., Hajer M. A. 2022. Techniques of Futuring: On How Imagined Futures Become Socially Performative. *European Journal of Social Theory*. 25 (2): 252–270. URL: <https://doi.org/10.1177/1368431020988826>.
- Pallas J., Fredriksson M. 2013. Corporate Media Work and Micro-Dynamics of Mediatization. *European Journal of Communication*. 28 (4): 420–435. URL: <https://doi.org/10.1177/0267323113488487>
- Palley T. 2010. The Relative Permanent Income Theory of Consumption: A Synthetic Keynes–Duesenberry–Friedman Model. *Review of Political Economy*. 22 (1): 41–56. URL: <https://doi.org/10.1080/09538250903391954>
- Pool V. K., Stoffman N., Yonker S. E. 2015. The People in Your Neighborhood: Social Interactions and Mutual Fund Portfolios. *The Journal of Finance*. 70 (6): 2679–2732. URL: <https://doi.org/10.1111/jofi.12208>
- Raven J. et al. 2011. An Institutional Embeddedness of Welfare Opinions? The Link between Public Opinion and Social Policy in the Netherlands (1970–2004). *Journal of Social Policy*. 40 (2): 369–386. URL: <http://doi.org/10.1017/S0047279410000577>
- Scheufele D. A., Tewksbury D. 2007. Framing, Agenda Setting, and Priming: The Evolution of Three Media Effects Models. *Journal of Communication*. 57 (1): 9–20. URL: https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2006.00326_5.x
- Shapiro H. T., Angevine G. E. 1969. Consumer Attitudes, Buying Intentions and Expenditures: An Analysis of the Canadian Data. *The Canadian Journal of Economics*. 2 (2): 230–249. URL: <https://doi.org/10.2307/133636>
- Shapiro A. H., Sudhof M., Wilson D. J. 2022. Measuring News Sentiment. *Journal of Econometrics*. 228 (2): 221–243. URL: <https://doi.org/10.1016/j.jeconom.2020.07.053>
- Simons J. et al. 2004. Placing Motivation and Future Time Perspective Theory in a Temporal Perspective. *Educational Psychology Review*. 16 (June): 121–139. URL: <https://doi.org/10.1023/B:EDPR.0000026609.94841.2f>
- Song M., Shin K.-S. 2019. Forecasting Economic Indicators Using a Consumer Sentiment Index: Survey-Based versus Text-Based Data. *Journal of Forecasting*. 38 (6): 504–518. URL: <https://doi.org/10.1002/for.2584>
- Soroka S. N. 2012. The Gatekeeping Function: Distributions of Information in Media and the Real World. *The Journal of Politics*. 74 (2): 514–528. URL: <https://doi.org/10.1017/S002238161100171X>
- Soroka S. N., Stecula D. A., Wlezien C. 2015. It's (Change in) the (Future) Economy, Stupid: Economic Indicators, the Media, and Public Opinion. *American Journal of Political Science*. 59 (2): 457–474. URL: <https://doi.org/10.1111/ajps.12145>

- Souleles N. S. 2004. Expectations, Heterogeneous Forecast Errors, and Consumption: Micro Evidence from the Michigan Consumer Sentiment Surveys. *Journal of Money, Credit and Banking*. 36 (1): 39–72. URL: <https://doi.org/10.1353/mcb.2004.0007>
- Starr M. A. 2012. Consumption, Sentiment, and Economic News. *Economic Inquiry*. 50 (4): 1097–1111. URL: <https://doi.org/10.1111/j.1465-7295.2010.00346.x>
- Taylor J. B., Williams J. C. 2009. A Black Swan in the Money Market. *American Economic Journal: Macroeconomics*. 1 (1): 58–83. URL: <https://doi.org/10.1257/mac.1.1.58>
- Tversky A., Kahneman D. 1981. The Framing of Decisions and the Psychology of Choice. *Science*. 211 (4481): 453–458. URL: <https://doi.org/10.1126/science.7455683>
- Tworek H. J. 2020. Oligopolies of the Past? Habermas, Bourdieu, and Conceptual Approaches to News Agencies. *Journalism*. 21 (12): 1825–1841. URL: <https://doi.org/10.1177/1464884919883489>
- Vaughan E., Seifert M. 1992. Variability in the Framing of Risk Issues. *Journal of Social Issues*. 48 (4): 119–135. URL: <https://doi.org/10.1111/j.1540-4560.1992.tb01948.x>
- Velthuis B. O. 1999. The Changing Relationship Between Economic Sociology and Institutional Economics: From Talcott Parsons to Mark Granovetter. *American Journal of Economics and Sociology*. 58 (4): 629–649. URL: <https://doi.org/10.1111/j.1536-7150.1999.tb03387.x>
- Viktorov I., Abramov A. 2020. The 2014–2015 Financial Crisis in Russia and the Foundations of Weak Monetary Power Autonomy in the International Political Economy. *New Political Economy*. 25 (4): 487–510. URL: <https://doi.org/10.1080/13563467.2019.1613349>
- Ward S. 1974. Consumer Socialization. *Journal of Consumer Research*. 1 (2): 1–14. URL: <https://doi.org/10.1086/208584>
- Warde A. 2017. *Consumption: A Sociological Analysis*. London: Palgrave Macmillan.
- Wärneryd K.-E. 2008. Economics and Psychology: Economic Psychology According to James Mill and John Stuart Mill. *Journal of Economic Psychology*. 29 (6): 777–791. URL: <https://doi.org/10.1016/j.joep.2008.03.001>
- Wise K., Bolls P. D., Schaefer S. R. 2008. Choosing and Reading Online News: How Available Choice Affects Cognitive Processing. *Journal of Broadcasting Electronic Media*. 52 (1): 69–85. URL: <https://doi.org/10.1080/08838150701820858>
- Zagórski K., McDonnell J. S. 1995. “Consumer Confidence” Indexes as Social Indicators. *Social Indicators Research*. 36 (3): 227–246. URL: <https://doi.org/10.1007/BF01078815>
- Zuckerman E. W. 2004. Structural Incoherence and Stock Market Activity. *American Sociological Review*. 69 (3): 405–432. URL: <https://doi.org/10.1177/000312240406900305>

PROFESSIONAL REVIEWS

Stanislav Pashkov

Non-Economic Structure of Consumer Sentiments: The Role of Social Embeddedness in Variability of Consumer Expectations

PASHKOV, Stanislav —

Lecturer, Department of Economic Sociology, HSE University. Address: 20 Myasnitskaya str., 101000, Moscow, Russian Federation.

Email: spashkov@hse.ru

Abstract

The review is devoted to the discussion around research on consumer expectations, with a focus on the methodological aspects and current problems of measuring the Consumer Sentiment Index (CSI) from a sociological perspective. The need to discuss the role of non-economic factors in the formation of consumer expectations is substantiated by sociological (socio-demographic) foundations, the influence of social environment (institutions), and the entrenched role of mass media. This approach allows us to explain “anomalies” that emerge in time series models, especially during periods of economic turbulence. As part of the study, the history of psychological economics (the theoretical basis of PPI) is provided,

and key approaches, theses and studies are considered. Most studies of consumer sentiment before the 1990s were descriptive in nature, based on economic data without deep reflection. Since the 1990s, new directions and studies have emerged, aiming to find meaningful explanation for changes in the index during periods of economic change. However, the findings are often disjointed and fail to establish systematic connections between consumer expectations, social factors and macroeconomics. One option for developing a “middle-range theory” involves constructing a conceptual framework based on the concept of embeddedness proposed by S. Zukin and P. DiMaggio. It has been shown that some forms of embeddedness make it possible to explain deviations and stable trends in the analysis of time series at a meaningful level. In this case, mass media can not only methodically complement the analysis of the IPI, but also plays a role in the rootedness of economic action. An important result of the work is the development of an updated conceptual framework that includes embeddedness as a significant variable in the construction of econometric models, indicating the specifics and possible limitations of this approach. The article contributes to the expansion of the utilization of CSI in sociological longitudinal studies, including the incorporation of mass media as an additional variable.

Keywords: CSI; consumer sentiments; cultural embeddedness; structural embeddedness; social capital; econometrics; mass media.

Acknowledgements

This research paper uses the results of the project “Everyday behavioral practices of Russians in the face of external shocks”, carried out within the framework of the HSE Fundamental Research Program in 2024.

References

Aarle B. van, Kappler M. (2012) Economic Sentiment Shocks and Fluctuations in Economic Activity in the Euro Area and the USA. *Intereconomics*, vol. 47, no 1, pp. 44–51.

- Abolafia M. (2003) Rynki kak kul'tura: etnographicheskiy podkhod [Markets as Cultures: An Ethnographic Approach]. *Journal of Economic Sociology = Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 4, no 2, pp. 63–72. Available at: <https://ecsoc.hse.ru/2003-4-2/26593781.html> (accessed 12 May 2024) (in Russian).
- Algaba A., Borms S., Boudt K., Verbeken B. (2023) Daily News Sentiment and Monthly Surveys: A Mixed-Frequency Dynamic Factor Model for Nowcasting Consumer Confidence. *International Journal of Forecasting*, vol. 39, no 1, pp. 266–278. doi: [10.1016/j.ijforecast.2021.11.005](https://doi.org/10.1016/j.ijforecast.2021.11.005)
- Almeida F. (2015) The Psychology of Early Institutional Economics: The Instinctive Approach of Thorstein Veblen's Conspicuous Consumer Theory. *Economia*, vol. 16, no 2, pp. 226–234. doi: [10.1016/j.econ.2015.05.002](https://doi.org/10.1016/j.econ.2015.05.002)
- Anastasiou D., Ftiti Z., Louhichi W., Tsouknidis D. (2023) Household Deposits and Consumer Sentiment Expectations: Evidence from Eurozone. *Journal of International Money and Finance*, vol. 131, art. 102775. doi: [10.1016/j.jimonfin.2022.102775](https://doi.org/10.1016/j.jimonfin.2022.102775)
- Antipov G. A. (2022) Na puti k metaphizicheskoy issledovatel'skoy programme evolyutsionnykh protsessov v nauke: Tomas Kun i Imre Lakatos. [Towards a Metaphysical Research Program of Evolutionary Processes in Science: Thomas Kuhn and Imre Lakatos]. *Tomsk State University Journal of Philosophy, Sociology and Political Science = Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filosofiya. Sotsiologiya. Politologiya*, no 65. pp. 5–19. Available at: <https://doi.org/10.17223/1998863X/65/1> (accessed 12 May 2024) (in Russian)
- Bailey M., Cao R., Kuchler T., Stroebel J., Wong A. (2018) Social Connectedness: Measurement, Determinants, and Effects. *Journal of Economic Perspectives*, vol. 32, no 3, pp. 259–80. doi: [10.1257/jep.32.3.259](https://doi.org/10.1257/jep.32.3.259).
- Barberis N., Thaler R. (2003) A Survey of Behavioral Finance. *Handbook of the Economics of Finance* (eds. G. Constantinides, M. Harris, R. M. Stulz), 1st edn., Amsterdam: Elsevier, pp. 1053–1128. Available at: [https://doi.org/10.1016/S1574-0102\(03\)01027-6](https://doi.org/10.1016/S1574-0102(03)01027-6) (accessed 12 May 2024).
- Beckert J. (2013) Imagined Futures: Fictional Expectations in the Economy. *Theory and Society*, no 42, pp. 219–240. doi: <https://doi.org/10.1007/s11186-013-9191-2>.
- Berdysheva E., Romanova R. (2016) Sotsial'naya arkhitektonika rynochnykh tsen: osnovy ponimaniya tsen potrebitelyami (sluchay Moskvy) [Social Architectonics of the Market Price: Basic Principles Behind the Perception of Prices by Russian Consumers (The Case of Moscow)]. *Voprosy Ekonomiki*, no 5, pp. 127–150. Available at: <https://doi.org/10.32609/0042-8736-2016-5-127-150> (accessed 12 May 2024) (in Russian).
- Berry Ch. J. (2012) Adam Smith's "Science of Human Nature". *History of Political Economy*, vol. 44, no 3, pp. 471–492. Available at: <https://doi.org/10.1215/00182702-1717257> (accessed 12 May 2024).
- Biolsi C., Du B. (2020) Do Shocks to Animal Spirits Cause Output Fluctuations? *Southern Economic Journal*, vol. 87, no 1, pp. 331–368. doi: [10.1002/soej.12452](https://doi.org/10.1002/soej.12452)
- Bram J., Ludvigson S. C. (1998) Does Consumer Confidence Forecast Household Expenditure? A Sentiment Index Horse Race. *Economic Policy Review*, vol. 4, no 2, pp. 59–78.

- Breza E., Chandrasekhar A. G. (2019) Social Networks, Reputation, and Commitment: Evidence from a Savings Monitors Experiment. *Econometrica*, vol. 87, no 1, pp. 175–216. Available at: <https://doi.org/10.3982/ECTA13683> (accessed 12 May 2024).
- Burch S. W., Stekler H. (1969) The Forecasting Accuracy of Consumer Attitude Data. *Journal of the American Statistical Association*, vol. 64, no 328, pp. 1225–1233. Available at: <https://doi.org/10.2307/2286063> (accessed 12 May 2024).
- Carroll C. D., Fuhrer J. C., Wilcox D. W. (1994) Does Consumer Sentiment Forecast Household Spending? If So, Why? *The American Economic Review*, vol. 84, no 5, pp. 1397–1408.
- Coleman J. S. (1988) Social Capital in the Creation of Human Capital. *American Journal of Sociology*, no 94, pp. 95–120.
- Collins A., Cox A., Kizys R., Haynes F., Machin S., Sampson B. (2021) Suicide, Sentiment and Crisis. *The Social Science Journal*, vol. 58, no 2, pp. 206–223. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.soscij.2019.04.001> (accessed 12 May 2024).
- Curtin R. (2019) Consumer Expectations: A New Paradigm. *Business Economics*, vol. 54, no 4, pp. 199–210. Available at: <https://doi.org/10.1057/s11369-019-00148-1> (accessed 12 May 2024).
- Damstra A., Boukes M. (2018) The Economy, the News, and the Public: A Longitudinal Study of the Impact of Economic News on Economic Evaluations and Expectations. *Communication Research*, vol. 48, no 1, pp. 26–50. Available at: <https://doi.org/10.1177/0093650217750971> (accessed 12 May 2024).
- Dement'eva I., Shakleina M. (2019) Primeneniye indeksnogo metoda v issledovaniyakh potrebitel'skikh nastroyeniy naseleniya [Applying the Index Method in the Research on Consumer Sentiment]. *Economic and Social Changes: Facts, Trends, Forecast = Ekonomicheskiye i sotsial'nyye peremeny: fakty, tendentsii, prognoz*, vol. 12, no 1, pp. 153–173. Available at: <https://doi.org/10.15838/esc.2019.1.61.9> (accessed 12 May 2024) (in Russian).
- Dequech D. (2003) Cognitive and Cultural Embeddedness: Combining Institutional Economics and Economic Sociology. *Journal of Economic Issues*, vol. 37, no 2, pp. 461–470.
- Dickinson Z. C. (1924) Quantitative Methods in Psychological Economics. *The American Economic Review*, vol. 14, no 1, pp. 117–126.
- DiMaggio P. (2019) Social Structure, Institutions, and Cultural Goods: The Case of the United States. *Social Theory for A Changing Society* (eds. P. Bourdieu, J. S. Coleman, Z. W. Coleman), Abingdon, Oxfordshire: Routledge, pp. 133–166. Available at: <https://doi.org/10.4324/9780429306440-5> (accessed 12 May 2024).
- DiMaggio P., Zukin S. (1990) *Structures of Capital: The Social Organization of Economic Life*, New York: Cambridge University Press.
- Dixon R., Griffiths W., Lim G. C. (2014) Lay People's Models of the Economy: A Study Based on Surveys of Consumer Sentiments. *Journal of Economic Psychology*, vol. 44, October, pp. 13–20. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.joep.2014.06.001> (accessed 12 May 2024).
- Duesenberry J. S. (1948) Income-Consumption Relations and Their Implications. *Lloyd Metzler et al., Income, Employment and Public Policy* (L. Metzler et al.), New York: W. W. Norton & Company, pp. 54–81.

- Dugger W. M. (1979) Methodological Differences Between Institutional and Neoclassical Economics. *Journal of Economic Issues*, vol. 13, no 4, pp. 899–909.
- Earl P. E. (1988) Economic Psychology. *Prometheus*, vol. 6, no 1, pp. 142–149.
- Edy J. A., Snidow S. M. (2011) Making News Necessary: How Journalism Resists Alternative Media’s Challenge. *Journal of Communication*, vol. 61, no 5, pp. 816–834. Available at: <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2011.01584.x> (accessed 12 May 2024).
- Fan C. S., Wong P. (1998) Does Consumer Sentiment Forecast Household Spending? The Hong Kong Case. *Economics Letters*, vol. 58, no 1, pp. 77–84. Available at: [https://doi.org/10.1016/S0165-1765\(97\)00247-4](https://doi.org/10.1016/S0165-1765(97)00247-4) (accessed 12 May 2024).
- Fogarty B. J. (2005) Determining Economic News Coverage. *International Journal of Public Opinion Research*, vol. 17, no 2, pp. 149–172. Available at: <https://doi.org/10.1093/ijpor/edh051> (accessed 12 May 2024).
- Forrester J. (2017) Foucault, Power-Knowledge and the Individual. *Psychoanalysis and History*, vol. 19, no 2, pp. 215–232. Available at: <https://doi.org/10.3366/pah.2017.0215> (accessed 12 May 2024).
- Friedman M. (1957) *A Theory of the Consumption Function*, Princeton: Princeton University Press
- Garner C. A. (1981) Economic Determinants of Consumer Sentiment. *Journal of Business Research*, vol. 9, no 2, pp. 205–220. Available at: [https://doi.org/10.1016/0148-2963\(81\)90004-7](https://doi.org/10.1016/0148-2963(81)90004-7) (accessed 12 May 2024).
- Goldberg A., Srivastava S. B., Manian V. G., Monroe W., Potts C. (2016) Fitting In or Standing Out? The Tradeoffs of Structural and Cultural Embeddedness. *American Sociological Review*, vol. 81, no 6, pp. 190–1222. Available at: <https://doi.org/10.1177/0003122416671873> (accessed 12 May 2024).
- Granovetter M. (2002) Ekonomicheskoye deystviye i sotsial’naya struktura: problema ukorenennosti [Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness]. *Journal of Economic Sociology = Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 3, no 3, pp. 44–58. Available at: <https://ecsoc.hse.ru/2002-3-3/26593518.html> (accessed 12 May 2024) (in Russian).
- Gric Z., Ehrenbergerova D., Hodula M. (2022) The Power of Sentiment: Irrational Beliefs of Households and Consumer Loan Dynamics. *Journal of Financial Stability*, vol. no 59, April, art. 100973. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.jfs.2022.100973> (accessed 12 May 2024).
- Grunberg E. (1978) “Complexity” and “Open Systems” in Economic Discourse. *Journal of Economic Issues*, vol. 12, no 3, pp. 541–560. Available at: <https://doi.org/10.1080/00213624.1978.11503553> (accessed 12 May 2024).
- Haller H. B., Norpoth H. (1997) Reality Bites: News Exposure and Economic Opinion. *The Public Opinion Quarterly*, vol. 61, no 4, pp. 555–575. Available at: <https://doi.org/10.1086/297817> (accessed 12 May 2024).
- Herrmann-Pillath C. (2010) Social Capital, Chinese Style: Individualism, Relational Collectivism and the Cultural Embeddedness of the Institutions–Performance Link. *China Economic Journal*, vol. 2, no 3, pp. 325–350. Available at: <https://doi.org/10.1080/17538960903529568> (accessed 12 May 2024).

- Hester J. B., Gibson R. (2003) The Economy and Second-Level Agenda Setting: A Time-Series Analysis of Economic News and Public Opinion about the Economy. *Mass Communication Quarterly*, vol. 80, no 1, pp. 73–90. Available at: <https://doi.org/10.1177/107769900308000106> (accessed 12 May 2024).
- Hymans S. H., Ackley G., Juster F. T. (1970) Consumer Durable Spending: Explanation and Prediction. *Brookings Papers on Economic Activity*, no 2, pp. 173–206.
- Ibragimova D. Kh. (2014) Potrebitel'skiye ozhidaniya naseleniya Rossii (1996–2009): kak vzaimosvyazany kogorty, pokoleniya i vozrast [Consumer Expectations of the Russian Population (1996–2009): How Cohorts, Generations and Age are Interconnected]. *Journal of Economic Sociology = Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 15, no 3, pp. 24–69. Available at: <https://ecsoc.hse.ru/2014-15-3/124385776.html> (accessed 12 May 2024) (in Russian).
- Ibragimova D. Kh., Nikolayenko S. A. (2005) *Indeks potrebitel'skikh nastroyeniy* [Consumer Sentiments Index], Moscow: Pomatur (in Russian).
- Johannisson B., Ramírez-Pasillas M., Karlsson G. (2002) The Institutional Embeddedness of Local Inter-Firm Networks: A Leverage for Business Creation. *Entrepreneurship & Regional Development*, vol. 14, no 4, pp. 297–315. Available at: <https://doi.org/10.1080/08985620210142020> (accessed 12 May 2024).
- Kapelyushnikov R. (2013) Povedencheskaya ekonomika i “novyy” paternalizm. Chast' I [Behavioral Economics and the New Paternalism. Part I.]. *Voprosy ekonomiki*, no 9, pp. 66–90 (in Russian).
- Katona G. (1951) *Psychological Analysis of Economic Behavior*, New York: McGraw-Hill.
- Katona G. (1968) Consumer Behavior: Theory and Findings on Expectations and Aspirations. *The American Economic Review*, vol. 58, no 2, pp. 19–30.
- Katona G. (1975) *Psychological Economics*, New York: Elsevier.
- Katona G., Likert R. (1946) Relationship between Consumer Expenditures and Savings: The Contribution of Survey Research. *The Review of Economics and Statistics*, vol. 28, no 4, pp. 197–199.
- Kazun N. (2017) Kak ekonomika v novostyakh vliyaet na novosti v ekonomike? Obzor teoriy o spetsifike i roli ekonomicheskikh diskussiy v SMI [How Does Economy in News Affects News in Economy? A Review of Theories on the Specific and Role of Economic Discussions in the Media]. *Journal of Economic Sociology = Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 18, no 3, pp. 97–129. Available at: <https://ecsoc.hse.ru/2017-18-3/206309098.html> (accessed 20 May 2024) (in Russian).
- Kitrar L. A., Lipkind T. M. (2020) Analiz vzaimosvyazi indikatora ekonomicheskikh nastroyeniy i rosta VVP [Analysis of the Relationship between the Indicator of Economic Sentiment and GDP Growth]. *Economic Policy = Ekonomicheskaya politika*, vol. 15, no 6, pp. 8–41. Available at: <https://doi.org/10.18288/1994-5124-2020-6-8-41> (accessed 12 May 2024) (in Russian).
- Kleinnijenhuis J., Schultz F., Oegema D. (2015) Frame Complexity and the Financial Crisis: A Comparison of the United States, the United Kingdom, and Germany in the Period 2007–2012. *Journal of Communication*, vol. 65, no 1, pp. 1–23. Available at: <https://doi.org/10.1111/jcom.12141> (accessed 12 May 2024).
- Knight F. H. (1925) Economic Psychology and the Value Problem. *The Quarterly Journal of Economics*, vol. 39, no 3, pp. 372–409.

- Kozlova M. (2016) Vklad J. M. Keynosa v analiz psikhologicheskikh motivov ekonomicheskogo povedeniya [Contribution of J. M. Keynes to the Analysis of Psychological Motives of Economic Behavior]. *MGIMO Review of International Relations = Vestnik MGIMO-University*, vol. 3, no 48, pp. 188–195. Available at: <https://doi.org/10.24833/2071-8160-2016-3-48-188-195> (accessed 12 May 2024) (in Russian).
- Krasil'nikova M. (2010) Kak rossiyskoye naseleniye perezhivayet ocherednoy ekonomicheskoy krizis [The Russian Population in the Light of Another Economic Crisis]. *Universe of Russia. Sociology. Ethnology = Mir Rossii. Sotsiologiya. Etnologiya*, vol. 19, no 4, pp. 162–181 (in Russian).
- Krippner G. R., Alvarez A. S. (2007) Embeddedness and the Intellectual Projects of Economic Sociology. *Annual Review of Sociology*, vol. 33, pp. 219–240. Available at: <https://doi.org/10.1146/annurev.soc.33.040406.131647> (accessed 12 May 2024).
- Krupka E., Weber R. A. (2009) The Focusing and Informational Effects of Norms on Pro-Social Behavior. *Journal of Economic Psychology*, vol. 30, no 3, pp. 307–320. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.joep.2008.11.005> (accessed 12 May 2024).
- Kühberger A. (1998) The Influence of Framing on Risky Decisions: A Meta-Analysis. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, vol. 75, no 1, pp. 23–55. Available at: <https://doi.org/10.1006/obhd.1998.2781> (accessed 12 May 2024).
- Lindenberg S., Frey B. S. (1993) Alternatives, Frames, and Relative Prices: A Broader View of Rational Choice Theory. *Acta Sociologica*, vol. 36, no 3, pp. 191–205. Available at: <https://doi.org/10.1177/000169939303600304> (accessed 12 May 2024).
- Lischka J. A. (2015) *Economic News, Sentiment, and Behavior: How Economic and Business News Affects the Economy*, Wiesbaden: Springer. Available at: <https://doi.org/10.1007/978-3-658-11541-8> (accessed 12 May 2024).
- Lozza E., Bonanomi A., Castiglioni C., Bosio A. C. (2016) Consumer Sentiment after the Global Financial Crisis. *International Journal of Market Research*, vol. 58, no. 5, pp. 671–691. doi: 10.2501/IJMR-2015-075
- Makridis C. A. (2022) The Social Transmission of Economic Sentiment on Consumption. *European Economic Review*, vol. 148, September, art. 104232. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.euroecorev.2022.104232> (accessed 12 May 2024).
- Manski C. F. (2004) Measuring Expectations. *Econometrica*, vol. 72, no 5, pp. 1329–1376. Available at: <https://doi.org/10.1111/j.1468-0262.2004.00537.x> (accessed 12 May 2024).
- McCombs M. E., Shaw D. L. (1972) The Agenda-Setting Function of Mass Media. *Public Opinion Quarterly*, vol. 36, no 2, pp. 176–187. Available at: <https://doi.org/10.1086/267990> (accessed 12 May 2024).
- Medovikov I. (2016) When Does the Stock Market Listen to Economic News? New Evidence from Copulas and News Wires. *Journal of Banking & Finance*, no 65, April, pp. 27–40. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2016.01.004> (accessed 12 May 2024).
- Molm L. D., Melamed D., Whitham M. M. (2013) Behavioral Consequences of Embeddedness: Effects of the Underlying Forms of Exchange. *Social Psychology Quarterly*, vol. 76, no 1, pp. 73–97. Available at: <https://doi.org/10.1177/0190272512468284> (accessed 12 May 2024).

- Morgan M. S., Knuuttila T. (2012) *Models and Modelling in Economics. Philosophy of Economics. Handbook of the Philosophy of Science*, vol. 13 (ed. U. Mäki), Amsterdam, The Netherlands: Elsevier, pp. 49–87.
- Naumova E. (2014) Sotsiologiya “Gradov” L. Boltanski i L. Teveno i “Rezhimy vovlechenosti” v kapitalizm [Luc Boltanski and Laurent Thévenot’s Sociology of “Worlds” and “Regimes of Engagement” with Capitalism]. *Russian Sociological Review = Sotsiologicheskoye obozreniye*, vol. 13, no 3, pp. 44–58 (in Russian).
- Nguyen V. H., Claus E. (2013) Good News, Bad News, Consumer Sentiment and Consumption Behavior. *Journal of Economic Psychology*, vol. 39, December, pp. 426–438. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.joep.2013.10.001> (accessed 12 May 2024).
- Oomen J., Hoffman J., Hajer M. A. (2022) Techniques of Futuring: On How Imagined Futures Become Socially Performative. *European Journal of Social Theory*, vol. 25, no 2, pp. 252–270. Available at: <https://doi.org/10.1177/1368431020988826> (accessed 12 May 2024).
- Pallas J., Fredriksson M. (2013) Corporate Media Work and Micro-Dynamics of Mediatization. *European Journal of Communication*, vol. 28, no 4, pp. 420–435. Available at: <https://doi.org/10.1177/0267323113488487> (accessed 12 May 2024).
- Palley T. (2010) The Relative Permanent Income Theory of Consumption: A Synthetic Keynes–Duesenberry–Friedman Model. *Review of Political Economy*, vol. 22, no 1, pp. 41–56. Available at: <https://doi.org/10.1080/09538250903391954> (accessed 12 May 2024).
- Pool V. K., Stoffman N., Yonker S. E. (2015) The People in Your Neighborhood: Social Interactions and Mutual Fund Portfolios. *The Journal of Finance*, vol. 70, no 6, pp. 2679–2732. Available at: <https://doi.org/10.1111/jofi.12208> (accessed 12 May 2024).
- Pyastolov S. M. (2013) Real’nosti psikhologii i ekonomiki [Realities of Psychology and Economics] *Terra Economicus*, vol. 11, no 1, pp. 38–46 (in Russian).
- Radaev V. (2005) Sotsiologiya potrebleniya: osnovnyye podkhody [Sociology of Consumption: Basic Approaches]. *Sociological Studies = Sotsiologicheskie Issledovaniia*, no 1, pp. 5–18 (in Russian).
- Radaev V. (2008) Rynok kak perepleteniye sotsial’nykh setey [The Market as an Interweaving of Social Networks]. *Russian Management Journal = Rossiyskiy zhurnal menedzhmenta*, vol. 6, no 2, pp. 47–54 (in Russian).
- Raven J., Achterberg P., Veen R. van der, Yerkes M. (2011) An Institutional Embeddedness of Welfare Opinions? The Link Between Public Opinion and Social Policy in the Netherlands (1970–2004). *Journal of Social Policy*, vol. 40, no 2, pp. 369–386. Available at: <https://doi.org/10.1017/S0047279410000577> (accessed 12 May 2024).
- Scheufele D. A., Tewksbury D. (2007) Framing, Agenda Setting, and Priming: The Evolution of Three Media Effects Models. *Journal of Communication*, vol. 57, no 1, pp. 9–20. doi: 10.1111/j.1460-2466.2006.00326_5.x
- Shapiro A. H., Sudhof M., Wilson D. J. (2022) Measuring News Sentiment. *Journal of Econometrics*, vol. 228, no 2, pp. 221–243. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.jeconom.2020.07.053> (accessed 12 May 2024).

- Shapiro H. T., Angevine G. E. (1969) Consumer Attitudes, Buying Intentions and Expenditures: An Analysis of the Canadian Data. *The Canadian Journal of Economics*, vol. 2, no 2, pp. 230–249. doi: [10.2307/133636](https://doi.org/10.2307/133636)
- Simons J., Vansteenkiste M., Lens W., Lacante M. (2004) Placing Motivation and Future Time Perspective Theory in a Temporal Perspective. *Educational Psychology Review*, vol. 16, June, pp. 121–139. Available at: <https://doi.org/10.1023/B:EDPR.0000026609.94841.2f> (accessed 12 May 2024).
- Song M., Shin K.-S. (2019) Forecasting Economic Indicators Using a Consumer Sentiment Index: Survey-Based versus Text-Based data. *Journal of Forecasting*, vol. 38, no 6, pp. 504–518. Available at: <https://doi.org/10.1002/for.2584> (accessed 12 May 2024).
- Soroka S. N. (2012) The Gatekeeping Function: Distributions of Information in Media and the Real World. *The Journal of Politics*, vol. 74, no 2, pp. 514–528. Available at: <https://doi.org/10.1017/S002238161100171X> (accessed 12 May 2024).
- Soroka S. N., Stecula D. A., Wlezien C. (2015) It's (Change in) the (Future) Economy, Stupid: Economic Indicators, the Media, and Public Opinion. *American Journal of Political Science*, vol. 59, no 2, pp. 457–474. Available at: <https://doi.org/10.1111/ajps.12145> (accessed 12 May 2024).
- Souleles N. S. (2004) Expectations, Heterogeneous Forecast Errors, and Consumption: Micro Evidence from the Michigan Consumer Sentiment Surveys. *Journal of Money, Credit and Banking*, vol. 36, no 1, pp. 39–72. Available at: <https://doi.org/10.1353/mcb.2004.0007> (accessed 12 May 2024).
- Starr M. A. (2012) Consumption, Sentiment, and Economic News. *Economic Inquiry*, vol. 50, no 4, pp. 1097–1111. Available at: <https://doi.org/10.1111/j.1465-7295.2010.00346.x> (accessed 12 May 2024).
- Taylor J. B., Williams J. C. (2009) A Black Swan in the Money Market. *American Economic Journal: Macroeconomics*, vol. 1, no 1, pp. 58–83. Available at: <https://doi.org/10.1257/mac.1.1.58> (accessed 12 May 2024).
- Tversky A., Kahneman D. (1981) The Framing of Decisions and the Psychology of Choice. *Science*, vol. 211, no 4481, pp. 453–458. Available at: <https://doi.org/10.1126/science.7455683> (accessed 12 May 2024).
- Tworek H. J. (2020) Oligopolies of the Past? Habermas, Bourdieu, and Conceptual Approaches to News Agencies. *Journalism*, vol. 21, no 12, pp. 1825–1841. Available at: <https://doi.org/10.1177/1464884919883489> (accessed 12 May 2024).
- Vaughan E., Seifert M. (1992) Variability in the Framing of Risk Issues. *Journal of Social Issues*, vol. 48, no 4, pp. 119–135. Available at: <https://doi.org/10.1111/j.1540-4560.1992.tb01948.x> (accessed 12 May 2024).
- Velthuis B. O. (1999) The Changing Relationship Between Economic Sociology and Institutional Economics: From Talcott Parsons to Mark Granovetter. *American Journal of Economics and Sociology*, vol. 58, no 4, pp. 629–649. Available at: <https://doi.org/10.1111/j.1536-7150.1999.tb03387.x> (accessed 12 May 2024).
- Viktorov I., Abramov A. (2020) The 2014–2015 Financial Crisis in Russia and the Foundations of Weak Monetary Power Autonomy in the International Political Economy. *New Political Economy*, vol. 25, no 4, pp. 487–510. Available at: <https://doi.org/10.1080/13563467.2019.1613349> (accessed 12 May 2024).
- Ward S. (1974) Consumer Socialization. *Journal of Consumer Research*, vol. 1, no 2, pp. 1–14. Available at: <https://doi.org/10.1086/208584> (accessed 12 May 2024).

Warde A. (2017) *Consumption: A Sociological Analysis*, London: Palgrave Macmillan.

Wärneryd K.-E. (2008) Economics and Psychology: Economic Psychology According to James Mill and John Stuart Mill. *Journal of Economic Psychology*, vol. 29, no 6, pp. 777–791. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.joep.2008.03.001> (accessed 12 May 2024).

Wise K., Bolls P. D., Schaefer S. R. (2008) Choosing and Reading Online News: How Available Choice Affects Cognitive Processing. *Journal of Broadcasting Electronic Media*, vol. 52, no 1, pp. 69–85. Available at: <https://doi.org/10.1080/08838150701820858> (accessed 12 May 2024)..

Zagórski K., McDonnell J. S. (1995) “Consumer Confidence” Indexes as Social Indicators. *Social Indicators Research*, vol. 36, no 3, pp. 227–246. Available at: <https://doi.org/10.1007/BF01078815> (accessed 12 May 2024).

Zuckerman E. W. (2004) Structural Incoherence and Stock Market Activity. *American Sociological Review*, vol. 69, no 3, pp. 405–432. Available at: <https://doi.org/10.1177/000312240406900305> (accessed 12 May 2024).

Received: April 24, 2023

Citation: Pashkov S. (2024) Neekonomicheskoe ustroystvo potrebitel'skikh nastroyeniy: rol' sotsial'noy ukorenjonnosti v analize izmenchivosti ozhidaniy [Non-Economic Structure of Consumer Sentiments: The Role of Social Embeddedness in Variability of Consumer Expectations]. *Journal of Economic Sociology = Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 25, no 3, pp. 183–212. doi: [10.17323/1726-3247-2024-3-183-212](https://doi.org/10.17323/1726-3247-2024-3-183-212) (in Russian).

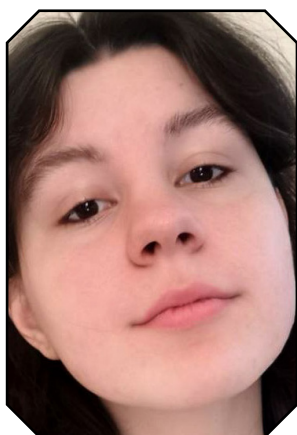
НОВЫЕ КНИГИ

Д. В. Петрова

О слухах и их разоблачениях: как бороться с недостоверной информацией?¹



Рецензия на книгу: Berinsky A. J. 2023. *Political Rumors: Why We Accept Misinformation and How to Fight It*. Princeton, NJ: Princeton University Press. 240 p.



ПЕТРОВА Дарья Вячеславовна — стажёр-исследователь Лаборатории экономико-социологических исследований (ЛЭСИ) НИУ ВШЭ. Адрес: 101000, Россия, г. Москва, ул. Мясницкая, д. 20.

Email: d.petrova@hse.ru

Книга «*Political Rumors: Why We Accept Misinformation and How to Fight It*» («*Политические слухи: почему мы принимаем недостоверную информацию и как с этим бороться?*») представляет результат многолетних исследований Адама Берински, посвящённых анализу разных сторон одной из форм недостоверной информации — слухов. Рассматриваются особенности распространения и устойчивости слухов в медиaprостранстве, обуславливаемые их вирусностью, повторяемостью и социальной передачей. Отдельное освещение получают факторы, связанные с верой в мисинформацию, среди которых выделяется склонность к конспирологическому мышлению и догматизму, а также политическая невовлечённость. Сочетая психологический и политологический подходы, автор книги делает акцент на особенностях восприятия слухов и их опровержения. Несмотря на то что эффект оказывается краткосрочным, продуктивной стратегией является коррекция слухов, резонирующая с политической ориентацией индивида. В рамках описания серии экспериментов в книге доказывається склонность людей подтверждать свои убеждения, в связи с чем бóльшим доверием обладают источники, чья партийная идентичность соответствует представлениям человека. В то же время в случае опровержений, напротив, люди более восприимчивы к информации, транслируемой источниками, которым выгодно существование слуха. Книга предлагает по-новому взглянуть на возможности разоблачения слухов, смещая фокус с нейтральных источников опровержения на имеющие явную политическую окраску и задействуя психологические и эвристические механизмы восприятия информации.

Ключевые слова: политические слухи; мисинформация; конспирологическое мышление; политическая поляризация; селективное восприятие; разоблачение слухов.

¹ В работе использованы результаты проекта «Повседневные поведенческие практики россиян в условиях внешних шоков», выполненного в рамках Программы фундаментальных исследований НИУ ВШЭ в 2024 г.

Введение

Политические слухи, как и другие формы мисинформации (*misinformation*), явление не новое. Однако с активным распространением Интернета изменяются способы взаимодействия с такой информацией, а также пути её распространения. Так, расширяется количество доступных источников, увеличивается объём получаемых данных, который всё менее ограничен пропускной способностью медиа [Hilgartner, Bosk 1988]. Люди приобретают возможность самостоятельно выбирать информацию и регулировать её потребление, избегая идеологически чуждых ресурсов и останавливаясь на использовании тех источников, которые в большей степени соответствуют личным политическим убеждениям. Более того, недостоверная информация имеет свойство становиться вирусной, распространяясь быстрее и «дальше» за счёт социальной передачи, а также обладая более значительными эффектами для аудитории, нежели правдивая и фактически точная информация [Vosoughi, Roy, Aral 2018].

Продолжительность существования этого феномена отчасти нормализует его в качестве элемента политической жизни. В то же время, как утверждают некоторые авторы, мисинформация может иметь ряд негативных последствий для самой политической системы: уменьшать доверие к правительству и государству, снижать уровень политического участия [Strömbäck et al. 2022]. Соответственно, политические слухи могут быть злокачественной формой недостоверной информации, что делает актуальным и важным их рассмотрение в контексте поиска действенных решений для устранения отрицательных эффектов. Один из основных вопросов, которым мы зададимся вслед за А. Берински: как и благодаря чему политические слухи (*political rumors*) и заблуждения (*misperceptions*) продолжают своё существование в общественном сознании, даже несмотря на многочисленные опровержения как со стороны экспертов и политических акторов, так и в медиaprостранстве? Обсуждаемая монография, вписываясь в общую академическую дискуссию, представляет собой попытку поиска нового практического решения для борьбы с мисинформацией.

В целом поле исследований недостоверной информации достаточно активно и быстро развивается, особенно в последнее десятилетие. Сотни публикаций посвящены мис- и дезинформации (*disinformation*) и, в частности, рассматривают эти явления через призму причин распространения подобных сообщений и факторов доверия им, последствий восприятия на индивидуальном уровне и в публичной сфере, попыток решения проблем, связанных с устойчивостью заблуждений. При этом наблюдается сфокусированность на американском контексте — наибольший объём исследований адресован именно США [Broda, Strömbäck 2024]. Что нового предлагается в монографии А. Берински и чем его подход отличается от других работ? Автор обращается к микроуровню и политической психологии, делая акцент на индивидуальных диспозициях и паттернах восприятия информации. Выдвигается предположение о том, что политические убеждения, включающие как общую систему взглядов и ценности, так и партийную идентификацию (*partisanship*), выступают медиатором реакций на слухи и их опровержения. Не отсылая напрямую к конкретной теоретической традиции, автор тем не менее развивает психологический подход, обращается к широкому перечню работ, служащие опорой для используемых в эмпирической части шкал и тестируемых гипотез, среди которых следующие: [Allport, Postman 1947; McClosky, Chong 1985; Uscinski, Parent 2014; Rosenblum, Muirhead 2019].

На основе двух ключевых дилемм — поиск причин устойчивости слухов и способов продуктивного опровержения недостоверной информации — строится и сама структура книги. Она может условно быть разделена на три блока, где каждый объединён общей темой. Первые две главы монографии — «Rumors in the Political World» («Слухи в политическом мире») и «The Roots of Rumor Beliefs» («Основания веры в слухи») — посвящены тем факторам, которые вносят вклад в широкое распространение политических слухов и устойчивость веры в них. Далее предпринимается попытка экспериментально протестировать ряд гипотез, связанных с особенностями восприятия самих слухов и их опровержений

через призму политических убеждений приверженцев разных партий — это главы «Can We Correct Rumors?» («Можем ли мы исправить слухи?») и «Rumors and Misinformation in the Time of Trump» («Слухи и мисинформация во времена Трампа»). В последней главе — «The Role of Political Elites» («Роль политических элит») — автор обращается к стороне «предложения» и тому, как и кем распространяется недостоверная информация, в каких формах существует корректировка слухов, насколько исправления распространены и эффективны. Не останавливаясь подробно на специфических паттернах распространения недостоверной информации и её восприятия республиканцами и демократами, а также на различиях между приверженцами этих партий, попробуем в данной рецензии рассмотреть ряд более общих, но ключевых для рецензируемой работы сюжетов, выделяющих её на фоне большого корпуса литературы, посвящённой недостоверной информации.

Стоит отметить многообразие эмпирического материала, объединяющего в рамках одной монографии результаты целого ряда проведённых исследований. Автор книги опирается на количественные данные 11 опросов, репрезентирующих население США и датируемые 2010–2019 гг. [Berinsky 2023: 46]. Часть данных получены из опросов, проведённых самим автором через YouGov², часть — из опросов Cooperative Congressional Election Study (CCES)³ и American National Election Study (ANES)⁴, приуроченных к периодам выборов. Массивы такой информации в первую очередь позволяют оценить уровни веры в разные наборы слухов, а также протестировать гипотезы, касающиеся факторов, опосредующих веру в недостоверную информацию. Кроме того, Берински дополняет анализ результатами собственных экспериментов, тестирующих психологические механизмы восприятия информации и эффективность различных стратегий опровержений слухов. Эксперименты проводились в несколько раундов и затрагивали актуальные для конкретного периода времени темы: оружие массового поражения в Ираке (исследование 2010 г. [Berinsky 2023: 85], реформа здравоохранения Барака Обамы (две волны экспериментов весной и осенью 2010 г.) [Berinsky 2023: 90], выборы и политическую деятельность Дональда Трампа (серия из четырёх экспериментов в 2015–2017 гг.) [Berinsky 2023: 110].

Политические слухи, фейковые новости и конспирологические теории: о чём всё-таки речь?

Прежде чем перейти к обсуждению эмпирических результатов исследования и вопросам, попытку ответа на которые выдвигает в качестве своей цели автор, остановимся на теоретической и терминологической составляющей монографии, в частности, на определении, используемом для описания политических слухов. Концептуализация понятий является одним из спорных мест работы в целом. Относя политические слухи к разновидности мисинформации, предполагающей относительно стихийное и нецеленаправленное распространение, Берински не разграничивает их явно с другими типами недостоверной информации. Например, по ряду параметров слухи оказываются неотделимыми от фейковых новостей, которые, как правило, рассматриваются в качестве примеров дезинформации, намеренно распространяемых ложных сведений [Humphreht, Esser, Aelst 2020].

Слухи понимаются как утверждения о происходящих событиях без достаточных оснований для того, чтобы считать их правдой [Berinsky 2023: 22]. При этом слухи, по мнению автора, являются не просто некоторыми неподтверждёнными догадками, но и могут противоречить имеющимся у общественности и принимаемым ею доказательствам. Цельное определение политических слухов в книге не приводится, фиксируются лишь основные характеристики понятия как такового, политическое измерение до-

² Американский сервис, предлагающий пользователям прохождение опросов с получением денежного вознаграждения.

³ Общенациональный онлайн-опрос, который проводится до и после президентских и промежуточных выборов в США.

⁴ Общенациональный опрос, проводящийся в формате личного интервью до и после президентских выборов в США. Включает широкий перечень вопросов, касающихся электорального поведения граждан, политического участия, а также общественного мнения по политическим темам.

полнительно не проблематизируется и не получает конкретизации. Тем не менее Берински указывает, что фактический объём потребляемой через медиа политической информации не исчерпывается тем, что напрямую связывается с политикой [Berinsky 2023: 39]. Можно было бы ожидать, что определение «политическое» в понятии «слухи» также получит осмысление, поскольку, говоря о доверии к недостоверной информации, автор выделяет содержание контента как одну из ключевых составляющих наравне с индивидуальной склонностью к конспирологическому мышлению.

Стоит отметить, что в литературе, посвящённой проблематике мис- и дезинформации, также не существует консенсуса и ясности в разграничении основных понятий. Так, политические слухи могут рассматриваться как одна из разновидностей фейковых новостей или, напротив, получать расширительное понимание, становясь одним из проявлений конспирологического мышления [Uscinski 2018]. Одновременно с этим слухи могут выделяться на фоне других концептов, в том числе не считаясь формой мисинформации [Jerit, Zhao 2020]. У Берински политические слухи оказываются зонтичным понятием, отделяемым от фейков, но при этом включающим в качестве одного из своих подтипов конспирологические теории.

В отдельных частях работы слухи по своим чертам сливаются с другими видами недостоверной информации. Например, слухи, как и теории заговоров, как правило, не имеют конкретных авторов, сами феномены схожи с точки зрения задействуемых нарративов, а своим появлением обязаны не только недостаточности информации, но и существованию различного рода необоснованных убеждений. Операционализируя веру в слухи, Берински активно использует понятие «конспирологическое мышление» и его характеристики; для эмпирической части адаптируется шкала догматизма [McClosky, Chong 1985]. Несмотря на то что автор описывает конспирологические теории как частный случай слухов, чёткая граница между этими понятиями не проводится, а утверждения, включаемые в опросы в качестве слухов, мало чем отличаются от формулировок конспирологических теорий в других исследованиях (например, используемое в работе утверждение: «Верите ли вы, что космический корабль с другой планеты потерпел крушение в Розуэлле, штат Нью-Мексико, в 1947 г.?» [Berinsky 2023: 50], — также могло бы стать частью измерения веры в теории заговора, поскольку описываемое событие породило ряд связанных с ним конспирологических теорий).

По некоторым характеристикам слухи похожи и на фейковые новости. Так, если конспирологические теории принципиально нефальсифицируемы, чем гарантируется их «правдивость», фейки, как правило, описываются как намеренно распространяемая и заведомо ложная информация [Egelhofer, Lecheler 2019], то есть существует реальная возможность верификации таких утверждений. Слухи в работе оказываются одновременно и утверждениями с доступными широкой публике опровержениями, и информацией, содержащей неподтверждённые данные, что не позволяет с полной уверенностью говорить о её ложности. В монографии в качестве одного из свойств слухов выделяется анонимность, однако приводятся примеры, когда слухи активно поддерживаются и транслируются конкретными политическими деятелями, продолжающими повторять информацию, которая может быть уже опровергнутой. Это, в свою очередь, может описываться и в терминах пропаганды, то есть информации, распространяемой с целью манипулирования представлениями и поведением аудитории [Jowett, O'Donnell 2012].

Таким образом, с концептуальной точки зрения работа не позволяет определить специфику слухов как одной из форм недостоверной информации. Политическая пропаганда, например, в целом не обсуждается как самостоятельное понятие, хотя заявления, направленные на обличение политических противников и содержащие неподтверждённые сведения, могут являться её элементом. Слухи становятся общей универсальной рамкой для описания спектра вариаций недостоверной информации, что затрудняет интерпретацию эмпирических результатов исследования, поскольку непонятным остаётся, для

каких именно типов утверждений на самом деле оказываются верными выявленные закономерности. Дополнительную сложность также создаёт тот факт, что проведённые эксперименты предполагают искусственное моделирование ситуаций столкновения со слухами. Исключается контекст получения подобных сообщений, хотя в естественных условиях люди зачастую могут не ставить под сомнение правдивость информации и не распознавать её как слух или фейк [Tandoc, Lim, Ling 2018].

О фундаменте устойчивости политических слухов

Слухи определяются не только через содержание неподтверждённых данных и их быстрое распространение. Их сила не в подкрепляющей системе доказательств, но в повторяемости и связанной с этим иллюзии общественного принятия. Аргументы в пользу устойчивости слухов в рецензируемой книге раскрываются с двух сторон: через понятия «селективное восприятие» (*selective exposure*) и «случайное столкновение» (*incidental exposure*) с информацией. Недостоверная информация не концентрируется в герметичных эхо-камерах и пузырях фильтрации среди создателей и в группе приверженцев (*believers*). Слухи «рикошетят» в аудитории, обеспечивая социальную передачу неподтверждённой информации и её получение в том числе группами, не входящими в круг основных сторонников.

В контексте обсуждения веры в слухи возникает важная для дальнейшего обсуждения группа, в книге называемая «неопределившиеся» (*uncertain*). Она служит индикатором распространённости и силы слуха, а также, согласно гипотезе автора, представляет наиболее восприимчивый к изменению убеждений тип людей. Эта категория индивидов, с одной стороны, не является полностью разделяющей веру в слухи, с другой стороны, не склонна к однозначному их отрицанию. Примечательно, что доля людей, затруднившихся с ответом о правдивости или ложности конкретных слухов, оказывается достаточно большой: 17–47%, по данным нескольких опросов [Berinsky 2023: 49–51]. Сама группа также является неустойчивой во времени: доля тех, кто поддерживает или отвергает слухи, относительно стабильна [Berinsky 2023: 55], вариация же характерна именно для тех, кто не уверен в правдивости или ложности. Следовательно, их тяготение к одному из полюсов на шкале «признание — отрицание» способно усиливать или ослаблять силу конкретных слухов.

Стоит остановиться на том, как выглядит эта группа, действительно ли она является некоторым цельным образованием. Берински отмечает, что состав неопределившихся достаточно гетерогенен. Это и те, кто не вовлечён в политический дискурс, в связи с чем не имеет чёткой позиции касательно правдивости получаемой информации, и скептики, не желающие принимать информацию на веру, но и не отвергающие её. Безусловно, в группу входят и просто те, кто действительно не уверен в (не)достоверности слуха. Кажется, что неопределившиеся на самом деле не составляют единого «вида», а представляют собой принципиально разные подгруппы, демонстрирующие различные паттерны восприятия информации (хотя все они пересекаются и оказываются в одной категории, характеризующейся ответами «Not sure» («Не уверен»), «Don't know» («Не знаю») при оценке в рамках количественных опросов). Автор фиксирует различие, однако в эмпирической проверке гипотез об эффективности различных способов коррекции слухов оно не задействуется. В этом видится значительное ограничение, поскольку такое разделение неопределившихся ставит нас перед вопросом о том, с кем мы имеем дело: с теми, (1) кто не информирован и не осведомлён достаточно, не владеет темой, или с теми, (2) кто уже частично мисинформирован и, по крайней мере, допускает возможность достоверности слухов, либо же (3) со скептиками, которые критически настроены по отношению к политической системе в целом.

Во всех этих ситуациях корректировка слухов фактически будет играть различную роль: в первом случае заполняется пробел в знаниях человека, в остальных новая информация сталкивается с существующей диспозицией. Хотя основания для веры в слухи на самом деле достаточно вариативны, автор сосредоточивается на внутренних и личностных характеристиках человека, которые способствуют вос-

приимчивости к недостоверной информации. Акцент делается на двух компонентах: на специфическом содержании слуха и индивидуальных диспозициях. Соответственно, важны свойства контента в сочетании с мировоззрением человека. Несмотря на то что автор книги апеллирует к большому количеству возможных факторов, способствующих склонности к конспирологическому мышлению, не до конца обоснованным оказывается переход к выбранным индикаторам. Так, в качестве потенциальных причин веры в слухи, конспирологические теории и другие формы недостоверной информации выделяются низкий уровень информированности и отсутствие достаточных знаний о политике, возможная незаинтересованность в данной сфере, чувство отчуждённости, низкий уровень образования, догматичность мышления и нетолерантность к неоднозначности (*intolerance of ambiguity*), склонность приписывать причинно-следственные связи с происходящими событиями невидимым, но преднамеренно действующим силам. Возможные основания веры в слухи рассматриваются через оптику нескольких дисциплин, однако социальные факторы автором отбрасываются в пользу тестирования индивидуальных психологических диспозиций и измерения степени недоверия политикам и политической системе в целом.

Добавление политической идентичности отчасти позволяет делать выводы о паттернах распространения слухов, поскольку лояльность группам, с которыми индивиды чувствуют связь, определяет меньшую склонность к вере в слухи, направленные против собственной партии, и большую — в слухи, касающиеся противоположного политического лагеря. Через эту призму рассматриваются и источники информации; большее доверие демонстрируется по отношению к тем из них, которые кажутся надёжными. Берински выделяет две составляющие надёжности: (1) экспертиза, то есть возможность источника давать точные и корректные данные, а также (2) достоверность (*trustworthiness*) — то, насколько источники действительно готовы предоставлять такую информацию [Berinsky 2023: 13]. Воспринимаемая надёжность становится важной в контексте обсуждения политически ангажированных источников, поскольку они могут рассматриваться как преследующие собственные интересы. В книге часто упоминается роль специфичности содержания слухов, накладывающейся на общую склонность к конспирологическому мышлению, однако сюжету о том, почему люди верят в одни, а не в другие теории заговора, внимание не уделяется. Констатируя определяющее влияние политических убеждений, А. Берински отбрасывает прочие возможные характеристики содержания.

Сила слухов определяется ещё и особенностями их циркуляции в информационной среде. Так, социальная передача и повторение слухов (даже в рамках их опровержения) могут способствовать их дальнейшему воспроизводству и закреплению. Слухи не только работают как подтверждение людьми собственных убеждений, но и позволяют формировать и подкреплять цельную картину мира, поэтому, например, люди часто склонны верить сразу в несколько теорий заговора [Swami et al. 2011]. Совокупность слухов формирует единый когерентный и устойчивый нарратив, способствуя простоте восприятия и давая возможность ориентации в условиях неопределённости, которая является одним из неисключаемых внешних условий при обсуждении причин принятия недостоверной информации и оперирования ею в повседневности. Таким образом, в уравнение, предлагаемое Берински, стоит включить не только содержание и персональные убеждения, но и такие переменные, как сопоставимость с уже имеющейся информацией, надёжность источника, а также представление о том, насколько верят в слухи другие люди, поскольку это лежит в основе их социальной передачи. Ещё одна важная составляющая уравнения — задействуемые в обращении с информацией эвристики, которые только вскользь затрагиваются в работе. Помимо представления об общественном принятии слуха, индивидуальное согласие с недостоверной информацией может обуславливаться иллюзией её знакомости, беглостью восприятия (*fluency*), возникающими из-за вирусности такого контента и высокой частоты его повторения. Эвристики сопутствуют всему процессу восприятия поступающей информации, однако их измерение оказывается достаточно проблематичным и труднофиксируемым. Это, возможно, объясняет лишь косвенное рассмотрение таких когнитивных искажений в рамках работы (эмпирическое тестирование получает только гипотеза о влиянии повторяемости информации).

«Волшебная таблетка» от мисинформации, или Стоит ли бояться слухов?

Наиболее важной частью работы являются попытки экспериментальной проверки эффективности различных форм опровержения слухов. В книге приводятся результаты тестирования ряда гипотез, задействуется богатый эмпирический материал, собранный А. Берински и его коллегами в рамках нескольких проектов за последнее десятилетие. Данные включают результаты ряда опросов и экспериментов, проведённых в 2010–2017 гг. и затрагивающих как политические слухи, актуальные для исследуемого времени (например, слухи о «панелях смерти» в контексте политики здравоохранения Б. Обамы или информацию об электоральном процессе и результатах выборов президента с участием Д. Трампа), так и общее обсуждение слухов, специфичных для американского контекста (например, о теракте 11 сентября 2001 г. или убийстве президента Кеннеди в 1963 г.). Это, с одной стороны, позволяет обеспечивать сопоставимость во времени и проследивать устойчивость обнаруживаемых закономерностей, а с другой — приближает к реальному политическому контексту, в который погружены люди.

А. Берински последовательно доказывает, что источник может быть важнее восприятия и слухов и их опровержения, нежели непосредственное содержание сообщений. Представленные результаты полемичны по отношению к другим исследованиям, посвящённым недостоверной информации: как правило, в них рассматриваются «независимые» источники, то есть не имеющие очевидной партийной идентичности [Verinsky 2023: 75], в то время как в монографии акцент делается, напротив, на ангажированных ресурсах. Один из ключевых выводов предлагает отчасти контринтуитивное утверждение, что трансляция информации не нейтральными источниками может быть эффективнее, если партийными представителями отвергается слух, существование которого является выгодным для этой стороны. Сравнительно небольшой объем данных не позволяет дать статистическую оценку такого эффекта, однако выявленная экспериментально тенденция даёт возможность делать предположения о силе корректировок.

В контексте опровержения слухов также возникает вопрос о соотношении получаемой в качестве корректировки информации с ценностями, установками и мировосприятием индивидов. В литературе, посвящённой мисинформации, выделяется понятие «эхо убеждений» (*belief echo*), предполагающее не просто нежелание принимать опровержение слуха, но веру в недостоверную информацию, несмотря на наличие надёжных доказательств в пользу её ложности [Thorson 2016]. Несмотря на то что устойчивость слухов не концептуализируется через эхо убеждений, Берински использует сходный по значению психологический термин — «обратные эффекты» (*backfire effects*). Новая информация, вступающая в конфронтацию с уже имеющимися убеждениями, способна приводить к состоянию когнитивного диссонанса. Для снятия нагрузки люди часто прибегают к различным эвристикам, облегчающим взаимодействие с потоком ранее неизвестных данных. Одним из таких эвристических способов является опора на собственные убеждения и неприятие информации, им противоречащей. Таким образом, слухи, соотносящиеся с индивидуальными представлениями, меньше поддаются корректировке, поскольку спустя непродолжительный срок люди склонны возвращаться к подтверждению собственной картины мира и не нарушать целостность её восприятия. Рассматривая данное условие в рамках экспериментов, автор книги приходит к выводу, что партийные источники, в отличие от нейтральных, способны отчасти преодолевать устойчивые убеждения людей, становясь более сильными корректорами информации.

Тем не менее такое определение ситуации снова возвращает к необходимости более чёткого определения целевой группы, для которой опровержение слухов может работать. Очевидно, что в фокус внимания будут попадать не приверженцы или противники, а колеблющиеся, хотя эта категория и неоднородна. Однако будет ли корректировка действенной, а эффект — одинаковым для скептиков и для тех, кто намеренно не вовлекается в политику, а также для людей, не обладающих достаточной информацией? Ряд предшествующих исследований демонстрируют, что в основе слухов находится склонность к под-

тверждению (*motivated reasoning*), а попытка изменений будет результативнее, если не столкнётся с сильными первичными предубеждениями, хотя сами обратные эффекты в реальности могут и не быть настолько значимыми для индивидов даже в политических вопросах, поляризующих аудиторию [Wood, Porter 2019]. В таком случае стоит обратиться к потенциалу корректировки через фактчекинг и предоставление достоверной информации, что также отчасти получает эмпирическую проверку в работе.

Одной из составляющих веры в слухи является стремление к сокращению неопределённости, связанной в том числе с отсутствием достаточной информации и удовлетворительности объяснений. Если это так, то можно ли просто обеспечить людей большим количеством данных, преодолевая их неинформированность? Действительно, люди «обновляют» свои убеждения, аккумулируя новую информацию. Большое количество информации, впрочем, не гарантирует её правдивость. Повторяющиеся сообщения выглядят знакомыми и чаще воспринимаются как достоверные вне зависимости от их содержания, создавая иллюзию правды (*illusory truth effect*). Более того, самая распространённая стратегия противостояния слухам — повторяющееся прямое разоблачение слуха — на самом деле часто действует противоположным образом, понижая уровень отвержения недостоверной информации и способствуя её широкому распространению. Сама сила корректировок имеет достаточно ограниченный по времени эффект. Так, Берински на экспериментальных данных показывает, что сразу после опровержения поддержка слуха снижается, однако уже спустя некоторое время уровни отвержения и принятия возвращаются к исходным значениям [Berinsky 2023: 97].

Таким образом, простое предоставление большего объёма фактически точных данных не становится эффективной стратегией опровержения слухов. Особого внимания заслуживают паттерны восприятия информации, которые автор предлагает рассматривать через категорию «политические убеждения» и партийную идентичность. Акцент делается на опровержениях с ярко выраженной партийной аффилиацией источника сообщения (как правило, речь идёт о конкретных персоналиях). В качестве дополнения было бы также продуктивно более подробно остановиться на роли медиаресурсов, транслирующих недостоверную информацию и её опровержение, поскольку политические установки являются важным, хотя и не единственным, условием, опосредующим воспринимаемую надёжность источников. Дифференциация уровней анализа связи политических переменных с восприятием информации, возможно, дала бы шанс делать более точные прогнозы о действенности разных видов опровержений.

Заметки на полях

Представленное в книге А. Берински исследование демонстрирует оригинальную перспективу рассмотрения политических слухов. Автор делает убедительную попытку экспериментальной проверки влияния политических убеждений на восприятие слухов, а также намечает возможности использования этой переменной в качестве ключевого компонента продуктивного опровержения слухов. Эмпирическая составляющая впечатляет, поскольку в монографии задействованы результаты целого ряда исследований, включающих как репрезентативные для США (и в одной из глав — для Австралии) количественные опросы, так и серию экспериментов, позволяющих оценить различные конфигурации условий, определяющих паттерны восприятия недостоверной информации.

Вместе с тем книга А. Берински оставляет множество вопросов. Автор вскользь упоминает ряд сюжетов, которые мы могли бы назвать ограничениями исследования, однако в фокусе внимания остаются тестируемые гипотезы, то есть альтернативные объяснения не получают достаточного освещения. Оптика, представленная в книге, предполагает акцент на индивидуальных и психологических характеристиках, когда измеряются склонность индивида к конспирологическому мышлению (*conspirational disposition*) и его политическая невовлечённость (*political disengagement*). Хотя в качестве одной из основных свойств политических слухов автор выделяет то, что можно назвать социальным зараже-

нием⁵, этот аспект остаётся лишь теоретической посылкой, не получающей эмпирической проверки и не обсуждаемой в контексте результатов. Тем не менее устойчивость веры в слухи представляет собой комплексное явление, не исчерпываемое личными диспозициями и укоренённое в социальном контексте. Слухи нередко рассматриваются в терминах ограниченной рациональности как форма приспособления к условиям неопределённости: индивиды и группы вырабатывают удовлетворяющие их способы осмысления (*sense-making*) и решения проблем [Greenhill, Oppenheim 2017], что, с одной стороны, усиливает внутригрупповую солидаризацию и предоставляет людям основу для действий; с другой стороны, появление и закрепление слухов в публичном дискурсе может становиться катализатором политической поляризации, а также радикализации отдельных групп.

Пристального внимания заслуживает вопрос распространения слухов в информационной среде. Так, выделяемый автором эффект повторяемости информации, определяющий её «знакомость» и дальнейшее воспроизводство, тесно связан и с тем, кто транслирует сообщения. В книге рассматривается фигура авторов заявлений (группа создателей слухов — *creators*), однако за рамки выносятся сам механизм передачи. В работе используется метафора гальки, брошенной в пруд (*pebble in the pond*), но как расходятся круги по воде и в какой степени эффект от слухов ощутим среди тех, кто находится далеко от условного центра? Достаточно ли случайного воздействия (*incidental exposure*) для закрепления информации или определяющим фактором многократное воспроизведение становится благодаря проникновению в социальное окружение человека, создавая ощущение общественного принятия слуха? Например, говоря о специфике современной медиасреды, стоит отметить её алгоритмичность: рекомендательные системы социальных сетей и интернет-поисковиков способствуют подкреплению убеждений за счёт предоставления контента, основанного на предпочтениях пользователя. В том случае, когда человек далёк от групп распространителей слухов и сообществ, члены которых активно поддерживают эту позицию, и потребляет информацию из мейнстримных источников, вероятность повторяющегося столкновения со слухами может быть достаточно незначительной.

Что касается основных результатов исследования, автор по итогам серии экспериментов выделяет роль политических убеждений и партийной идентификации в качестве значимых факторов, опосредующих восприятие политических слухов. Исследования базируются на рассмотрении американского контекста с двухпартийной системой и политической поляризацией. Дополнительно использовались данные экспериментов в Австралии, которая, впрочем, также схожа с США с точки зрения структуры политического устройства. На примере Австралии видно, что обнаруживаются различия с США в связи между слухами, распространяемыми политическими элитами, и репутациями политиков и их электоральными издержками. Как содержание слухов, так и реакция на их распространение оказываются культурно обусловленными и разнятся даже в странах с похожими политическими системами. Насколько актуальными окажутся выделенные закономерности при переносе на другие страны с выраженной многопартийностью? Или, напротив, при рассмотрении автократий? Кажется, что в таком случае действенность опровержений со стороны партийных оппонентов будет значительно меньшей, поскольку роль партийной идентичности может сокращаться как при наличии множественности альтернатив, так и в условиях их отсутствия.

Примечательно также, что партийная идентичность индивида становится значимым фактором исключительно при рассмотрении слухов с очевидным политическим содержанием и (или) относящихся к известным политическим деятелям. Участникам исследований предлагались как слухи, сформулированные в достаточно общем виде («Считаете ли Вы, что люди в федеральном правительстве либо содействовали терактам 11 сентября, либо не предприняли никаких действий, чтобы остановить теракты, потому что они хотели, чтобы Соединённые Штаты вступили в войну на Ближнем Востоке?»),

⁵ В работе используется термин «социальная передача» (*social transmission*).

так и утверждения, затрагивающие конкретных личностей («Верите ли Вы, что Барак Обама родился в Соединённых Штатах Америки?») [Berinsky 2023: 47]. Дополнительно приводились и нейтральные слухи, не отсылающие напрямую к политической сфере (например, слух о крушении космического корабля в Розуэлле) — в них партийный разрыв (*partisan gap*) оказался практически нулевым, что говорит об ограниченном влиянии политической позиции, значимой лишь в случае, когда слухи обладают явным политическим содержанием и отражают существующий уровень политической поляризации. В теоретических рассуждениях, предшествующих эмпирической части монографии, присутствует упоминание значимости не просто партийной принадлежности, но групповой аффилиации как таковой. Принимая во внимание сделанный автором акцент на политическом измерении слухов, хочется тем не менее спросить, может ли сильная групповая идентичность, базирующаяся на неполитических основаниях, иметь такой же эффект для опровержений слухов.

Отдельно стоит отметить сложность, связанную с определением доверия как такового. В монографии неподтверждённая информация и слухи рассматриваются в отрыве от контекста, возникающего из содержания сообщения, его формы и источника получения, от автора, создающего контент и (или) транслирующего его, хотя все эти факторы в совокупности опосредуют то, что можно описывать как доверие к информации [Fisher 2016]. А. Берински не рассматривает, например, одинакова ли значимость партийной идентичности в отношении конкретной формулировки утверждений, идеологической окрашенности медиаисточника или политической ориентации человека, делающего заявление, затрагивающие политическую проблематику. В последней главе рассматриваются риторика политических элит, объём исправлений и их тональность в нарративах представителей разных партий. Несмотря на предположение о том, что однозначность заявления о ложности информации повышает влияние разоблачения слуха, связь тональности высказываний с отвержением слухов оказывается незначимой. Спорной является и оценка объёма транслируемой политическими элитами мисинформации: гипотезы о количестве распространяемых слухов тестируются через подсчёт публикуемых в Twitter⁶ членами Конгресса ссылок на контент, исходящий из конкретных источников, маркируемых в качестве ненадёжных⁷. Делается допущение о том, что любой контент, почерпнутый из таких ресурсов, будет мисинформацией, что приводит к смешиванию уровней восприятия доверия получаемой информации.

Открытым также остаётся вопрос о том, какие инструменты могут оказаться эффективными при рассмотрении долгосрочной перспективы, если опровержения даже в наиболее сильной своей форме не способствуют глубинному отвержению политических слухов, а лишь временно изменяют отношение части людей к ним. Опровержения из неожиданных источников (*unlikely sources*) встречаются достаточно редко, поэтому более продуктивным с точки зрения создания стратегий работы с недостоверной информацией было бы рассмотрение типичных случаев, поскольку любые решения в итоге встраиваются в существующую информационную среду, что не предполагает возможности её радикального изменения.

⁶ Заблокирован в РФ по решению Генпрокуратуры от 24 февраля 2022 г. на основании Федерального закона «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» (№ 149-ФЗ).

⁷ Отнесение ресурса к этой категории производилось автоматически в случае, когда распространяемая им информация определялась как фейковая новость сервисом NewsGuard, который производит оценку надёжности источников

Заключение

Можно ли эффективно бороться с распространением недостоверной информации? Кажется, что читателю не дают однозначного ответа на этот вопрос, а предлагают продолжить поиск и развить найденные результаты. Тем не менее серия исследовательских проектов в основе монографии позволяет сделать ряд важных выводов; в частности, выделяется комплекс связанных с восприятием мисинформации факторов. Применяя психологическую, политологическую и социологическую оптику, автор демонстрирует, как устойчивость слухов усиливается их повторяемостью и социальным распространением, как та партия, с которой ассоциирован источник информации и аффилирован сам потребитель, воздействует на принятие или отвержение конкретных политических слухов.

Конечно, выявленные закономерности не универсальны; напротив, они прочно вписаны как в страновой контекст, так и в экспериментальные условия, которые значительно упрощают сам процесс трансляции информации, оставляя за рамками, например, роль случайного столкновения с ней, благодаря которому в реальности к людям попадёт значительный объём политических сообщений [Bode 2016]. Опровержение слухов источником, отражающим взгляды, не разделяемые индивидом, действительно может быть продуктивным средством, однако ограниченным: как и при других формах корректировки недостоверной информации, эффект такого способа оказывается краткосрочным, а его сила зависит от наличия целого перечня условий.

В заключительной главе книги А. Берински очерчивает возможные рамки развития темы, встраивая сделанные выводы в реальность и соотнося с другими возможными решениями. Действительно, волшебная таблетка, позволяющая искоренить недостоверную информацию, пока не найдена, и вряд ли это произойдёт, поскольку сама проблема является многомерной, а также приобретает всё новые формы. Книга позволяет чуть глубже взглянуть на политическое поведение, однако не предоставляет готового инструмента компенсации негативных последствий слухов для политической системы. Работа с вопросом мисинформации, по мнению автора, требует комплексного подхода, затрагивающего, с одной стороны, производителей контента и слухов, а с другой — их потребителей, причём как тех, кто склонен к вере в недостоверную информацию, так и тех, кто её отвергает или остаётся в категории неуверенных.

Стратегии борьбы с недостоверной информацией и её эффектами также могут варьироваться и по затрагиваемым этапам её распространения. Так, например, можно пытаться контролировать подобный контент до его попадания к аудитории, сокращая объём ложной информации, транслируемой элитами и политическими лидерами (что, впрочем, видится достаточно утопичным предложением). В качестве альтернативы выделяется алгоритмический контроль, снижающий вероятность случайного столкновения со слухами в медиатизированной среде и уменьшающий их видимость и заметность в информационном пространстве. Ещё один вариант — работа с последствиями мисинформации, то есть корректировка утверждений уже после первичного столкновения с недостоверными заявлениями и данными. Однако здесь возникает описываемая в монографии ловушка: попытки опровержения и повторение слухов в качестве составляющей их разоблачения зачастую только усиливают веру в недостоверную информацию. Соответственно, поиск дальнейших решений находится в области комбинации внешних способов работы с мисинформацией (с целью сокращения негативных последствий веры в неё и ограничения объёма подобного контента) с индивидуальными усилиями аудитории (выражающимися, в частности, в умеренном скептицизме по отношению к любой информации, в повышении собственной медиаграмотности и способности выделять маркеры недостоверных утверждений).

Литература

- Allport G. W., Postman L. 1947. *The Psychology of Rumor*. New York: Henry Holt.
- Berinsky A. J. 2023. *Political Rumors: Why We Accept Misinformation and How to Fight It*. Princeton, NJ: Princeton University Press. URL: <https://doi.org/10.2307/jj.196962>
- Bode L. 2016. Political News in the News Feed: Learning Politics from Social Media. *Mass Communication and Society*. 19 (1): 24–48. URL: <https://doi.org/10.1080/15205436.2015.1045149>
- Broda E., Strömbäck J. 2024. Misinformation, Disinformation, and Fake News: Lessons from an Interdisciplinary, Systematic Literature Review. *Annals of the International Communication Association*. 48 (2): 139–166. URL: <https://doi.org/10.1080/23808985.2024.2323736>
- Egelhofer J. L., Lecheler S. 2019. Fake News as a Two-Dimensional Phenomenon: A Framework and Research Agenda. *Annals of the International Communication Association*. 43 (2): 97–116. URL: <https://doi.org/10.1080/23808985.2019.1602782>
- Fisher C. 2016. The Trouble with ‘Trust’ in News Media. *Communication Research and Practice*. 2 (4): 451–465. URL: <https://doi.org/10.1080/22041451.2016.1261251>
- Greenhill K. M., Oppenheim B. 2017. Rumor Has It: The Adoption of Unverified Information in Conflict Zones. *International Studies Quarterly*. 61 (3): 660–676. URL: <https://doi.org/10.1093/isq/sqx015>
- Hilgartner S., Bosk C. L. 1988. The Rise and Fall of Social Problems: A Public Arenas Model. *American Journal of Sociology*. 94 (1): 53–78. URL: <https://doi.org/10.1086/228951>
- Humprecht E., Esser F., Aelst P. van. 2020. Resilience to Online Disinformation: A Framework for Cross-National Comparative Research. *International Journal of Press/Politics*. 25 (3): 493–516. URL: <https://doi.org/10.1177/1940161219900126>
- Jowett G. S., O’Donnell V. 2012. *Propaganda & Persuasion*. 5th edn. London: SAGE.
- McClosky H., Chong D. 1985. Similarities and Differences between Left-Wing and Right-Wing Radicals. *British Journal of Political Science*. 15 (3): 329–63.
- Jerit J., Zhao Y. 2020. Political Misinformation. *Annual Review of Political Science*. 23 (1): 77–94. URL: <https://doi.org/10.1146/annurev-polisci-050718-032814>
- Rosenblum N. L., Muirhead R. 2019. *A Lot of People Are Saying: The New Conspiracism and the Assault on Democracy*. Princeton, NJ: Princeton University.
- Strömbäck J. et al. 2022. *Knowledge Resistance in High-Choice Information Environments*. 1st edn. London: Routledge. URL: <https://doi.org/10.4324/9781003111474>
- Swami V. et al. 2011. Conspiracist Ideation in Britain and Austria: Evidence of a Monological Belief System and Associations between Individual Psychological Differences and Real-World and Fictitious Conspiracy Theories. *British Journal of Psychology*. 102 (3): 443–463. URL: <https://doi.org/10.1111/j.2044-8295.2010.02004.x>

- Tandoc E. C., Jr., Lim Z. W., Ling R. 2018. Defining “Fake News”: A Typology of Scholarly Definitions. *Digital Journalism*. 6 (2): 137–153. URL: <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1360143>
- Thorson E. 2016. Belief Echoes: The Persistent Effects of Corrected Misinformation. *Political Communication*. 33 (3): 460–480. URL: <https://doi.org/10.1080/10584609.2015.1102187>
- Uscinski J. E. (ed.). 2018. *Conspiracy Theories and the People Who Believe Them*. 1st edn. New York: Oxford University Press. URL: <https://doi.org/10.1093/oso/9780190844073.001.0001>
- Uscinski J. E., Parent J. M. 2014. *American Conspiracy Theories*. New York: Oxford University Press.
- Vosoughi S., Roy D., Aral S. 2018. The Spread of True and False News Online. *Science*. 359 (6380): 1146–1151. URL: <https://doi.org/10.1126/science.aap9559>
- Wood T. J., Porter E. 2019. The Elusive Backfire Effect: Mass Attitudes’ Steadfast Factual Adherence. *Political Behavior*. 41 (1): 135–163. URL: <https://doi.org/10.1007/s11109-018-9443-y>

NEW BOOKS

Daria Petrova

On Rumors and Their Debunking: How to Deal with Misinformation?

Book Review: Berinsky A. J. (2023) *Political Rumors: Why We Accept Misinformation and How to Fight It*, Princeton, NJ: Princeton University Press. 240 p.

PETROVA, Daria —
Research Assistant,
Laboratory for Studies
in Economic Sociology,
HSE University. Address:
20 Myasnitskaya str.,
Moscow, 101000, Russian
Federation.

Email: d.petrova@hse.ru

Abstract

“Political Rumors: Why We Accept Misinformation and How to Fight It” is the result of Adam Berinsky's long-term research, which analyses different aspects of rumors as a form of inaccurate information. It examines how rumors spread and persist in media space due to their virality, repetition and social transmission. Factors related to the belief in misinformation are highlighted, among them the tendency to conspiracy thinking and dogmatism, as well as political non-involvement. Combining psychological and political science approaches, the author focuses on the peculiarities of perception of rumors and their refutations. Although the effect is short-term, a productive strategy is to correct rumors that resonate with an individual's political orientation. Through a series of experiments, the book proves the propensity of people to confirm their beliefs, whereby sources whose party identity matches the person's perceptions have greater credibility. In contrast, in the case of refutations, information broadcast by sources that benefit from the rumor, respectively, come into opposition with one's political attitudes and partisanship. The book offers a new way of considering the possibilities of unmasking rumors by employing psychological and heuristic mechanisms of information perception and shifting attention from neutral sources of debunking to those with distinct political biases.

Keywords: political rumors; misinformation; conspiracy thinking; political polarization; selective exposure; rumor debunking.

Acknowledgements

The results of the project “Russians’ Daily Social Practices under Exogenous Shocks”, carried out within the framework of the Basic Research Program at the National Research University Higher School of Economics (HSE University) in 2024, are presented in this work.

References

Allport G. W., Postman L. (1947) *The Psychology of Rumor*, New York: Henry Holt.

Berinsky A. J. (2023) *Political Rumors: Why We Accept Misinformation and How to Fight It*, Princeton, NJ: Princeton University Press. Available at: <https://doi.org/10.2307/jj.196962> (accessed 18 May 2024).

Bode L. (2016) Political News in the News Feed: Learning Politics from Social Media. *Mass Communication and Society*, vol. 19, no 1, pp. 24–48. Available at: <https://doi.org/10.1080/15205436.2015.1045149> (accessed 18 May 2024).

- Broda E., Strömbäck J. (2024) Misinformation, disinformation, and fake news: lessons from an interdisciplinary, systematic literature review. *Annals of the International Communication Association*, vol. 48, no 2, pp. 139–166. Available at: <https://doi.org/10.1080/23808985.2024.2323736> (accessed 18 May 2024).
- Egelhofer J. L., Lecheler S. (2019) Fake News as a Two-Dimensional Phenomenon: A Framework and Research Agenda. *Annals of the International Communication Association*, vol. 43, no 2, pp. 97–116. Available at: <https://doi.org/10.1080/23808985.2019.1602782> (accessed 18 May 2024).
- Fisher C. (2016) The Trouble with ‘Trust’ in News Media. *Communication Research and Practice*, vol. 2, no 4, pp. 451–465. Available at: <https://doi.org/10.1080/22041451.2016.1261251> (accessed 18 May 2024).
- Greenhill K. M., Oppenheim B. (2017) Rumor Has It: The Adoption of Unverified Information in Conflict Zones. *International Studies Quarterly*, vol. 61, no 3, pp. 660–676. Available at: <https://doi.org/10.1093/isq/sqx015> (accessed 18 May 2024).
- Hilgartner S., Bosk C. L. (1988) The Rise and Fall of Social Problems: A Public Arenas Model. *American Journal of Sociology*, vol. 94, no 1, pp. 53–78. Available at: <https://doi.org/10.1086/228951> (accessed 18 May 2024).
- Humprecht E., Esser F., Aelst P. van (2020) Resilience to Online Disinformation: A Framework for Cross-National Comparative Research. *International Journal of Press/Politics*, vol. 25, no 3, pp. 493–516. Available at: <https://doi.org/10.1177/1940161219900126> (accessed 18 May 2024).
- Jowett G. S., O’Donnell V. (2012) *Propaganda & Persuasion*, 5th edn., London: SAGE.
- McClosky H., Chong D. (1985) Similarities and Differences between Left-Wing and Right-Wing Radicals. *British Journal of Political Science*, vol. 15, no 3, pp. 329–63.
- Jerit J., Zhao Y. (2020) Political Misinformation. *Annual Review of Political Science*, vol. 23, no 1, pp. 77–94. Available at: <https://doi.org/10.1146/annurev-polisci-050718-032814> (accessed 18 May 2024).
- Rosenblum N. L., Muirhead R. (2019) *A Lot of People Are Saying: The New Conspiracism and the Assault on Democracy*, Princeton, NJ: Princeton University.
- Strömbäck J., Wikforss Å., Glüer K., Lindholm T., Oscarsson H. (2022) *Knowledge Resistance in High-Choice Information Environments*, 1st edn., London: Routledge. Available at: <https://doi.org/10.4324/9781003111474> (accessed 18 May 2024).
- Swami V., Coles R., Stieger S., Pietschnig J., Furnham A., Rehim S., Voracek M. (2011) Conspiracist Ideation in Britain and Austria: Evidence of a Monological Belief System and Associations between Individual Psychological Differences and Real-World and Fictitious Conspiracy Theories. *British Journal of Psychology*, vol. 102, no 3, pp. 443–463. Available at: <https://doi.org/10.1111/j.2044-8295.2010.02004.x> (accessed 18 May 2024).
- Tandoc E. C., Jr., Lim Z. W., Ling R. (2018) Defining «Fake News»: A Typology of Scholarly Definitions. *Digital Journalism*, vol. 6, no 2, pp. 137–153. Available at: <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1360143> (accessed 18 May 2024).

Thorson E. (2016) Belief Echoes: The Persistent Effects of Corrected Misinformation. *Political Communication*, vol. 33, no 3, pp. 460–480. Available at: <https://doi.org/10.1080/10584609.2015.1102187> (accessed 18 May 2024).

Uscinski J. E. (ed.). (2018) *Conspiracy Theories and the People Who Believe Them*, 1st edn., New York: Oxford University Press. Available at: <https://doi.org/10.1093/oso/9780190844073.001.0001> (accessed 18 May 2024).

Uscinski J. E., Parent J. M. (2014) *American Conspiracy Theories*, New York: Oxford University Press.

Vosoughi S., Roy D., Aral S. (2018) The Spread of True and False News Online. *Science*, vol. 359, no 6380, pp. 1146–1151. Available at: <https://doi.org/10.1126/science.aap9559> (accessed 18 May 2024).

Wood T. J., Porter E. (2019) The Elusive Backfire Effect: Mass Attitudes' Steadfast Factual Adherence. *Political Behavior*, vol. 41, no 1, pp. 135–163. Available at: <https://doi.org/10.1007/s11109-018-9443-y> (accessed 18 May 2024).

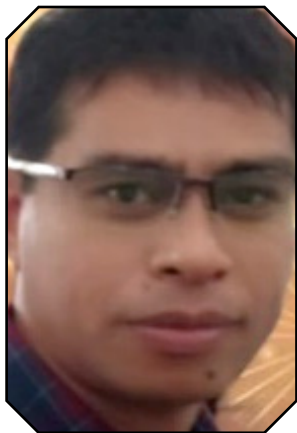
Received: May 10, 2024

Citation: Petrova D. (2024) O slukhakh i ikh razoblacheniyakh: kak borot'sya s nedostovernoy inphormatsiey? [On Rumors and Their Debunking: How to Deal with Misinformation? Book Review: Berinsky A. J. (2023) *Political Rumors: Why We Accept Misinformation and How to Fight It*, Princeton, NJ: Princeton University Press. 240 p.]. *Journal of Economic Sociology = Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 25, no 3, pp. 213–228. doi: 10.17323/1726-3247-2024-3-213-228 (in Russian).

BEYOND BORDERS

Adrianus Kabubu Hudang, Yulia Setyarini

Do Subsidized Rice and Conditional Cash Transfer Programs Affect Poor Households' Food Consumption Expenditures? A Difference-in-Differences Approach



HUDANG, Adrianus Kabubu — Researcher, Lecturer, the Study Program Economics of Wira Wacana Sumba Christian University. Address: 35, Soeprapto str., Waingapu, 67113, East Nusa Tenggara.

Email: [adrianus@unkriswina...ac.id](mailto:adrianus@unkriswina.ac.id)

Abstract

Raskin (Subsidized Rice) and PKH (Conditional Cash Transfers for Low-Income Families) are social protection programs aimed at mitigating poverty in Indonesia. Using the difference-in-differences method, this study scrutinizes the impacts of *Raskin* and PKH on poor Indonesian households' food consumption expenditures. The analysis utilized data from the 2007 and 2014 Indonesia Family Life Survey (IFLS). The findings show that the implementation of the *Raskin* programme has a significant impact on the consumption expenditure of poor households. This is because most poor households receive *Raskin* as their main food to fulfil their household consumption needs, especially during periods of crisis, climate change or crop failure. Other factors that also influence the amount of food consumption expenditure of poor households include the age of the household head, the number of household members and the location of the household. On the other hand, PKH does not have a significant impact on consumption expenditure due to the lack of valid data of target recipients as its implementation requires behavioural compliance related to children's school attendance and antenatal health check-up. It is therefore, programme improvements for both *Raskin* and PKH are carried out by always updating the target data of poor households so that the assistance provided can be received by the right target. In addition, it is very important to promote understanding and raise awareness in order to encourage children to attend school and pregnant women to use health services with intensive socialization and assistance especially for poor households.

Keywords: subsidized rice program; family hope program; household food consumption expenditure; cash transfer; poverty; difference-in-differences method; Indonesia Family Life Survey.

Introduction

Poverty is a complex social, economic, political, and cultural phenomenon. Almost all developed and developing countries experience poverty. It is indicated by the number of poor people, unemployment, backwardness, starvation, and malnutrition. Poverty has several consequences, such as food insecurity [Wight et al. 2014], low-quality human resources, and limited access to social services, including education and healthcare [Brady 2019].



SETYARINI, Yulia —
Researcher, Lecturer,
Study Program
Accounting, Widya
Kartika University.
Address: 2/1, Sutorejo
Prima Utara street.,
60113, Surabaya.

Email: yulia@widyakartika.ac.id

As one of the developing countries, Indonesia faces poverty that can be seen in the number of people living in poverty and people who are vulnerable living below the poverty. In 2004, the number of people living in poverty was 36.10 million (16.66%), then gradually decreased to 25.9 million (9.36%) in 2023. Analyzing the distribution of people living in poverty, 11,74 million people (7.29%) reside in urban areas, while 14,16 million people (12.22%) inhabit rural areas. This data shows that the people living in poverty commonly live in rural settings and work as farmers [BPS 2023b].

Poverty in Indonesia is characterized by the low level of education of poor households, particularly the average length of education, as main indicator, of the heads of the household. The average length of education of household heads in school is 6 years or completed elementary school by 38.01 percent, while around 26 percent have never attended school or did not complete elementary school. In other words, almost 64 percent of household heads have only a primary school education or less. In addition, the ability to write and read among poor households shows that almost 94 percent can write and read in both Latin and other alphabets, with only 6 percent lacking these basic literacy skills. The school enrolment rate of the poor population aged 7–12 years is 97.99 percent, while it is 91.56 percent of those aged 13–15 years [BPS 2023a]. This data shows that the participation rate of students from poor households is very high for primary and secondary education, but decreases when it comes to higher education. One of the reasons for this is the limited funds to finance higher education. On the other hand, the support for educational infrastructures and facilities as well as educators, both in terms of quantity and quality, is still limited.

The average amount of food expenditure of the poor in Indonesia stands notably high at 64.45 percent. This supports Engel's argument that the greater the proportion of expenditure allocated to food, the poorer the family [Chakrabarty, Hildenbrand 2011]. In addition, the other problems faced by the poor are closely related to the fulfilment of basic food needs, nutritional demands, low purchasing ability, food availability, heavily reliance on rice and restricted food variety. The problem of food sufficiency is evident in the low-calorie intake of 1,571 kcal per day among the poor, falling below the BPS standard of 2,100 kcal per day. In addition, food sufficiency is also influenced by the consumption pattern of the poor that heavily relies on rice as the staple food. This consumption pattern leads to dependency on rice, which in long term can jeopardize the community's food security. Furthermore, it will weaken community initiatives to diversify food sources beyond rice, such as incorporating corn, cassava, taro, and other varieties of food. The problem of poverty in Indonesia is related to poor transportation access to health services and low health status impacting their ability to work and earn a living, limited ability of children's growth and development, and subpar maternal health. This is caused by a lack of adequate food, limited access and quality of basic health services, a lack of health education, and high healthcare costs.

There are some indicators of limited access and quality of basic health services. Firstly, the infant mortality rate among the poor households remains notably high, exceeding 17 per 1,000 births (in 2020), indicating that out of every 1,000 newborns, 17 babies die. Secondly, the average life expectancy of household heads is around 50 years [BPS 2023a].

Thirdly, the low-level health of the poor is mainly caused by unhealthy behaviors. For example, the habit of smoking and excessive drinking of alcohol that causes lung cancer and other diseases. Fourthly, the poor quality of basic health services is caused by the limited and misdistribution of health workers (midwives, nurses, and doctors) in all regions, particularly in cities and villages. In fact, sometimes health facilities lack the support of available health workers. Fifthly, the long-distance and poor transportation access between health service facilities and poor households lead to high transportation costs.

Accordingly, governments offer various social protection policy instruments to mitigate poverty due to economic crisis shocks among poor people, including in-kind transfers and conditional cash transfers as a form of social assistance [Kostyrko 2004; Ferreira, Robalino 2010; Budlender 2014; Heimo 2014]. In-kind transfers are a social assistance program delivered as food through subsidized prices to reduce poor households' financial burdens. Meanwhile, conditional cash transfers (CCTs) help impoverished households develop their human resources. For example, in education, low-income families are motivated to enroll their school-age children in schools with a minimum attendance rate of 85 percent. Furthermore, regarding health, they are encouraged to have routine prenatal and postnatal visits and immunization/vaccination for toddlers [World Bank 2011; Budlender 2014]. Through transfers in the form of food staples, households receive income to increase their consumption as described by John M. Keynes. In addition, transfers are also used to meet the needs for education and health, thus encouraging access to education and health services. Fulfillment of household consumption allows households to meet consumption and nutritional needs so that they can work productively. Meanwhile, with easy and cheap access to education and health, households with school-age children can take education up to secondary level, and even higher education, and ensure the health and wellbeing of pregnant women and toddlers.

Almost thirty developing countries have implemented in-kind transfer and CCT programs [Fiszbein et al. 2009; Word Bank 2009]. Several scholars have investigated the effect of in-kind transfers on food consumption expenditures, especially in developing countries, such as Sub-Saharan Africa [Tiwari et al. 2016] and Pakistan [Aneesa, Khan 2019]. Both studies show that in-kind transfers increase households' food consumption expenditures quantitatively and qualitatively, mitigating food insecurity and poverty. While doing research in Indonesia, Girik-Allo, Rahayu, Sukartini [2016] analyzed the effect of *Raskin* (aid in kind) on household consumption using Indonesian Family Life Survey (IFLS) data from 2000 and 2017, and found that *Raskin* significantly effects household consumption. *Raskin* has a negative impact on food consumption expenditures and a positive influence on non-food spending. This shows that initially when poor households receive a transfer, they will fulfil their food consumption needs first, and after that they will switch to fulfilling non-food consumption.

In addition to in-kind assistance in the form of goods or food, there is also conditional cash transfer (CCT) assistance in the form of cash. Several studies analysing the effect of CCT on consumption were conducted in several countries, such as Colombia [Attanasio et al. 2005], Nicaragua [Maluccio 2010], the Philippines [Tutor 2014]. Meanwhile, Afkar and Matz [2015] conducted a study on the impact of *Raskin* and PKH (Conditional Cash Transfers for Low-Income Families) on food security and nutrition, using panel data from 2007 and 2009 in seven provinces in Indonesia (West Java, East Java, North Sulawesi, Gorontalo, East Nusa Tenggara, West Sumatra and DKI Jakarta). The results show that PKH has a more significant effect on food consumption than *Raskin*. However, the simultaneous impact of the two programmes is not significant.

Some research results found that in-kind transfers and CCT affect households' consumption expenditures, especially rice-related food. Rice is a staple food in many Asian countries, including Indonesia. It is the community's leading food for daily consumption. Hence, households devote more of their expenditures to rice than other consumption types. These two social assistance programs successfully reduced poverty in many developing countries [Word Bank 2009]. Word Bank motivated the Indonesian government to implement similar

programs: *Raskin* for in-kind transfers and PKH for CCTs. *Raskin* aims to reduce poor households' financial burdens in fulfilling their needs, especially food. On the other hand, PKH aims to alleviate the current and future poverty problems through human resource development, especially education and health. In addition, in its distribution, *Raskin* is given in the form of food to poor households without behavioural requirements, while PKH is given in the form of cash to poor households with behavioural requirements, namely, school-age children must attend a minimum 85 percent of school attendance and pregnant women routinely check their pregnancies at *Puskemas* or clinics at least four times during pregnancy [TNP2K 2018]. However, both programs eventually aim to mitigate the poverty problem and improve households' welfare.

To support the implementation of the *Raskin* and PKH programs, the Indonesian government allocated a significant increase in the budget from 2007 to 2018. The *Raskin* budget increased from IDR 6.6 trillion in 2007 to IDR 21 trillion in 2018. Similarly, the PKH budget increased from IDR 0.39 trillion in 2007 to IDR 17.5 trillion in 2018. Such increases also expand the number of recipients. The number of *Raskin* recipient households declined from 19.1 million in 2007 to 15.6 million in 2018. However, PKH recipient households increased from 510 thousand in 2007 to 10 million in 2018. Consequently, the percentage of poor people declined from 16.58 percent in 2007 to 9.82 percent in 2018.

Although poverty has declined, the number of poor people remains significant because households do not have sufficient economic resources to participate in the economy. Lack of economic resources includes insufficient income to fulfill daily needs that limit purchasing power [Bradshaw 2007]. Households face financial inability to spend on food and non-food expenditures, as shown in the proportion of average monthly per-capita consumption expenditures based on goods groups and expenditure types in 2018. In general, the proportion of food expenditures based on expenditure types declines, implying that higher households' income will reduce their food expenditure proportion. Those with a monthly income of less than IDR 150,000 exhibit the highest proportion of food expenditures (75.82 %) but the lowest proportion of non-food expenditures (24.18 %). Meanwhile, those with a monthly income of more than IDR 1.5million have the lowest proportion of food expenditures (59.99 %).

The existence of *Raskin* and PKH programmes are very important for food consumption needs as well as access to education and health services as basic needs for poor households in reducing poverty, both in short and long term. Although international research related to in-kind and CCT programmes has been conducted in various countries, similar research in Indonesia related to *Raskin* and PKH is still limited. Previous studies related to the *Raskin* programme used IFLS data in 2000 and 2007 and employed the variable instrument method, while research on PKH used survey data in 2007 and 2009 and applied the *Inverse Probability Weighing* model technique. In addition, previous studies have focused predominantly on examining the relationship between transfers and consumption expenditure in isolation, and ignored the interconnected impact of *Raskin* and PKH on consumption expenditure as an integrated programme. Whereas the impact of both programmes in overcoming poverty both in the short and long term is very strategic, the synergies between programmes are still needed. This can provide valuable insights to policymakers or the government on how effective the strategies for social protection programmes as an integrated system in overcoming poverty problems. Therefore, considering the interconnected role of the *Raskin* and PKH programs and the target of poverty alleviation as well as filling the gap of previous research both in terms of data and analytical approach, the authors aim to analyse the impact of the *Raskin* and PKH programs on food consumption expenditure of poor households in Indonesia. This study uses IFLS data from 2007 and 2014, employing the *Difference-in-Difference* (DiD) analysis method.

Literature Review

Income Redistribution

Income redistribution (*distribution of income*) is an effort made by the government so that community income is evenly distributed among citizens. Equitable does not mean that all citizens have the same income, but rather that they have the same opportunity to earn income. The aim is to avoid income inequality in society, which can lead to social unrest and jealousy and thus disrupt national stability [Boadway, Keen 2000].

The consequences of unequal income distribution affect not only individuals and family conditions but also health status, opportunities to live together, social relationships and trust in institutions. It is an impediment to long-term growth, particularly in restricting low-income households from investing in education and skills [OCDE 2017].

Inequality in income distribution occurs due to [Todaro, Smith 2015]: (1) differences in ownership of factors of production, especially *capital* stock, between groups of people, and (2) imperfections in market mechanisms (*market failure*) that cause imperfect competition. Therefore, to overcome this income inequality problem, government policy is needed in the form of income redistribution policy. Income redistribution policy is an important function of the government, which is implemented through tax and transfer payments to reduce poverty and inequality by strengthening the economy, protecting people from social shocks and developing better social conditions [Boadway, Keen 2000; Rosen, Gayer 2008]. One form of tax payment is in the form of progressive taxation, where the higher a person's income, the higher the percentage of the tax rate imposed. The revenue from the progressive tax is used to finance economic activities including to provide subsidies for low-income groups. Meanwhile, transfer payments take the form of *cash transfers* such as PKH, and also in-kind transfers such as the *Raskin* programme that provides food for the poor.

However, transfers to the poor are not just enough to provide cash or food, but must also be able to increase the capacity of people to generate income in the present and future, through the provision of education and training facilities as well as access to health, micro-credit and the provision of public facilities [Bourguignon, Ferreira, Leite 2003].

Social Protection

Social protection refers to policies and programs designed to reduce poverty and vulnerability by introducing labor market functions, reducing public risk exposure, and increasing individuals' capacity to protect themselves from disasters and income loss [Barrientos 2019]. It is crucial to fulfilling the Millennium Development Goals (MDGs) targets, ensuring universal access to essential services for pregnant mothers, education, nutrition, and health [Bappenas 2014]. Social assistance represents a social protection component that seeks to provide minimum resources for individuals and households living below specific income standards regardless of recipient individuals or households' contributions. Social assistance consists of in-kind transfers and Conditional Cash Transfers (CCT) [Rosen, Gayer 2008; Ferreira, Robalino 2010; Heimo 2014].

In-Kind Transfer

In-kind transfers or unconditional grants are social assistance in the form of food or resources related to school (e. g., uniforms, books, and others) and health (e. g., medicine, medical equipment, and others). Unconditional provision of in-kind transfers to poor households aims to reduce their burdens due to various economic shocks and crises and increase their access to food [Kostyrko 2004]. Another reason is that improved access to food will enhance their nutrition, especially for school-aged children, and increase school participation [Rosen, Gayer 2008].

In Indonesia, in-kind transfers are known as *Raskin* or rice for low-income families. The program was previously known as Special Market Operation (*OPK — Operasi Pasar Khusus*), which sought to enhance food security to cope with emergencies due to the 1998 economic crisis. In 2012, *OPK* changed into *Raskin*, which has expanded into social protection programs. *Raskin* offers 15 kg/month of rice to poor households at a subsidized price of Rp 1,600/kg. However, empirically, the implementation of the *Raskin* program still faced various problems, including ineffective rice distribution from the primary distribution points to recipients, lack of socialization and effective program targeting [Sulaksono, Mawardi 2012], and low rice quality [Isdijoso et al. 2011]. In some areas, *Raskin* had been distributed equally among recipients to avoid conflicts and social jealousy [Tabor, Sawit 2005]. However, this equal distribution has led to the *Raskin* program's ineffectiveness. Ultimately, it is not optimal in helping to reduce the consumption expenditure of poor households. Therefore, it is necessary to conduct socialization to provide a better understanding of the program's targets, price, and distribution amounts. It is also essential to provide information on the frequency of receipt and the distribution mechanisms.

Conditional Cash Transfer (CCTs)

Conditional Cash Transfers (CCTs) refer to cash transfers to impoverished households with certain conditions to improve their education and health. Rawlings and Rubio [2005] explained that transfers without certain requirements for poor people will result in ineffective public services. The requirements included enrolling school-aged children by achieving minimum attendance rates, routine health checks for pregnant or breast-feeding mothers, immunization and vaccinations for babies, and monitoring toddlers and preschool children's growth and health [Son 2008; Brauw, Hoddinott 2011]. Thus, household members' changing behavior would improve long-term health and education, enabling better employment opportunities, earning a higher income, and eventually reducing poverty [Sawhill 2003; Brookings 2015]. Nevertheless, it is necessary to complement this demand-side program with the supply-side supporting aspects to change poor households' behavior and increase the utilization of health and educational facilities to improve the outcomes. In particular, the government needed to enhance the quantity and quality of health and educational facilities, such as schools, primary public health centers, hospitals, and so on [Rawlings, Rubio 2005].

CCTs have two effects on program outcomes, namely, the income effect and the substitution effect. As a government program, CCTs seek to change household behavior to enroll their school-aged children into schools by achieving a minimum attendance rate, having routine prenatal visits, and monitoring toddlers' health and growth. These behaviors are substitution effects that enhance poor households' access to essential social services with subsidized prices. Consequently, poor households can improve their human capital and alleviate poverty in the long run. When poor households change their behavior to the expected one, they receive cash incentives to fulfill their food consumption and cover health and educational expenses. These cash incentives represent the income effect. Hence, CCTs positively affect consumption.

Consumption

Keynes explains that household expenditures in the economy depend on income, as formulated by $C = f(Y)$, where C is Consumption and Y is income. The comparison between consumption and income refers to the marginal propensity to consume (MPC). Higher MPC implies more income for consumption expenditures and vice versa; hence, $0 \leq MPC \leq 1$. Further, Keynes explained that psychological factors affect consumption because individuals' or households' consumption increases to a lesser proportion to the degree of income increase [Case, Fair, Oster 2007; Ajmair, Akhtar 2012]. Engel assumes low-income or poor households will increase their income to fulfill their basic needs, especially food [Chen, Ravallion 2010; Chakrabarty, Hildenbrand 2011]. Conversely Trisnowati and Budiwinarto [2013] explained that more prosperous households would use a lower (more significant) proportion of their income for food (non-food) consumption.

The neoclassical theory assumes that households have two options based on their preferences for two goods. However, they are confronted with budget constraints when maximizing their preferences. This theory explained that goods transfer programs would produce similar results to cash transfer programs when household members lived in marginal areas [Hoynes, Schanzenbach 2009].

Household consumption is influenced by various factors beyond just income, including wealth, interest rates, expectations of future income, and government transfers [Case, Fair, Oster 2007]. Hone and Marisennayya [2019] added that consumption expenditures were also affected by age, household heads' education, number of household members, disposable income, and household savings.

In-Kind Transfers, Conditional Cash Transfers (CCTs), and Consumption Expenditures

In Indonesia, government transfers to poor households come in the form of in-kind support, such as *Raskin*, and in the form of Conditional Cash Transfer (CCT), such as the Family Hope Programme (PKH). Both programmes have the effect of increasing income and reducing the burden of consumption expenditure of poor households. Through food or income assistance, poor households have increased purchasing power leading to higher consumption expenditure on both food and non-food items. Engel specifically explained that low-income households, if they receive assistance, tend to use most of their income to buy basic needs in the form of food. This shows that the higher the income of a household, the higher the household consumption expenditures on food consumption.

Transfers are more effective when the value provided is greater than the amount of household consumption needs. Conversely, transfers are less effective if the value is less than the amount of consumption required. In addition, by fulfilling the consumption needs for healthy and nutritious food in the CCT program, households are able to invest in a higher level of education in order to improve the quality of human resources, which in the long run can alleviate poverty.

In addition, the transfers will enable the poor households to be more resilient to face sudden changes of external environment, such as climate change, floods, natural disasters, crop failures and etc. [Cheema et al. 2014]. However, this expectation is based on the assumption that the value of the transfer can solve the problem of extreme poverty, if the value of the transfer exceeds the amount of household consumption needs. In other words, the poor households must be able to not only meet their basic needs but to invest or get involved in productive activities improving their overall economic wellbeing.

Methodology

This study aims to analyse the impact of poverty alleviation programs, particularly *Raskin* and PKH, on consumption expenditure based on the theory of cash transfers and income redistribution. Previous studies in many countries have shown that cash transfers can increase household consumption expenditure. However, the difference is that in some countries poverty programmes have a significant impact, while in others they do not. Therefore, it is very important to determine the impact of poverty programmes on the fulfilment of household consumption expenditure, as this can be used to evaluate and improve poverty alleviation policies to ensure they are more effective and efficient in the future. In analysing the impact of *Raskin* and PKH programs on food consumption expenditure, the Difference-in-Difference (DiD) method is adopted. The Difference-in-differences (DID) approach is conducted by comparing treatment groups (programme recipients) and (non-programme recipients) across two time periods, namely before ($t = 0$) and after ($t = 1$) implementation [Khandker, Koolwal, Samad 2010]. Each group has different time invariant unobserved factors. The difference in pre- and post-programme conditions for each group will reduce the unobserved time-invariant factors that can help reduce the bias.

The DID approach uses the basic model proposed by [Khandker, Koolwal, Samad 2010]: (1)

The model is then used in the form of an alternative regression equation as follows: (2)

Y_{it} is the average outcome of household i in year t . T represents the treatment group that received the programme (T_1) at $t = 1$ and did not receive the programme (T_0) at $t = 0$. In this case, t refers to the year of observation (2007 and 2014); i is poor households; β indicates the magnitude of the programme impact; and ρ indicates the dummy of poor households receiving the programme (1), and not receiving the programme (0). $T * t$ is the interaction between treatment and year. C_{it} represents the control variables of the household head, namely, the gender, the marital status, the age, the number of household members, and the location of the region (urban and rural; Java and outside Java). The selection of several control variables is based on the factors that influence the consumption expenditure of poor households on the micro level [Houghton, Khandher 2009].

Based on the basic DID model using regression equation (2), this study uses two models as follows:

Model 1: The effect of *Raskin* on food consumption expenditure of poor households (3)

Model 2: The effect of PKH on food consumption expenditure of poor households (4)

CF_{ijt} is the proportion of individual i 's food consumption expenditure that household j had in year t . Meanwhile, $dRaskinj$ and $dPKHj$ are dummy variables (1 = poor households received *Raskin* / PKH in 2007 or 2014 or both years, 0 = otherwise). In the model, λ_3 and β_3 represent the magnitude of the impact of the *Raskin* / PKH programme on food consumption expenditure. C_{ijt} is a control variable that includes gender, marital status, age, number of household members, and region of residence (urban vs rural, Java vs non-Java). In the model, gt_t is a dummy variable representing $t = 0$ (year 2007) and $t = 1$ (year 2014). Meanwhile, ε_{it} and μ_{it} are errors.

Data

The research data used Indonesian Family Life Survey (IFLS) data from 2007 and 2014, with a total of 12,942 and 15,082 poor and non-poor households respectively. From this number, poor households were selected using the amount of consumption expenditure according to the standard food poverty line in Indonesia. According to BPS, the standard food consumption expenditure in 2014 was IDR 300,000/month (\$20 dollars/month). So, if a household's consumption expenditure is below this standard, it is considered poor. Therefore, based on these criteria, the number of poor households that can be taken as data is 983 poor households.

Results and Discussion

We illustrated the *Raskin* and PKH programs using data from 2007 and 2014 and focusing on the following aspects: households' characteristics including sex, marital status, age, education, number of household members, household income, per capita household income, total food expenditures, average food expenditures, total and average expenditures, residential areas (urban vs. rural and Java vs. non-Java).

Household participation in the *Raskin* program shows that the number of households receiving *Raskin* was 755 (76.81%), while 228 (23.19%) households do not receive it. The number of *Raskin* recipient households in 2007 was 591 (60.12%). In 2014, it was 392 households (39.88%). On the other hand, household participation in the PKH program shows that the number of households receiving PKH was 38 (3.87%), with 945 (96.13%) households not receiving it. The number of PKH recipient households in 2007 was 591 (56.1%). In 2014, there were 392 households (43.90%) receiving PKH.

An overview of the *Raskin* program implementation shows that the level of household participation in the program is already high because the government has implemented it since the crisis period. In contrast, the PKH program shows that poor households' access to the program is still limited because the implementation of the program is still in the preparation and socialization stages. Thus, only a few low-income families are involved.

ased on the frequency of receiving *Raskin* by each household, the average is around seven times per year, with the amount of rice of 50–56 kg per household. Meanwhile, according to program guidelines, the frequency of receipt should be 12 times or every month, with an amount of 15 kg per household (TPN2K, 2018). The implementation of *Raskin* has been hindered by several obstacles, including difficulties in paying the subsidized price of rice for distribution and transportation costs. Because the government faces budget constraints, the distribution costs are covered by poor households. Thus, the actual amount of rice received is reduced. Meanwhile, the frequency of receiving PKH is four times per year, offering IDR 990,000–1,254,000 per household. Before the provision of PKH, the government conducted socialization with the objectives of (i) providing opportunities for school-age children to pursue education with a minimum attendance rate of 85 percent and (ii) assisting with regular check-up services for pregnant women at hospitals, public health center, or clinics.

Table 1 shows that the average age of household heads in 2007 was 44 years and increased to 48 years in 2014. This indicates that the age of the household head is still very productive within the labor force age range of 15–65 years [BPS 2019]. Meanwhile, household heads and members' education levels were crucial in supporting their lives. In this regard, years of schooling are used to measure education levels. The average education level of household heads is around seven years, equivalent to junior secondary school grade 1. Education level was closely related to households' socioeconomic status because individuals with higher education levels had more excellent knowledge and skills to improve their productivity and income. Conversely, individuals with lower education levels had limited opportunities to access job opportunities and earned lower incomes to fulfill their household needs.

On average, households consisted of four members. Larger households typically need more significant consumption expenditures, including food-related ones. From the residential area perspective, most families live in urban areas (574 homes or 64.28% of total households), while the remaining (319 households or 35.72%) live in rural areas. Furthermore, 680 families (76.15% of total households) were located on Java island, and the remaining (213 homes or 23.85%) resided outside Java.

In 2007, the average monthly household consumption expenditure was IDR 1,942,653. The minimum household expenditure was IDR 84,833 per month, and the maximum was IDR 27,228,166 monthly. In 2014, the average household expenditure increased to IDR 3,872,493, with the minimum being IDR 166,750 and the highest IDR 38,800,000. This condition shows that the average household expenditure has increased by IDR 1,929,840, or approximately 99 percent. Likewise, the lowest and highest household expenditures have a considerable disparity. This shows that there is a gap in consumption expenditure between households. The statistical summary of the above explanation can be seen in the Table 1.

Table 1

Summary Statistics

Variable	Obs	2007				2014			
		Mean	Std.Dev	Min	Max	Mean	Std.Dev	Min	Max
Household consumption expenditure (per month)	983	1,942,653	1,681,053	84,833	27,228,166	3,872,493	3,441,578	166,750	38,800,000
Sex of household head (male=1)	983	0.834	0.372	0	1	0.818	0.386	0	1
Marital status of household head (married = 1)	983	0.821	0.384	0	1	0.813	0.390	0	1
Age of household head (year)	983	44.205	14.711	11	100	48.37	13.573	12	101
Number of household members (persons)	983	3.869	1.793	1	22	3.903	1.769	1	17
Education of household head (year)	983	7.475	4.614	0	19	7.823	4.720	0	22
Household's Residential Area (urban = 1)	983	0.508	0,500	0	1	0.575	0.494	0	1
Household's Residential Area (Java = 1)	983	0.571	0,495	0	1	0.569	0.495	0	1

The Impacts of Raskin and PKH on Poor Households' Food Consumption Expenditures

The number of poor households participating in the *Raskin* program was 983. A total of 755 families received *Raskin* (76.18%), and 228 homes did not receive it (23.19%). The data shows that most poor households have received *Raskin* to fulfill household consumption needs. The number of poor households participating in the *Raskin* program was 983, with 755 households receiving *Raskin* (76.18%) and 228 households did not receiving it (23.19%). The data shows that the majority of poor households received *Raskin* to meet their household consumption needs. The large number of poor households have received *Raskin* because this program has been implemented for a long time since the crisis period. Nevertheless, there are still around 23 percent of low-income families who have not received *Raskin*. This is due to inaccurate targeting of program recipients as a result of invalid data. In practice, there are still households that should receive the rice subsidy but they do not, or conversely, there are households that are not eligible but receive *Raskin* [Hastuti et al. 2008; Kusumawati, Kudo 2019].

According to Table 2, the coefficient of determination (R-squared) for model 1 on the effect of *Raskin* on the consumption expenditure of poor households is 0.585 or 58.5 percent. This means that *Raskin* and several control variables of the household head, such as gender, marital status, age, number of household members,

education, occupation, household assets, location of household residence and area of household origin, are able to explain the consumption expenditure of poor households by 58.5 percent and the rest is explained by other variables outside the model.

To examine the impact of *Raskin* on the consumption expenditure of poor households, difference-in-difference (DID) analysis is used. The analysis shows that the *Raskin* program has a significant influence on the consumption expenditure of poor households, as evidenced by the p -value $< \alpha = 0.1$ or $= 10\%$. This means that an increase in *Raskin* assistance can reduce the burden of consumption expenditure of poor households by -0.063 thousand rupiah. The existence of rice assistance for poor families at subsidised prices below market prices can help reduce the consumption expenditure of poor households, especially for food in the form of rice by 6.3 percent. Rice is the main food staple in Indonesia, so the existence of *Raskin* assistance can help poor households, especially in times of crisis or crop failure. This is also in line with the previous study [Djamaluddin 2015], showing that the main consumption including poor households in Indonesia is rice, accounting for 65 percent of total household consumption expenditure. This observation resonates with Engel's theory which states that when poor households receive income, they will spend more of their income to meet basic needs, e. g., food and meat, milk, and eggs [Barrett 2002]. Through *Raskin* assistance, households can receive additional foodstuffs. Thus, it could reduce the proportion of household consumption expenditure that they would otherwise have to purchase on their own [Girik-Allo, Rahayu, Sukartini 2016]. Household income allocated to food purchases can be diverted to non-food expenditures. Therefore, through this *Raskin* assistance, household consumption has increased for both food items and non-food necessities.

There are several control variables that also affect the food consumption expenditure of poor households, including gender, marital status, age, education, number of household members, and region of household residence (rural/urban or Java/out of Java). Of all these variables, there are three variables (age, number of household members, and rural/urban area of household residence) that have a significant influence on the food consumption expenditure of poor households. As the age of the household head advances, food consumption expenditure decreases by 0.3 percent, reflecting the changing needs during the aging process. Meanwhile, the number of household members has a positive effect on food consumption expenditure. The average number of poor household members is 5 people. By increasing the number of poor household members, food consumption expenditure increases by 18.7 percent. Lastly, the location of residence, whether urban and rural, also has a positive effect on food consumption expenditure. Specifically, food expenses for poor households in urban areas are 16 percent higher compared to those in rural areas. This is related to the higher price of foodstuffs in urban areas.

Although the *Raskin* program has been considered quite effective in reducing the consumption expenditure of poor households, its implementations still have some weaknesses that need to be improved. For example, inaccuracy of recipient data, which means that there are still poor households that have not received assistance, or conversely there are households that should not receive assistance. The amount of assistance is sometimes below the provisions (15 kg per month). Therefore, since 2017 the *Raskin* program has been transformed into the Non-Cash Food Assistance (BTNP) program. This transformation was carried out as an effort to overcome the 6T problems in the *Raskin* or Rastra (Beras Sejahtera) program, namely, right target, right amount, right time, right quality, right price and right administration (TNP2K, 2018). Unlike *Raskin*, which is given in-kind in the form of 10 kg of rice per month per household, the BPNT program provides electronic vouchers/e-vouchers (known as Kartu Keluarga Sejahtera or KKS) worth 150,000 per poor household per month. BPNT is distributed through the Family Hope Program Joint Business Group Stall (e-Warung KUBE PKH) utilizing an electronic payment system through ATM banks (Mandiri, BNI, BRI, BTN).

Table 2

The Estimation Results of The Impacts of Raskin dan PKH on Food Consumption Expenditures

Variables	<i>Raskin</i>	PKH
Treatment (<i>Raskin</i> *PKH)	– 0.001 (0.039)	– 0.021 (0.039)
Dummy_year	0.528 (0.056)	0,474 (0,028)
Treatment * Year (DID)	– 0.063* (0.063)	0.227 (0.140)
Sex of household head (male = 1)	0.047 (0.056)	0.045 (0.056)
Marital status of household head (married = 1)	0.038 (0.056)	0.044 (0.056)
Age of household head (year)	– 0.003*** (0.001)	– 0.003*** (0.001)
Number of household members (persons)	0.187*** (0.006)	0.187*** (0.006)
Education of household head (year)	0.003 (0.004)	0.016*** (0.004)
Occupation of household head	0.021 (0.033)	0.018 (0.033)
Household assets	0.041*** (0.008)	0.042*** (0.008)
Household's Residential Area (urban = 1)	0.163*** (0.027)	0.165*** (0.027)
Household's Residential Area (Java = 1)	– 0.036 (0.027)	– 0.035 (0.026)
Constant	11.87*** (0.081)	11.87*** (0.129)
Observation	983	983
R-Squared	0.585	0.586
Prob > F	0.000	0.000

Standard errors in parentheses; *** $p < 0.01$, ** $p < 0.05$, * $p < 0.1$.

The participation of poor households in the Family Hope Programme (PKH) was 983 households. However, only 38 households (3.87%) received cash assistance from PKH, while 945 households (96.14%) or most of them did not receive or have not yet received the cash assistance. In 2007, the number of PKH recipient households was 591 (56.1%), and it decreased to 392 (43.90%) in 2014. This shows that poor households that can access PKH are far fewer than households that do not receive cash assistance. This condition is caused by inaccurate data in determining the target beneficiaries and insufficient program socialisation, preventing many eligible households from accessing the benefits. In addition, as PKH is a relatively new program implemented in 2007, it requires time to implement, socialize and provide understanding and awareness of the importance of education and health for poor households.

According to Table 2, the coefficient of determination (R-squared) for model 2 on the effect of PKH on consumption expenditure of poor households is 0.586 or 58.6 percent. This means that PKH and several control variables of household head, such as gender, marital status, age, number of household members, education, occupation, household assets, location of household residence and area of household origin, are able to explain the consumption expenditure of poor households by 58.5 percent, and the rest is explained by other variables outside the model.

To analyze the impact of PKH on poor households' food consumption expenditure, difference-in-difference (DID) analysis is used. It shows that the PKH programme is positively correlated with household food consumption expenditure. However, it does not have a significant effect (p -value > 0.05). This suggests that when poor households receive PKH assistance in the form of cash, it leads to an increase in household income. The income is then used to buy food according to market prices, resulting in an increase in total household consumption expenditure. Through the provision of cash in the PKH programme of 1 percent (as an incentive for the participation of school-age children in education and the utilization of health services for pregnant women and toddlers from poor households), households receive cash assistance for this participation and ultimately

have an impact on increasing food consumption expenditure by 22.7 percent. This means that through behavioural changes that see the importance of education and health for households, it encourages school-age children and pregnant women to make good use of education and health services. As a result, households receive cash assistance to fulfil household needs, which are used for consumption expenditure, especially food consumption. Cash assistance obtained through conditional cash transfer programmes can increase income used for household consumption expenditure by increasing the quantity, quality and diversity of food types [Ninno, Dorosh 2003; Arnold, Conway, Greenslade 2011; Pangaribowo 2012]. Engel further explains that when poor households receive income, the largest proportion of consumption expenditure is for food [Chakrabarty, Hildenbrand 2011].

However, the impact of the PKH programme on consumption expenditure shows that PKH does not have a significant impact on food consumption expenditure of poor households. This is due to (i) the inaccurate data collection system of target households receiving the programme. This can be seen from the fact that the number of beneficiary households is only 38 poor households, while the number of poor households that do not receive assistance is very large, comprising 983 households. In addition, in its implementation of PKH is a program that requires behavioural requirements related to children's participation in schools with a minimum attendance rate of 85 percent and antenatal check-ups visits at least four times during pregnancy as requirements for cash assistance. In other words, cash assistance is largely determined by the compliance of poor households in meeting these behavioural requirements. Prior to the implementation of the program, intensive socialization and mentoring for poor households were conducted to provide an understanding and awareness of the objectives and benefits of the PKH program. This result is also in line with the findings of Maluccio [2020], which states that CCT programme interventions cannot have an impact in a short time, but require a long time for four years or more.

The results of the analysis of the impact of *Raskin* and PKH on household consumption expenditure show that the government's income redistribution policy through the provision of *Raskin* and PKH assistance can reduce the burden and increase the income of the poor households, especially food staple. However, the implementation of the *Raskin* program still faces some weaknesses that need to be addressed to ensure the effective distribution of targeted assistance.

Conclusion

This study analyses the impact of *Raskin* and PKH on the consumption expenditure of poor households in Indonesia. The results show that the implementation of the *Raskin* programme has a significant impact on the consumption expenditure of poor households. This is because most poor households receive *Raskin* as their main food to fulfil their household consumption needs, especially during periods of crisis, climate change or crop failure. Other factors that also influence the amount of consumption expenditure of poor households are the age of the household head, the number of household members and the location of poor households. Conversely, PKH does not have a significant impact on consumption expenditure due to the lack of valid data on target recipients and its implementation requires behavioural compliance related to children's participation in schools and antenatal check-up visits in health facilities.

Therefore, improving of both *Raskin* and PKH programmes can be carried out by always updating the target data of the poor households so that the assistance can be provided for the right target. In addition, it is important to provide understanding and awareness to encourage children to go to school and to use health services for pregnant women. In other words, intensive socialization and assistance for poor households are significantly important.

Acknowledgements

The authors would like to thank all the reviewers and editors who have helped provide comments, feedback, and suggestions to improve the writing of this article.

References

- Afkar R., Matz J. (2015) *Cash Transfer, In-Kind, or Both? Assessing the Food and Nutrition Security Impacts of Social Protection Programs in Indonesia*. Paper presented at 2015 conference—International association of agricultural economists. Available at: http://ageconsearch.umn.edu/record/210936/files/Afkar-Cash%20transfer_%20In-kind_%20or%20both%20Assessing%20Food%20and%20Nutrition%20Security%20Impacts-770.pdf (accessed 28 October 2018).
- Ajmair M., Akhtar N. (2012) Household Consumption in Pakistan (A Case Study of District Bhimber AJK). *European Journal of Scientific Research*, vol. 75, no 3, pp. 448–457. Available at: <https://www.econ-jobs.com/research/43049-Estimation-of-Household-Consumption.pdf> (accessed 15 May 2024).
- Aneesa M. T., Khan F. (2019) The Effects of Social Protection Program on Food Consumption and Poverty in Khyber Pakhtunkhwa, Pakistan. *Business Economic Review*, vol. 11, no 1, pp. 55–82. Available at: https://www.imsciences.edu.pk/files/journals/March_2019/New%203%20MA-432.pdf (accessed 15 May 2024).
- Arnold C., Conway T., Greenslade M. (2011) *Cash Transfers Literature Review*. Available at: <https://www.calpnetwork.org/wp-content/uploads/2020/01/cash-transfers-literature-review.pdf> (accessed 15 May 2024).
- Attanasio O., Gómez L. C., Heredia P., Vera-Hernandez M. (2005) The Short-Term Impact of a Conditional Cash Subsidy on Child Health and Nutrition in Colombia. *The Institute For Fiscal Studies Report Summary: Familias 03*, Centre for the Evaluation of Development Policies. Available at: https://ifs.org.uk/sites/default/files/output_url_files/rs_fam03.pdf (accessed 20 May 2024).
- Bappenas (2014) *Perlindungan Sosial di Indonesia: Tantangan dan Arah ke Depan*. Available at: https://perpustakaan.bappenas.go.id/e-library/file_upload/koleksi/migrasi-data-publikasi/file/Unit_Kerja/Deputi_Bidang_Kependudukan_dan_Ketenagakerjaan/Direktorat-Kependudukan-Jaminan-Sosial/Perlindungan%20Sosial%20di%20Indonesia%20-%20Tantangan%20dan%20Arah%20ke%20Depan.pdf (accessed 15 May 2024).
- Barrett C. B. (2002) Food Security and Food Assistance Programs. *Handbook of Agricultural Economics*, vol. 2, part B, pp. 2103–2190. Available at: [https://doi.org/10.1016/S1574-0072\(02\)10027-2](https://doi.org/10.1016/S1574-0072(02)10027-2) (accessed 15 May 2024).
- Barrientos A. (2019) *The Role of Social Assistance in Reducing Poverty and Inequality in Asia and The Pacific*. Paper presented at the Asian Development Bank Sustainable Development Working Paper Series. Available at: https://papers.ssrn.com/sol3/Delivery.cfm/SSRN_ID3652269_code55264.pdf?abstractid=3652269mirid=1 (accessed 15 May 2024).
- Boadway R., Keen M. (2000) Redistribution. *Handbook of Income Distribution*, vol. 1, pp. 677–789. Available at: [https://doi.org/10.1016/S1574-0056\(00\)80015-9](https://doi.org/10.1016/S1574-0056(00)80015-9) (accessed 15 May 2024).

- Bourguignon F., Ferreira F. H. G., Leite P. G. (2003) Conditional Cash Transfers, Schooling, and Child Labor: Micro-Simulating Brazil's Bolsa Escola Program. *The World Bank Economic Review*, vol. 17, no 2, pp. 229–254. Available at: <https://doi.org/10.1093/wber/lhg018> (accessed 15 May 2024).
- BPS (2019) *Statistik Indonesia*, Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- BPS (2023a) *Data dan Informasi Kemiskinan Kabupaten Kota Tahun 2023*, Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- BPS (2023b) *Perhitungan dan Analisis Kemiskinan Makro Indonesia 2023*, Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Bradshaw T. K. (2007) Theories of Poverty and Anti-Poverty Programs in Community Development. *Community Development*, vol. 38, no 1, pp. 7–25. Available at: <https://doi.org/10.1080/15575330709490182> (accessed 15 May 2024).
- Brady D. (2019) Theories of the Causes of Poverty. *Annual Review of Sociology*, vol. 45, pp. 155–175. Available at: <https://doi.org/10.1146/annurev-soc-073018-022550> (accessed 15 May 2024).
- Brauw A. de, Hoddinott J. (2011) Must Conditional Cash Transfer Programs be Conditioned to be Effective? The Impact of Conditioning Transfers on School Enrollment in Mexico. *Journal of Development Economics*, vol. 96, no 2, pp. 359–370. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.jdeveco.2010.08.014> (accessed 15 May 2024).
- Brookings A. (2015) *Opportunity, Responsibility, and Security: A Consensus Plan for Reducing Poverty and Restoring the American Dream*. Available at <https://www.brookings.edu/wp-content/uploads/2016/07/full-report.pdf> (accessed 15 May 2024).
- Budlender D. (2014) *Conditional Cash Transfers: Learning from the Literature*. Available at: <https://caribbean.unwomen.org/sites/default/files/Field%20Office%20Caribbean/Attachments/Publications/2016/Social%20Safety%20Net/16020912CCTLearning%20from%20the%20LiteratureLR.pdf> (accessed 15 May 2024).
- Case K. E., Fair R. C., Oster Sh. M. (2007) *Principles of Microeconomics*, 10th edn., Boston: Prentice Hall.
- Chakrabarty M., Hildenbrand W. (2011) Engel's Law Reconsidered. *Journal of Mathematical Economics*, vol. 47, no 3, pp. 289–299. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.jmateco.2011.01.006> (accessed 15 May 2024).
- Cheema I., Farhat M., Hunt S., Javeed S., Pellerano L., O'Leary S. (2014) *Benazir Income Support Programme*. Available at: <https://www.opml.co.uk/files/Publications/7328-evaluating-pakistans-flagship-social-protection-programme-bisp/bisp-first-follow-up-impact-evaluation-report.pdf> (accessed 15 May 2024).
- Chen S., Ravallion M. (2010) The Developing World is Poorer Than We Thought, But No Less Successful in The Fight Against Poverty. *The Quarterly Journal of Economics*, vol. 125, no 4, pp. 1577–1625. Available at: <https://doi.org/10.1162/qjec.2010.125.4.1577> (accessed 15 May 2024).
- Djamaluddin S. (2015) How to Ease the Burden of Poor Household? The Role of Raskin Program. *Working Papers in Economics and Business*, no 201501, Faculty of Economics and Business, University of Indonesia.

- Ferreira F. H., Robalino D. A. (2010) *Social Protection in Latin America: Achievements and Limitations*. Paper presented at the World Bank Policy Research Working Paper. Available at: <https://papers.ssrn.com/sol3/Delivery.cfm/5305.pdf?abstractid=1604349&mirid=1> (accessed 15 May 2024).
- Fiszbein A., Schady N. R., Ferreira F. H., Grosh M., Keleher N., Olinto P., Scoufias E. (2009) *Conditional Cash Transfers: Reducing Present and Future Poverty*. Available at [https://books.google.com/books?hl=en&lr=id=aunlBU_2FsYCoI=fndpg=PR5&dq=Fiszbein,+A.,+%26+Schady,+N.+R.+\(2009\)+Conditional+Cash+Transfers:+Reducing+Present+and+Future+Poverty&ots=_54Ft4EX6P&sig=_lhvhtCHKhfY5LzAIwPhuuV7ukc](https://books.google.com/books?hl=en&lr=id=aunlBU_2FsYCoI=fndpg=PR5&dq=Fiszbein,+A.,+%26+Schady,+N.+R.+(2009)+Conditional+Cash+Transfers:+Reducing+Present+and+Future+Poverty&ots=_54Ft4EX6P&sig=_lhvhtCHKhfY5LzAIwPhuuV7ukc) (accessed 15 May 2024).
- Girik-Allo A., Rahayu Y. P., Sukartini N. M. (2016) Impacts of In-Kind Transfer to Household's Budget Proportion; Evidence from Early Reformation in Indonesia. *Journal of Economics, Business Accountancy*, vol. 19, no 2, pp. 161–172. Available at: <https://doi.org/10.14414/jebav.v19i2.499> (accessed 15 May 2024).
- Hastuti, Mawardi S., Sulaksono B., Akhmadi, Devina S., Artha R. P. (2008) *Efektivitas Pelaksanaan Raskin*. Available at: <https://media.neliti.com/media/publications/51026-ID-efektivitas-pelaksanaan-raskin.pdf> (accessed 15 May 2024).
- Haughton J., Khandher S. R. (2009) *Handbook Poverty and Inequality*, Washington, DC: The World Bank.
- Heimo L. (2014) *The Idea of Conditional Cash Transfers*. (Master's Thesis: Social Policy) University of Tampere, School of Social Sciences and Humanities. Available at: <https://trepo.tuni.fi/bitstream/handle/10024/95900/GRADU-1404896124.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (accessed 205 May 2024).
- Hone Z., Marisennayya S. (2019) Determinants of Household Consumption Expenditure in Debremarkos Town, Amhara Region, Ethiopia. *American Academic Scientific Research Journal for Engineering, Technology, and Sciences*, vol. 62, no 1, pp. 124–144.
- Hoynes H. W., Schanzenbach D. W. (2009) Consumption Responses to In-Kind Transfers: Evidence from the Introduction of the Food Stamp Program. *American Economic Journal: Applied Economics*, vol. 1, no 4, pp. 109–139.
- Isdijoso W., Mawardi M. S., Budiayati S., Rosfadhila M., Febriany V., Sodo R. J. (2011) *Persepsi Rts Terhadap Pelaksanaan Dan Manfaat Program: Studi Kasus Di Tiga Kelurahan Di Provinsi DKI Jakarta*. Available at: <https://media.neliti.com/media/publications/51140-ID-monitoring-rumah-tangga-sasaran-rts-penerima-program-bantuan-pemberdayaan-masyar.pdf> (accessed 15 May 2024).
- Khandker S., Koolwal G., Samad H. (2010) *Handbook on Impact Evaluation*, Washington, DC: The International Bank for Reconstruction and Development; The World Bank.
- Kostyrko A. (2004) Vliyaniye rephormy ZhKH na trudovye i potrebitel'skie strategii rossiyskikh bednykh [The Impact of the Reforms of the Housing and Communal Services on the Consumption and Employment Strategies of the Poor in Russia]. *Journal of Economic Sociology = Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 5, no 2, pp. 76–125. Available at: https://ecsoc.hse.ru/data/2011/12/08/1208204953/ecsoc_t5_n2.pdf (accessed 15 May 2024) (in Russian).
- Kusumawati A. S., Kudo T. (2019) The Effectiveness of Targeting Social Transfer Programs in Indonesia. *Jurnal Perencanaan Pembangunan: The Indonesian Journal of Development Planning*, vol. 3, no 3, pp. 282–297. Available at: <https://doi.org/10.36574/jpp.v3i3.90> (accessed 15 May 2024).

- Maluccio J. A. (2010) The Impact of Conditional Cash Transfers on Consumption and Investment in Nicaragua. *The Journal of Development Studies*, vol. 46, no 1, pp. 14–38.
- Maluccio J. A. (2020) The Impact of Conditional Cash Transfers on Consumption and Investment in Nicaragua. *Migration, Transfers and Economic Decision Making Among Agricultural Households* (eds. C. Carletto, B. Davis, P. Winters), London: Routledgepp, pp. 14–38.
- Ninno C. D., Dorosh P. (2003) Impacts of In-kind Transfers on Household Food Consumption: Evidence from Targeted Food Programmes in Bangladesh. *The Journal of Development Studies*, vol. 40, no 1, pp. 48–78. Available at: <https://doi.org/10.1080/00220380412331293667> (accessed 15 May 2024).
- OCDE (2017) *Government at a Glance*, Paris: OECD Publishing.
- Pangaribowo E. H. (2012) The Impact of ‘Rice for the Poor’ on Household Consumption. Available at: <https://ageconsearch.umn.edu/record/124358/> (accessed 15 May 2024).
- Rawlings L. B., Rubio G. M. (2005) Evaluating the Impact of Conditional Cash Transfer Programs. *The World Bank Research Observer*, vol. 20, no 1, pp. 29–55. Available at: <https://doi.org/10.1093/wbro/lki001> (accessed 15 May 2024).
- Rosen H. S., Gayer T. (2008) *Public Finance*, 8th edn., New York: McGraw-Hill.
- Sawhill I. V. (2003) The Behavioral Aspects of Poverty. Available at: https://www.researchgate.net/publication/234615000_The_Behavioral_Aspects_of_Poverty (accessed 15 May 2024).
- Son H. H. (2008) *Conditional Cash Transfer Programs: An Effective Tool for Poverty Alleviation?* Available at: <https://www.adb.org/sites/default/files/publication/28104/pb051.pdf> (accessed 15 May 2024).
- Sulaksono H. B., Mawardi S. (2012) *Tinjauan Efektivitas Pelaksanaan Raskin dalam Mencapai Enam Tepat*, Jakarta: Lembaga Penelitian SMERU.
- Tabor S. R., Sawit M. H. (2005) *RASKIN: A Macro-Program Assessment*. BULOG, Jakarta. Available at: http://www.bulog.co.id/old_website/data/doc/20070321RASKIN_Executive_Summary_for_Distribution.pdf (accessed 15 May 2024).
- Tiwari S., Daidone S., Ruvalcaba M. A., Prifti E., Handa S., Davis B., Seidenfeld D. (2016) Impact of Cash Transfer Programs on Food Security and Nutrition in Sub-Saharan Africa: A Cross-Country Analysis. *Global Food Security*, vol. 11, pp. 72–83. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.gfs.2016.07.009> (accessed 15 May 2024).
- TNP2K. (2018) *Program Bantuan Pemerintah Untuk Individu, Keluarga dan Kelompok Tidak Mampu Menuju Bantuan Sosial Terintegrasi*. Available at <https://www.tnp2k.go.id/download/60809G2P%20Buku%201%20-%20Final%20-%20Rev%2011132018.pdf> (accessed 15 May 2024).
- Todaro M. P., Smith S. C. (2015) *Economic Development*, Hoboken, NJ: Pearson.
- Trisnowati J., Budiwinarto K. (2013) *Kajian Pengaruh Harga dan Pendapatan Terhadap Proporsi Pengeluaran Makanan Rumah Tangga (Pendekatan Model Linier Permintaan Lengkap)*. Paper presented at the Prosiding Seminar Nasional Statistika Universitas Diponegoro. Available at: <http://eprints.undip.ac.id/40290/> (accessed 15 May 2024).

Tutor M. V. (2014) The Impact of Philippines' Conditional Cash Transfer Program on Consumption. *Philippine Review of Economics*, vol. 51, no 1, pp. 117–161. Available at <https://econ.upd.edu.ph/pre/index.php/pre/article/download/905/805> (accessed 15 May 2024).

Wight V., Kaushal N., Waldfogel J., Garfinkel I. (2014) Understanding the Link Between Poverty and Food Insecurity Among Children: Does the Definition of Poverty Matter? *Journal of Children and Poverty*, vol. 20, no 1, pp. 1–20. Available at: <https://doi.org/10.1080/10796126.2014.891973> (accessed 15 May 2024).

World Bank. (2009) *Conditional Cash Transfer Reducing Present and Future Poverty*, Washington, DC: World Bank.

World Bank. (2011) *Program Keluarga Harapan: Impact Evaluation Report of Indonesia's Household Conditional Cash Transfer Program*. Available at: <http://documents1.worldbank.org/curated/en/589171468266179965/pdf/725060WP00PUBL0uation0Report0FINAL.pdf> (accessed 15 May 2024).

Received: November 26, 2023

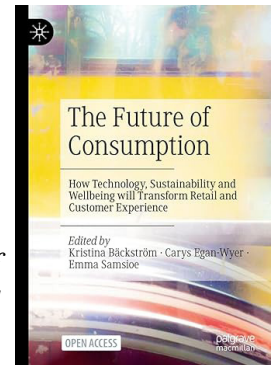
Citation: Hudang A. K., Setyarini Y. (2024) Do Subsidized Rice and Conditional Cash Transfer Programs Affect Poor Households' Food Consumption Expenditures? A Difference-in-Differences Approach. *Journal of Economic Sociology = Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vo. 25, no 3, pp. 229–246. doi: [10.17323/1726-3247-2024-3-229-246](https://doi.org/10.17323/1726-3247-2024-3-229-246) (in English).

NEW BOOKS

Anna Tikhomirova

The Future We Live In

Book Review: Bäckström K., Egan-Wyer C., Samsioe E. (eds) (2024) *The Future of Consumption: How Technology, Sustainability and Wellbeing will Transform Retail and Customer Experience*, Cham: Palgrave Macmillan. 383 p.



TIKHOMIROVA, Anna — PhD, postdoctoral researcher, Laboratory for Studies in Economic Sociology, HSE University. Address: 20 Myasnitskaya str., Moscow, 101000, Russian Federation.

Email: atikhomirova@hse.ru

Abstract

The book “The Future of Consumption” offers the readers to take a look at the trends in the modern retail industry and their impact on the future of consumption. The editors, Kristina Bäckström, Carys Egan-Wyer, and Emma Samsioe, present the material in a deductive manner by first outlining the general topic of each part that provides the reader with the general idea. They guide the reader through technological, sustainable, wellbeing, and customer experience factors, all of which are closely interlinked and shape consumption practices. They further divide parts into smaller elements, with each reflecting on the crucial tendencies within the modern consumption practices, which are to determine the future of consumption. In each chapter, the authors unpack the integral elements of modern consumption discourse that by the end of the book helps the reader assemble the jigsaw puzzle and get a complete understanding of the future of consumption.

Even though the book presents a purely marketing standpoint and manifests itself as a guide for market researchers and practitioners, the reader can find a lot of evidence that the factors described have a much deeper societal nature beyond just consumption patterns. Modern consumption is no longer only about obtaining and utilizing goods and services. It is about self-identity and self-definition, when through consumption people tell who they are, what social stand they represent, and what values and beliefs they reflect. The role of the retailer is also undergoing certain transformations. Modern retailers and brands are seen as the transmitters of social and political ideas, those who are able to shape public opinion and significantly alter consumption behavior. All the players of modern retail are interconnected and affect one another.

Keywords: consumption; consumer; sustainability; technology; wellbeing; customer experience.

Introduction

The book “The Future of Consumption” was published in 2024 and represents a collection of research works contributed by 42 authors from various countries and research fields. The book editors, being the lecturers at Lund University in Sweden, with diverse research interests, managed to tailor the book in the exquisite manner. Kristina Bäckström, a Senior Lecturer at the Department of Service Studies and Centre for Retail Research, specializes in the field of digitalization and consumer behavior; Carys Egan-Wyer, a senior lecturer at School of Economics

and Management, is interested in sustainable consumption; Emma Samsioe, an Associate Senior Lecturer at the Department of Service Studies and Centre for Retail Research, specializes on consumer culture and digital consumer practices, fashion, and food consumption. Most of the contributing scholars specialize in different aspects of marketing: digitalization; digital marketing and digital consumption; AI technologies; sustainability and sustainable consumption; consumer culture; service studies, psychological and sociological determinants of the consumption, etc. Among the practitioners there are specialists in business innovation and digital business practices; circular product management; sustainability; marketing management; consumer experience; customer experience strategies. The authors' backgrounds as both scholars and practitioners broaden the horizons of the book, enriching it with theoretical depth and rich practical insights. In their attempt to answer the central research question "What is the future of consumption?" the authors provide a detailed outlook on what future consumers will be like, how the consumption patterns and customer experience will transform under the permanently changing conditions, and how retailers can use this knowledge to respond to the emerging consumption trends.

The book has a very clear structure and consists of five major parts. It starts with the introduction which provides a brief outline and summary of each subsequent part of the book. There are four parts, each focusing on the key factors that transform consumption behavior. Within its framework, the book touches upon three major aspects: *technology*, *sustainability*, and *wellbeing*, which, the authors believe, are to shape the future of consumption. These themes are correspondently represented in each separate part of the book. The final section is devoted to *customer experience*. Each part is further subdivided into a series of chapters where the reader can find more in-depth research and insights into the domain. Even though each factor is examined in a separate chapter, it is clear from the general narration that those factors are closely interconnected and influence consumer behaviour in complex ways.

When discussing *technology*, the authors refer to such trends as omnipresent digitalization, smart signage and its impact on retailer-customer communication, metaverse, trust in the context of digitalization, "buy now pay later" phenomenon.

The authors see *sustainability and sustainable consumption* as an integral part of modern society and its practices, which not only change consumption behaviour but also demand retailers to modify their business models in a more sustainable manner. Such trends as packaging-free initiatives, reducing food waste through sustainable food conversations, digitalization that leads to more sustainable consumption, and sustainable consumption in the clothes retail sector seem particularly meaningful for shaping the future of consumption.

In the context of customer *wellbeing*, it is worth mentioning slow consumption, personalized customer value, brand activism, and vegan consumption as the major driving forces that transform consumer attitudes and beliefs, altering the modes of consumption and potentially leading to the customer wellbeing.

Last but not least, the focus of the fourth part of the book is *customer experience*. This section examines the major changes in customer experience since the emergence of e-commerce and the way it co-exists with traditional offline stores. The authors concentrate greatly on in-store services as a vital component of the modern customer experience.

The more detailed discussion is unfolded in the subsequent parts of the article which is organized in line with the book structure.

Technology

The fact that the authors place *technology* in the first part of the book is not accidental. It is the primary factor affecting consumers in various ways whose footprint can be traced in other factors as well. While other factors

affecting future consumption can be a matter of discussion, it is very hard to neglect the role of technology in people's lives.

The first chapter covers the linkage of technology and sustainability. Hassen and Akponah's research contributes to the analysis of mobile apps as facilitators of more sustainable modes of consumption in the context of the sharing economy. The idea of online app utilization in the sharing economy context to enhance sustainability has been very popular research focus in recent years. Previously, researchers investigated the effect of household energy apps [Paneru, Tosa, Tarigan 2023], sustainable food shopping apps [Fuentes, Cegrell 2021; Weber 2021; Samsioe, Fuentes 2022; Sharma, Joshi, Govindan 2023], carbon footprint tracking apps [Hoffmann et al. 2024]. In line with the previous studies, Hassen and Akponah advocate that in the age of digitalization, mobile apps can be used as a powerful tool to establish a communication channel with customers and guide them towards embracing sharing economy ideas and adopting sustainable and collaborative consumption models. They argue: "...that technology constitutes a key driver of achieving a sustainable-consumption society and, more specifically, that smartphone technologies are enabling a social and sustainable consumption lifestyle" [Bäckström, Egan-Wyer, Samsioe 2024: 23]. "Consumers have become increasingly interested in expressing their orientations, desires, and motivations for participating in the circular economy using the digital platforms that are available in this space." [Bäckström, Egan-Wyer, Samsioe 2024: 25]. The idea of such app implication not only affects consumption but also has a strong impact on peoples' norms, beliefs, and attitudes. It has the potential to transform the lifestyle and make it more collaborative providing people with a sense of belonging to a community with strong ideology.

Another interesting phenomenon described in the following chapter is related to an emerging type of advertising message called *smart signage*¹. So far, this concept has not been widely addressed in academic research, which makes it a compelling object for scientific analysis and points the direction of future research. Prior studies have mostly concentrated on digital signage [Garaus, Wagner, Rainer 2021; Nakayama et al. 2023] without the integration of AI technologies. Smart signage is seen as a revolutionizing marketing tool that can deliver a unique personalized customer experience. "Retailers adopting smart signage are not only providing valuable information to consumers, but also interacting with them to solve their problems, build a rapport, and increase engagement" [Bäckström, Egan-Wyer, Samsioe 2024: 39]. This new tool representing a combination of digital displays and AI is capable of creating two-way communication and provide a more personalized customer experience. Velasco and Marriott see it as a necessary element that may potentially affect customers' attitudes and beliefs, and ultimately, their decision-making process. The authors propose a model to analyse the potential effectiveness of smart signage. The model consists of several key elements such as signage design characteristics, psychological distance, privacy concerns, and consumer-product relationships. It is supposed that both psychological distance and privacy concerns may have a significant effect on the potential two-way communication. As the further direction for the research, the authors highlight another important phenomenon — *the metaverse*.

The metaverse is an extremely intriguing emerging phenomenon that is believed to have a dramatic effect on people's lives including their consumption experiences. Without doubt, it requires a thorough scientific assessment and comprehension. Despite its relative novelty, the metaverse and its possible societal effects have already provoked significant research interest and have been subjected to thorough analysis. First introduced in 1992 by Neal Stephenson in his science fiction novel, the metaverse was originally depicted as a parallel universe in which the main character of the book was able to adopt different identities and live them through as part of his daily life [Johri et al. 2024]. Today it is no longer science fiction, it is the reality we live in. The metaverse represents a virtual reality where users are able to communicate with each other and perform vari-

¹ "Media for which existing digital signage is given upgraded information technologies such as thinner and clearer liquid crystal displays, iris recognition technologies, augmented reality (AR), and/or object recognition, with multiple devices capable of being controlled remotely. Networking has enabled two-way or interactive content and services" [Kim, Lee 2015: 2911].

ous daily activities including shopping, taking avatar identities and having the possibility to experience things they have always dreamed of but have never had such an opportunity in the physical world. It is worth mentioning that the pandemic was somehow a facilitator of the wider metaverse application when many fashion brands provided a virtual opportunity for customers to experience and try on their products. Shahriar argues that the metaverse has the potential to shape marketing and retail strategies. “As a new medium, the metaverse is different from those preceding it, because it enables a fully immersive experience in virtual realms, potentially engendering a fundamental shift in how we view the world and experience embeddedness in multiple realities.” [Bäckström, Egan-Wyer, Samsioe 2024: 63]. Employing McLuhanian (1992) perspective, the author attempts to analyse the modifications that the metaverse enforces on society, culture, and individuals. Shahriar provides a techno-political matrix that describes four potential scenarios for the metaverse evolution within social discourse: the Californian ideology represents a free-market ideology and consumer culture and encourages further technological development; democratized information society stands for the freedom of expression in the decentralized democratic cyberspace; algorithmic and surveillance culture is centred around privacy concerns and data protection; technological governance system leads to the stricter governmental control over big tech companies. Like any other technological development, the metaverse and its implementation present certain threats to consumers, with privacy concerns being a key issue. The author calls for marketers and retailers to establish “people-centric digital propositions” that prioritize the human element.

The concept of *trust*, which was briefly mentioned in the previous chapters in regard to privacy concerns, is explored in more detail in the following chapter. Due to technological advances, retailers nowadays are able to collect and analyze a vast amount of consumer behavioural data to make shopping experiences more personalized. Larsson and Haresamudram argue that the fast-spreading datafication of the consumption process should be explored from the perspective of consumer trust. The issue of trust in both offline and online consumption is not new and has drawn a lot of scholarly attention. Trust is considered a key element of human interaction and “the main prerequisite for functioning markets per se” [Bäckström, Egan-Wyer, Samsioe 2024: 81].

On the one hand, the datafication process can make customer experiences more personalized, benefiting both customers and retailers. On the other hand, the datafication process involves third parties collecting private data. This fact is closely related to the non-transparent user agreement of personal data utilization, mixed feelings of consumers and trust issues, potentially becoming a significant barrier to future interactions and purchasing decisions. The authors mention that many customers are reluctant to read through user agreements and often rely on intuition when deciding whether to accept them. Depending on the level of trust, the process of data collection may be seen either as personification when the level of trust is high or surveillance when the trust level is low. The authors advocate for prioritizing “trust, transparency, and agency as key consumer needs in the creation of healthy datafied retail” [Bäckström, Egan-Wyer, Samsioe 2024: 86].

The concluding chapter of the *Technology* part introduces one more interesting and revolutionizing concept: “Buy Now, Pay Later” (BNPL). This concept, first introduced by Chinese AntGroup in 2017, is currently fast spreading and represented by Affirm in the United States, Klarna in Sweden, Afterpay in Australia, and Ant and Tencent in China [Ji et al. 2023]. Despite being a fast-spreading tool, the impact of BNPL on the consumption has not been sufficiently analysed yet. Participants of the BNPL program have an opportunity to purchase a product and pay for it over a predetermined time period, typically spanning weeks or months. Without a doubt, this phenomenon affects and will further modify consumption patterns as it provides consumers with the opportunity to purchase something that they cannot afford at a certain period of time or provide them with free liquid resources that they can utilize for some other purposes. Nowadays it is particularly popular among Millennials and Gen Z, although little is known about the attitudes of older generations towards the BNPL payment model. It is supposed that engaging consumers with BNPL can make consumption more affordable and habitual. Moreover, it should make consumption more pleasant by reducing the feeling of financial constraint. The BNPL scheme involves three sides: the consumer, the retailer, and the third-party BNPL service

provider. It is supposed that the scheme should be beneficial for all three participants. Within the research framework, Relja, Zhao, and Ward outline several possible scenarios: *mutualism* which is beneficial for all the participants; *commensalism* —mix of win-neutral relationship; *parasitism* —mix of win-lose outcome, *amensalism* —mix of lose-neutral outcomes, and *synnecrosis* —lose outcomes for all the three participants. All in all, the authors state that BNPL is «more than just a payment ecosystem, generating environments that seek to transform the consumer experience and reshape the value proposition into one where retailers are a necessary, but no longer primary, constituent.» Furthermore, they highlight that BNPL «offers both an incentive to spend, fostering potentially unsustainable patterns of consumption, and a safety net regarding access to goods through deferred payment or installments.» [Bäckström, Egan-Wyer, Samsioe 2024: 113–114].

Sustainability

Over the past decade, the issue of sustainability and sustainable consumption has been an integral part of scientific discourse. It is therefore unsurprising that the authors of the book position sustainability as a key factor that is already reshaping, and will continue to reshape, consumption patterns in the future. As the authors state, “...the cry for sustainability has begun to be heard in all areas of life.” [Bäckström, Egan-Wyer, Samsioe 2024: 128]. In this case the response to this “cry” for sustainability is twofold.

On the one hand, in modern society, especially in developed countries, there is a significant demand for sustainability that has become intertwined with people’s identities. Environmentally conscious consumers expect retailers to be responsible and sensitive to the environment, causing less or no harm to it. Retailers have to adapt to this demand in various ways. “Retailers are attempting to be environmentalists in every imaginable area, from building environmentally-friendly stores to designing decor, materials, activities, suppliers, products, and promotions.” [Bäckström, Egan-Wyer, Samsioe 2024: 133]. An adoption of sustainable practices by retailers offers numerous advantages: “They provide the opportunity to attract consumers who want to buy environmentally-friendly products, also improving brand equity, building customer loyalty, attracting investment, cutting the cost of packaging, waste disposal, warehousing, electricity, and water, and, perhaps most importantly, offering a means of differentiation and competitive advantage” [Bäckström, Egan-Wyer, Samsioe 2024: 133]

At the same time, the authors see retailers as the key players who are not only responsible for the reduction of overproduction and overconsumption but are also seen as agents capable of adding value to products and services. “Retailers are taking the dominant aspects of sustainability and turning them into market actions that can be taken within existing structures and can find sufficient support and acceptance among consumers in order to continue their businesses economically and sustainably.” [Bäckström, Egan-Wyer, Samsioe 2024: 140].

Within the realm of sustainability, it is worth mentioning that not all countries perceive environmental problems equally and, therefore, the demand for sustainable development at all levels differs dramatically across countries. Shih compares the perception of sustainability ideas in Taiwan and China. In the framework of this comparison, he presents a model of sustainable consumption which is affected by two major groups of factors. The first group of institutional factors includes culture, regulation, and state. The second group encompasses individual factors that consist of education, materialism, and information.

As discussed earlier in the article, digitalization is expected to benefit sustainable consumption, in line with the general shift in consumption practices. However, the authors debate that in regard to sustainable consumption and virtualization of consumption, there is a dearth of reliable data so far, and this area still requires further analysis. “Digitalization can in equal measures be the friend or foe of sustainable consumption.” [Bäckström, Egan-Wyer, Samsioe 2024: 200].

There are several specific sustainability-related issues covered in the book. The first issue of sustainable consumption discussed by the authors is *packaging*. Being an inseparable part of both the product and the brand, today packaging is one of the major sources of plastic waste. Consequently, in the context of sustainability, package-free consumption is getting more and more attention as a constitutive element of building a more sustainable society. “Packaging-free shopping is a form of sustainable business model that meets the demands and needs of environmentally-sensitive consumers, reduces the harm that consumption causes to the environment, and contributes positively to a better world.” [Bäckström, Egan-Wyer, Samsioe 2024: 139].

Sustainable consumption supposes a considerable change in food consumption practices, potentially resulting in the establishment of new behaviours. Therefore, within the sustainability framework, there is a growing interest in *plant-based foods*. In the second chapter of this part, the authors refer to seaweed as an alternative food source. “Research and industry have high expectations regarding seafood and algae as sustainable food alternatives.” [Bäckström, Egan-Wyer, Samsioe 2024: 147]. Fredriksson et al. argue that as consumers feel rather open towards new types of plant-based foods, retailers play a crucial role in introducing these new products and facilitating their adoption by consumers. It once again highlights the significance of retailers in delivering the value message to consumers and driving further modifications in consumption patterns.

Another important food-related topic discussed is *food waste*. Sutinen and Närvänen argue that the minimization of food waste allows retailers combine several aspects of sustainability such as economic, social, and environmental. Engaging in public debate on sustainability issues is identified as one of potential tools that can lead to more sustainable consumption and food waste reduction. The authors suggest that retailers may address their customers and affect their consumption behaviour patterns by participating in discussions in both traditional and social media platforms. They identify several approaches adopted by retailers. First of all, retailers publicly report about food waste reduction. Second, they assist and advise consumers on food waste reduction, which is seen as the potential tool of consumption transformation. Third, an invitation to participate in public debate on social media is seen as another extremely powerful tool, since anyone can join such debates and share their opinion.

Wellbeing

The third part of the book is related to the concept of wellbeing. Nowadays, being at the peak of its prioritization, wellbeing refers to something ultimately good for a person. It usually consists of mental, physical, economic, and emotional wellbeing that are closely interconnected. The authors broaden the concept by including additional elements into the concept: “The dimensions of wellbeing are defined as physical health, mental health, financial wellbeing, marginalization, discrimination, literacy, inclusion, access, capacity-building and decreased disparity.” [Bäckström, Egan-Wyer, Samsioe 2024: 236]. Undoubtedly, when consumers prioritize wellbeing, it inevitably influences their consumption modes. People become more conscious about various aspects of the goods and services they consume.

As previously discussed, one of the integral components of wellbeing is mental health. With the increasing prioritization of mental health in today’s fast-paced world, a lot of people opt for online mental health consultancy services. Jeunemaître addresses consumer wellbeing from the digital mental health service perspective, highlighting both advantages and disadvantages of these services. It is worth mentioning that the advantages in this domain are extremely contextual. The range of disadvantages is rather wide: “Certain ethical issues, for example, consumer privacy, the competence of therapists, or the ability of counterparts to build a therapeutic relationship.” [Bäckström, Egan-Wyer, Samsioe 2024: 236].

Another technological development aimed at enhancing peoples’ wellbeing and making life more convenient is embodied technologies. Following the transhumanist philosophy, the movement of biohackers emerged in

2008 [Meyer, Vergnaud 2020]. That small group of people believed that the human body has limitations in fulfilling all necessary functions and the implantation of microchips will boost bodily functions. So far, the leading microchip producer in this field has sold over 10,000 microchips.

The authors suggest that the implication of microchips is “a wide range of biotechnological self-experiments, or hacks, intended to further human wellbeing (e. g., increased cognitive capacity, happiness, and morality).” [Bäckström, Egan-Wyer, Samsioe 2024: 253]. From the consumption perspective, this technology is supposed to modify the modes of consumption, making it a simpler and more positive experience. However, this technological development raises also a range of issues to be discussed and solved in the future. First of all, the existing microchips have a significant technological drawback, notably their expiration date, after which the implanted microchip should be removed and replaced. Second, there is a lot of ethical debate regarding the experiments involving human body modification. Third, along with other novel digital products, there is a great debate about privacy concerns and governmental control over personal data obtained through microchips.

Due to the unexpanded nature of biohacking, it is hard to foresee and analyze whether such technological innovation, which involves interference in human body, will be broadly accepted by the public and have the potential to significantly alter the habitual ways of life and consumption patterns as part of this broader transformation.

Another novel concept introduced in the modern world is the notion of *brand activism*. The Lewis and Vredenburg describe it as a construct of the consumer wellbeing, where “brands deliver value to consumers through emotional and self-expression benefits that can impact consumer wellbeing. Further, brands help consumers to construct both their identities and their sense of self through the consumption of brands, and the broader values these are aligned with.” [Bäckström, Egan-Wyer, Samsioe 2024: 265].

In the current climate, society demands brands to take a strong standpoint on socio-political issues. Recent studies show that an overwhelming majority of consumers (86%) anticipate brands to be socially active [Ahmad, Guzmán, Al-Emran 2024]. Brands today have a great ability to deliver extremely powerful ideas, values, and morals to their customers. Despite the consumer brand identification theory, which suggests that the stronger brand identification leads to a higher possibility of repeat purchases, brands are not always willing to state their political or social views. The reaction of consumers may be hard to foresee.

According to Lewis and Vredenburg, “consumers evaluate activism authenticity as part of their consumption process.” [Bäckström, Egan-Wyer, Samsioe 2024: 267]. The authors advocate that the perception of authenticity or inauthenticity of brand activism affects the feeling of brand alignment and, therefore, influence the overall brand experience for the consumer. When consumers perceive the brand’ socio-political standpoint as inauthentic, they express scepticism and lack of desire to interact further with the brand.

Veganism is another movement related to sustainable consumption that potentially results in the consumer wellbeing. Lamarche-Beauchesne argues that amidst environmental problems, consumers seek the feeling of agency by reconstructing their consumption, with veganism emerging as one of the potential forms of this reconstruction. The author believes that by reconstructing their consumption, people can achieve the sense of wellbeing not only for themselves but also for others. The author addresses the issue through the theory of the consumption-driven market emergence that highlights the vital role of consumers in the new market emergence. “It is then suggested that, for ideologically driven consumer movements such as veganism, traditional markets may play a role in reducing stigmatization and lifestyle legitimation through the development of visible and compliant products.” [Bäckström, Egan-Wyer, Samsioe 2024: 282–283]. Lifestyle movements such as veganism influence peoples’ daily lives and lead to identity transformation and adoption of new practices including the transformation of the regular consumption decision-making. Such lifestyle movements not only

have the ability to affect consumption on its outer level but also bring significant cultural, ethical, and social transformations.

Customer Experience

The final part of the book is devoted to the analysis of the customer experience within the dynamically changing retail context. A lot is said about the role of physical stores and the experiences customers may get there in the age of digitalization. As the world is changing extremely fast, retailers have no other option but to adapt to the constant and ongoing changes. In recent decades many alternative retail channels have emerged, which puts traditional offline shops under considerable threat. However, contemporary studies show that the emergence of new channels, such as e-commerce, does not exclude traditional stores from customers' options but highlights the need to create and master the practice of integrated channels that can provide customers with a smooth consumption experience. The development of such a channel change consumption patterns. There is a strong demand for traditional stores to meet customers' needs and expectations. Nowadays, the role of the physical store has changed greatly, as customers visit them not only for the purpose of making purchases but also to get a valuable customer experience [Wang, Goldfarb 2017].

According to Nilsson, the combination of both online and offline consumption has created several new consumer behavior patterns. For instance, showrooming allows people experience the product they want to purchase in a physical store, before making a final online purchase. Webrooming is a totally opposite action when consumers check the information online before purchasing in a physical store. The "buy online pick up in store" pattern (BOPS) also provides a combination of both channels. It is argued that taking into consideration the mixed consumption approach, modern consumers do not have clear boundaries between online and offline consumption. According to the author, there is a very small segment of consumers who opt for exclusively online consumption mode. The majority prefers the online-offline combination whereas consumers mostly visit physical stores for inspiration and service. That literary makes prior analysis of consumer behavior in purely online or purely offline contexts irrelevant in the modern environment and requires scientific comprehension of omnichannel consumption.

Vredenburg et al. emphasize that so far traditional physical stores have the possibility to provide customers with unique experiences that online stores cannot do. They are able to "create moments of delight, when customer expectations are exceeded" [Bäckström, Egan-Wyer, Samsioe 2024: 324]. The authors state that one of the important tools that can create a unique experience is "the concept of employee-to-customer improvisation—a combination of creativity and quick-thinking in order to create unique value both for and with the customer."

That brings us to another tool — personal service encounters. Egan-Wyer argues that "the successful retail stores of the future will be the ones that can answer the following question: When is it worth investing in the personal service encounter and when are self-service technologies more appropriate?" [Bäckström, Egan-Wyer, Samsioe 2024: 346]. The authors highlight that not all customers require personal service and today, especially after pandemic, many prefer self-service technologies.

Major Limitations of the Book

The book has several significant drawbacks. First of all, when analyzing the utilization of new technological advances, the authors mainly refer to two generations — Millennials and Gen Z. Such examples are evident in articles "The Intersection of Sustainability and Technology in the Context of the Digital Marketplace" by Hassen and Akponah; "Smart Signage: Towards a Transformative Model that Effectively Generates Consumer-Product Relationships" by Velasco and Marriott; "Friend or

Foe? How Buy-Now-Pay-Later Is Seeking to Change Traditional Consumer-Retailer Relationships in the UK” by Relja, Zhao and Ward. It is a well-known fact that younger consumers adapt to new technologies and start implementing them in their daily practices much faster than older generations [Morris, Venkatesh 2000; Trocchia, Janda 2000]. When talking about the future of consumption, researchers are more interested in younger generations as the driving force of future change. However, neglecting the experience of older people may introduce bias into the research. It can be potentially interesting to analyse and compare the peculiarities of older consumers and create for them a certain adaptability mechanism.

Another significant limitation is the selection of the countries under research focus when addressing sustainability issues. Most of the respondents and observations in the book are from developed countries, where sustainability topics are more prominent, people are aware of potential environmental threats and have adopted sustainable consumption to some degree. However, in many countries the issue of sustainability is not a primary concern, citizens may not experience a shortage of natural resources or food, and, therefore, ignore or simply are not aware of potential threats. Consequently, as a potential for further research it is worth exploring consumer behavior in countries where sustainability is not that widely popularised. By pointing out some common tendencies, it would be possible to suggest new developments that may potentially enhance transformation in social norms, beliefs and attitudes, resulting in more sustainable consumption practices.

Discussion and Conclusion

The book “The Future of Consumption” sheds light on the modern trends that are currently transforming or are to transform future consumption. The book mainly takes a marketing standpoint. However, the majority of the trends outlined have the capacity to cause not only marketing transformations but can also transform social discourse at a deeper level of norms, attitudes, and beliefs.

Even though a separate part of the book is devoted to technology, it is obvious that the technological factor is the core element of the future transformations, intricately linked with sustainability, wellbeing, and customer experience. Since the emergence of the Internet, peoples’ lives are undergoing constant changes. The modern society we live in is dominated by digitalization. Some technologies such as online shopping are already an integral part of peoples’ lives. We feel their presence, can already measure their effects and observe transformations happening within society. As it was stated by the authors, we can witness behavioral transformations among consumers, for instance, the emergence of new retail channels that transform consumption patterns. Other technologies such as microchips and metaverses are still somewhere at the edge of reality and science fiction. Even if it is hard to observe their impact now, these phenomena have immense potential to enhance significant social changes.

Researchers and practitioners place significant hope in the power of digitalization to drive the development of sustainable consumption. Indeed, social media and mobile apps are crucial tools used by brands and retailers to communicate their messages and ideas to consumers. Digital technologies are widely applied in the promotion of sustainable ideas, as well as the creation of arenas for public discussion that enhance sustainable consumption. A similar role of retailers can be seen when addressing the concept of brand activism. In this context, retailers act not only as sellers who are seeking mere profits but more as agents who create values and deliver life-changing ideas to their customers.

Consumers, in their turn, affect retailers by creating a diverse set of demands. Firstly, consumers expect brands not only to perform their basic function by producing goods and services. Brands are obliged to articulate their political and social stand. Consumption is no longer just a process of buying and utilizing goods and services. It is closely related to consumers’ self-identification and self-definition. Secondly, consumers are those who actively participate in the establishment of new lifestyle markets. They dictate to retailers what they need, and

retailers have to reflect. Therefore, the relationship between consumers and retailers is a two-way exchange where both players affect each other and collectively construct the future of consumption.

With the further spread of digitalization and datafication of consumption, the issues of consumer trust and privacy concerns will remain at the forefront of attention. Given that they are the core elements of adopting and applying new technologies, there is a clear demand for their careful and transparent management.

To draw the conclusion, the book is beneficial for both researchers and practitioners. First, it outlines valuable directions for future research and raises important questions for further discussion. Second, by describing modern trends and tendencies, it provides a rich material for practitioners to reflect on and apply in their practice to be able to meet the needs and demands of modern consumers.

Acknowledgements

The results of the project “Russians’ Daily Social Practices under Exogenous Shocks,” carried out within the framework of the Basic Research Program at the National Research University Higher School of Economics (HSE University) in 2024, are presented in this work.

References

- Ahmad F., Guzmán F., Al-Emran Md. (2024) Brand Activism and the Consequence of Woke Washing *Journal of Business Research*, vol. 170 (January), art. 114362. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.114362> (accessed 17 May 2024).
- Bäckström K., Egan-Wyer C., Samsioe E. (eds) (2024) *The Future of Consumption*, Cham: Palgrave Macmillan.
- Feng L., Teng J.-T., Zhou F. (2023) Pricing and Lot-Sizing Decisions on Buy-Now-and-Pay-Later Installments through a Product Life Cycle. *European Journal of Operational Research*, vol. 306, pp. 754–763.
- Fuentes C., Cegrell O. (2021) Digitally Enabling Sustainable Food Shopping: App Glitches, Practice Conflicts, and Digital Failure. *Journal of Retailing and Consumer Services*, vol. 61, July, art. 102546. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102546> (accessed 17 May 2024).
- Garaus M., Wagner U., Rainer R. C. (2021) Emotional Targeting Using Digital Signage Systems and Facial Recognition at the Point-of-Sale. *Journal of Business Research*, vol. 131, July, pp. 747–762. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.10.065> (accessed 17 May 2024).
- Hoffmann S., Lasarov W., Reimers H., Trabandt M. (2024) Carbon Footprint Tracking Apps. Does Feedback Help Reduce Carbon Emissions? *Journal of Cleaner Production*, vol. 434, January, art. 139981. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2023.139981> (accessed 17 May 2024).
- Johri A., Sayal A., Chaithra N., Jha J., Aggarwal N., Pawar D., Gupta V., Gupta A. (2024) Crafting the Techno-Functional Blocks for Metaverse — A Review and Research Agenda. *International Journal of Information Management Data Insights*, vol. 4, iss. 1, April, art. 100213. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.jjime.2024.100213> (accessed 17 May 2024).
- Ji Y., Wang X., Huang Y., Chen S., Wang F. (2023) Buy Now, Pay Later as Liquidity Insurance: Evidence from an Early Experiment in China. *China Economic Review*, vol. 80, August, art. 101998. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.chieco.2023.101998> (accessed 17 May 2024).

- Kim H. S., Lee B. G. (2015) An Empirical Analysis of Smart Signage and Its Market Delimitation. *KSII Transactions on Internet and Information Systems*, vol. 9, no 8, pp. 2910–2927.
- Meyer M., Vergnaud F. (2020) The Rise of Biohacking: Tracing the Emergence and Evolution of DIY Biology through Online Discussions. *Technological Forecasting & Social Change*, vol. 160, November, art. 120206. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120206> (accessed 17 May 2024).
- Morris M. G., Venkatesh V. (2000) Age Differences in Technology Adoption Decisions: Implications for a Changing Work Force. *Personnel Psychology*, vol. 53, no 2, pp. 375–403. Available at: [10.1111/j.1744-6570.2000.tb00206.x](https://doi.org/10.1111/j.1744-6570.2000.tb00206.x) (accessed 17 May 2024).
- Nakayama M., Uchino K., Nagao K., Fujishiro I. (2023) HYDRO: Optimizing Interactive Hybrid Images for Digital Signage Content. *Virtual Reality & Intelligent Hardware*, vol. 5, no 6, pp. 565–577.
- Paneru C. P., Tosa C., Tarigan A. K. M. (2023) Exploring Digital Narratives: A Comprehensive Dataset of Household Energy App Reviews. *Data in Brief*, vol. 51, December, art. 109835. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.dib.2023.109835> (accessed 17 May 2024).
- Samsioe E., Fuentes C. (2022) Digitalizing Shopping Routines: Re-Organizing Household Practices to Enable Sustainable Food Provisioning. *Sustainable Production and Consumption*, vol. 29, January, pp. 807–819. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.spc.2021.07.019> (accessed 17 May 2024).
- Sharma M., Joshi S., Govindan K. (2023) Overcoming Barriers to Implement Digital Technologies to Achieve Sustainable Production and Consumption in the Food Sector: A Circular Economy Perspective. *Sustainable Production and Consumption*, vol. 39, pp. 203–215. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.spc.2023.04.002> (accessed 17 May 2024).
- Trocchia P. J., Janda S. (2000) A Phenomenological Investigation of Internet Usage among Older Individuals. *Journal of Consumer Marketing*, vol. 17, no 7, pp. 605–616. Available at: <https://doi.org/10.1108/07363760010357804> (accessed 17 May 2024).
- Wang K., Goldfarb A. (2017) Can Offline Stores Drive Online Sales? *Journal of Marketing Research*, vol. 54, no 5, pp. 706–719.
- Weber A. (2021) Mobile Apps as a Sustainable Shopping Guide: The Effect of Eco-Score Rankings on Sustainable Food Choice. *Appetite*, vol. 167, 1 December, art. 105616. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.appet.2021.105616> (accessed 17 May 2024).

Received: April 4, 2024

Citation: Tikhomirova A. (2024) The Future We Live in. Book Review: Bäckström K., Egan-Wyer C., Samsioe E. (eds) (2024) *The Future of Consumption: How Technology, Sustainability and Wellbeing will Transform Retail and Customer Experience*, Cham: Palgrave Macmillan. 383 p. *Journal of Economic Sociology = Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 25, no 3, pp. 247–257. doi: [10.17323/1726-3247-2024-3-247-257](https://doi.org/10.17323/1726-3247-2024-3-247-257) (in English).

**Экономическая
социология**
Т. 25. № 3.
Май 2024

Электронный журнал
www.ecsoc.msses.ru
www.ecsoc.hse.ru

ISSN 1726-3247

Адрес редакции

101000, Россия,
г. Москва,
ул. Мясницкая,
д. 11, комн. 530
тел.: (495) 628-48-86
email: ecsoc@hse.ru



**Journal of
Economic Sociology**
Vol. 25. No 3.
May 2024

Electronic journal
www.ecsoc.msses.ru
www.ecsoc.hse.ru

ISSN 1726-3247

Contacts

11 Myasnitskaya str., room
530
101000 Moscow,
Russian Federation
phone: +7 (495) 628-48-86
email: ecsoc@hse.ru

Доступ к журналу

- Доступ ко всем номерам журнала — постоянный, свободный и бесплатный.
- Каждый номер содержится в едином файле (10–12 п. л. в PDF).
- Если хотите, чтобы Вас оповещали о выходе очередного номера, пожалуйста, заполните форму подписки: <https://www.hse.ru/expresspolls/poll/23725626.html>

Open Access Policy

- All issues of the Journal of Economic Sociology are always open and free access.
- Each entire issue is downloadable as a single PDF file.
- If you wish to receive notification when new issues are published, please fill out the following form: <https://www.hse.ru/expresspolls/poll/23725626.html>