



# ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СОЦИОЛОГИЯ

JOURNAL OF ECONOMIC SOCIOLOGY = EKONOMICHESKAYA SOTSILOGIYA

Читайте в номере:

**Куракин Д. Ю., Латыпов И. А.**

Экосистемы выбора: о некоторых ограничениях теории рационального выбора и стратегии их преодоления

**Верников А. В., Курышева А. А.**

Отношение к жизни не по средствам в русских пословицах и поговорках

**Катц Б., Новак Дж.** Новый локализм

**Лаврусевич П. Е.** Жить бором или жить в бору: практики собирательства и присвоение пространства (кейс Караканского бора)

**Экономическая  
социология**  
Т. 24. № 3  
Май 2023

Электронный журнал  
[www.ecsoc.msses.ru](http://www.ecsoc.msses.ru)  
[www.ecsoc.hse.ru](http://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](mailto: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](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](http://ecsoc.hse.ru/author_requirements.html)



**Journal of  
Economic Sociology**  
Vol. 24. No 3.  
May 2023

Electronic journal  
[www.ecsoc.msses.ru](http://www.ecsoc.msses.ru)  
[www.ecsoc.hse.ru](http://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](mailto:ecsoc@hse.ru)

Экономическая  
социология  
Т. 24. № 3.  
Май 2023

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

НИУ ВШЭ (Россия)

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. 24, No 3.

May 2023

Electronic journal

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

[www.ecsoc.hse.ru](http://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**

HSE University (Russia)

**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*) ..... 7

### Новые тексты

*Д. Ю. Куракин, И. А. Латыпов*

Экосистемы выбора: о некоторых ограничениях теории рационального выбора и стратегии их преодоления..... 11

*А. В. Верников, А. А. Курышева*

Отношение к жизни не по средствам в русских пословицах и поговорках ..... 33

### Новые переводы

*Б. Катц, Дж. Новак*

Новый локализм ..... 58

### Расширение границ

*П. Е. Лаврусевич*

Жить бором или жить в бору: практики собирательства и присвоение пространства (кейс Караканского бора)..... 73

*Г. А. Польшкая*

Применение методики связанных ассоциаций для выявления эмоциональной компоненты на примере исследования удовлетворённости посетителей сегмента «бар». Анализ результативности применения ..... 95

### Новые книги

*А. А. Куракин*

Самоубийства в сельской Индии

**Рецензия на книгу:** Suthar S. K. (2022) Dilapidation of the Rural: Development, Politics, and Farmer Suicides in India. London: Palgrave Macmillan 210 с..... 130

# Contents

## Texts in Russian

Editor's Foreword (*Vadim Radaev*) ..... 7

## New Texts

*Dmitry Kurakin, Ilias Latypov*

Ecosystems of Choice: On Some Limitations of Rational Choice  
Theory and a Strategy for Overcoming Them ..... 11

*Andrei Vernikov, Anna Kuryшева*

Living Beyond Means as Reflected in Old Russian Proverbs ..... 33

## New Translations

*Bruce Katz, Jeremy Nowak*

The New Localism (excerpt) ..... 58

## Beyond Borders

*Polina Lavrusevich*

To Live with a Pine Wood or To Live in a Pine Wood:  
Gathering Practices and Space Appropriation (The Case of Karakansky Pine Wood)..... 73

*Galina Polynskaya*

Utilizing the Linked Associations Methodology:  
A Case Study on Assessing Patron Satisfaction in the "Bar" Segment.  
Analysis of Method Effectiveness and Results Obtained ..... 95

## New Books

*Alexander Kurakin*

Suicides in Rural India

**Book Review:** Suthar S. K. (2022) Dilapidation of the Rural: Development,  
Politics, and Farmer Suicides in India, London: Palgrave Macmillan. 210 p..... 130



## VR ВСТУПИТЕЛЬНОЕ СЛОВО ГЛАВНОГО РЕДАКТОРА



Уважаемые читатели,

приветствуем вас и представляем очередной номер нашего журнала.

В рубрике «**Новые тексты**» публикуется статья к. социол. н. *Д. Ю. Куракина* и *И. А. Латыпова* (Центр социологии культуры НИУ ВШЭ) «Экосистемы выбора: о некоторых ограничениях теории рационального выбора и стратегии их преодоления». В статье предложена попытка пересмотра и усложнения концепции выбора в социологии, прежде всего в перспективе исследований неравенства. Несмотря на критику теорий рационального выбора и их известные ограничения, альтернативные теоретические взгляды на проблему выбора часто остаются на периферии, особенно в эмпирических исследованиях. Авторы предлагают концептуальную стратегию, ставящую

во главу угла не атомарные акты выбора, а целые «экосистемы», в которых формируется выбор.

В следующей статье той же рубрики д. э. н. *А. В. Верников* (ведущий научный сотрудник Института экономики РАН) и к. э. н. *А. А. Курьшева* (старший научный сотрудник, Южный федеральный университет) раскрывают тему отношения к жизни не по средствам в её отражении в русских пословицах и поговорках. Главный эмпирический результат работы состоит в том, что народный дискурс, бытовавший, по меньшей мере, вплоть до середины XIX века, однозначно осуждал попадание человека в долговую зависимость и те явления, которые к этому ведут, подрывая финансовое положение домашнего хозяйства. Это в первую очередь потребление сверх необходимого, фетишизация вещей и чрезмерные необдуманные траты.

В рубрике «**Переводы**» мы знакомим читателей с переводом фрагмента книги *Брюса Катца* (сооснователь фирмы New Localism Advisors) и *Джеремии Новака* (создатель The Reinvestment Fund) «Новый локализм» (Katz B., Nowak J. 2018. *The New Localism: How Cities Can Thrive in the Age of Populism*. Washington, D.C.: Brookings Institution Press). Эта книга о сотрудничестве государства, бизнеса и гражданского общества, чьи совместные усилия, по мнению авторов, сегодня формируют генетический код социальных изменений. В центре внимания авторов — анализ развития трёх городов: двух американских (Питтсбург и Индианаполис) и одного европейского (Копенгаген). На примере истории этих городов Брюс Катц и Джереми Новак иллюстрируют работу новых моделей развития, управления и финансирования. Журнал с разрешения издательства «Strelka Press» публикует первую главу книги — «Переосмысление власти» («Reimagined Power»).

В рубрике «**Расширение границ**» *П. Е. Лаврусевич* (старший преподаватель кафедры общей социологии экономического факультета Новосибирского государственного университета) презентует исследование «Жить бором или жить в бору: практики собирательства и присвоение пространства (кейс Караканского бора)». В фокусе данного исследования находятся практики собирательства общедоступных дикоросов, реализуемые разными группами агентов природопользования на территории Караканского бора — крупного лесного массива, расположенного в границах Новосибирской области и Алтайского края. Практики социальных агентов, в разной степени укоренённых в бору (местные жители, дачники и горожане-туристы), позволяют проследить механизм решения проблемы общего доступа к ресурсам бора. Информационную базу составили материалы невключённого наблюдения и полуформализованных интервью с резидентами бора, собранные в ходе социологических экспедиций июля — сентября 2021 г. и июля 2022 г.

В развитие данной рубрики *Г. А. Польшкая* (доцент кафедры маркетинга и рекламы РАНХиГС при Президенте РФ) предлагает исследование сегмента общественного питания «Бар» при помощи авторского метода связанных ассоциаций. Цель исследования — определить комплекс когнитивных и эмоциональных факторов, влияющих на удовлетворённость посетителей данного сегмента. Применение ассоциативного метода позволило обнаружить атрибуты, влияющие на удовлетворённость клиентов сегмента общественного питания «Бар», и факторы, вызывающие агрессивное поведение у посетителей.

В рубрике «**Новые книги**» публикуется рецензия на книгу *Судхира Кумара Сутара* о сельских самоубийствах в Индии (Suthar S. K. 2022. *Dilapidation of the Rural: Development, Politics, and Farmer Suicides in India*. London: Palgrave Macmillan). Данная проблема известна в среде исследователей села несколько десятков лет. Однако автор не удовлетворён существующими объяснениями причин сельских самоубийств, большинство из которых связывают с экономикой. Сутар предлагает своё, дюркгеймовское по духу, объяснение, заключающееся в разрушении социальной структуры традиционной сельской Индии, которая уже не может выполнять функцию предохранения членов сообществ от самоубийств. Рецензия подготовлена к. социол. н. *А. А. Куракиным* (ЛЭСИ НИУ ВШЭ).



## VR INTRODUCTORY REMARKS

Dear colleagues,

Below is a brief introduction of the Journal's latest issue.

Dr. Dmitry Kurakin and Ilias Latypov, both from the Centre for Cultural Sociology at HSE University, present a paper titled 'Ecosystems of Choice: On Some Limitations of Rational Choice Theory and a Strategy for Overcoming Them.' This article aims to revise and specify the concept of choice in sociology, primarily in the context of inequality studies. Despite the existing criticisms and known limitations of rational choice theories, alternative theoretical perspectives on choice often remain on the periphery, especially in empirical studies. The authors conclude by proposing a strategy of going beyond atomic acts of choice to encompass the entire "ecosystems" of choice.

Dr. Andrei Vernikov, Senior Research Fellow at the Institute of Economics, Russian Academy of Sciences, and Dr. Anna Kurysheva, Senior Researcher at Southern Federal University, Rostov-on-Don, explore the topic of living beyond one's means as depicted in old Russian proverbs. The main empirical result of their study is that the prevailing popular discourse, at least until mid-19th century, strongly criticized the practice of debt bond and other factors that jeopardized a household's financial viability. These factors primarily included overconsumption, consumerism, and excessive impulsive spending.

We present a Russian translation of a chapter from a book by Bruce Katz, co-founder of New Localism Advisors, and Jeremy Nowak, creator of The Reinvestment Fund, titled *The New Localism: How Cities Can Thrive in the Age of Populism* (Washington DC: Brookings Institution Press, 2018). *The New Localism* is a book about cooperation among the state, business and civil society, whose joint efforts, according to the authors, create the genetic code of social change today. The book analyzes the development of three cities: Pittsburgh and Indianapolis in the United States, and Copenhagen in Europe. By delving into the histories of these cities, Bruce Katz and Jeremy Novak illustrate the functioning of new models of development, governance and financing. The Journal has obtained permission from Strelka Publishing House to publish the first chapter of the book, titled "Reimagined Power".

Polina Lavrusevich, Senior Lecture at Novosibirsk State University, presents a study of the informal gathering practices implemented by different groups of nature management agents on the territory of Karakansky pine wood. This expansive forest area is situated within the borders of the Novosibirsk Region and Altai Territory. The practices observed among the social agents, namely local residents, summer residents, and city-dwelling tourists, who have varying degrees of connection to the pine wood, allow us to examine the mechanisms employed for solving the problem of general access to nature resources. The study draws upon observational materials and interviews conducted with pine wood residents during sociological expeditions in July-September 2021 and July 2022.

Galina Polynskaya, Associate Professor of the Department of Marketing and Advertising at the Russian Academy of National Economy and Public Administration under the President of the Russian Federation, presents a new study 'Utilizing the Linked Associations Methodology: A Case Study on Assessing Patron Satisfaction in the "Bar" Segment. Analysis of Method Effectiveness and Results Obtained.' The article describes a research of the catering segment of "Bar", utilizing the author's constrained association method. Employing associative method allows to successfully identify the attributes that affect customer satisfaction within the Bar segment, as well as the factors contributing to aggressive behavior among patrons.

Dr. Alexander Kurakin from HSE University presents a review of Sudhir Kumar Suthar's book titled *Dilapidation of the Rural: Development, Politics, and Farmer Suicides in India* (Palgrave Macmillan, 2022). The problem of farmer suicides in India has been recognized by agrarian and rural scholars for several decades. However, the author challenges the prevailing explanations of farmer suicides, which predominantly emphasize economic factors. Suthar suggests an alternative explanation, somewhat Durkheimian in nature, highlighting the deterioration of the social structure of traditional rural India. This decay is to blame for the inability of the social structure to support and protect members of rural communities, and to prevent them from committing suicides.

## НОВЫЕ ТЕКСТЫ

Д. Ю. Куракин, И. А. Латыпов

# Экосистемы выбора: о некоторых ограничениях теории рационального выбора и стратегии их преодоления<sup>1</sup>



**КУРАКИН Дмитрий Юрьевич** — кандидат социологических наук, ведущий научный сотрудник Центра фундаментальной социологии, директор Центра социологии культуры, профессор Департамента образовательных программ Института образования, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики». Приглашённый профессор Департамента социологии и социальных исследований Университета Тренто. Аффилированный сотрудник Центра культур-социологии Йельского университета. Адрес: Италия, 38122, г. Тренто, ул. Джузеппе Верди, д. 26.

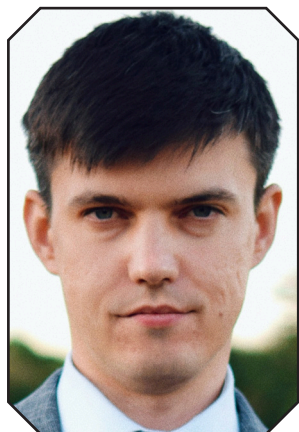
Email: [dukurakin@hse.ru](mailto:dukurakin@hse.ru)

*В статье<sup>2</sup> предложена попытка пересмотра и усложнения концепции выбора в социологии, прежде всего в перспективе исследований неравенства. Несмотря на критику теорий рационального выбора и их известные ограничения, альтернативные теоретические взгляды на проблему выбора часто остаются на периферии, особенно в эмпирических исследованиях. Недавние продвижения в социологической теории и социологии культуры и познания позволяют по-новому проблематизировать этот влиятельный подход и сформулировать стратегию его усложнения и уточнения. Во-первых, традиционные подходы к выбору основаны на презумпции дефицита, тогда как в современной социальной жизни всё чаще на первый план выходит проблема избытка. Во-вторых, помимо качества выбора и действий самих индивидов, последствия выбора очень часто связаны с определённой долей удачи, которая не вписывается в существующие системы оценивания и легитимации. В исследованиях неравенства удача может рассматриваться как один из ключевых факторов выбора, так как привилегированные и непривилегированные индивиды сильно отличаются в способности преодолевать или минимизировать последствия неудач и, наоборот — пользоваться плодами удачных событий. Третий и наиболее важный аргумент в пользу уточнения проблемы выбора связан с прогрессом в нейрокогнитивных науках: исследования последних десятилетий показали, что многие наши решения принимаются субоптимально. На смену вычислительной теории познания приходит модель распределённого познания, согласно которой когнитивные процессы выходят далеко за пределы мозга. Наконец, современные исследования иногда выводят на первый план культурные процессы, в которых формируется выбор, и эмоциональное измерение этих процессов. В заключение авторы предлагают концептуальную стратегию, ставящую во главу угла не атомарные акты выбора, а целые «экосистемы», в которых формируется выбор.*

**Ключевые слова:** выбор; неравенство; когнитивные процессы; культура; экосистема; эмоции.

<sup>1</sup> Исследование осуществлено в рамках Программы фундаментальных исследований НИУ ВШЭ.

<sup>2</sup> Первоначальная, научно-популярная версия, лёгшая в основу работы над настоящей статьёй, была опубликована в интернет-издании IQ.HSE в 2021 г. (см.: <https://iq.hse.ru/news/474774462.html>).



**ЛАТЫПОВ Ильяс Альбертович** — преподаватель кафедры анализа социальных институтов, стажёр-исследователь Центра социологии культуры, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики». Адрес: Россия, 101000, Москва, ул. Мясницкая, д. 20.

**Email:** ialatypov@hse.ru

## Введение

Наиболее влиятельная из поведенческих наук нашего времени — экономика — выстроена вокруг понятия «выбор». В своей жизни все люди постоянно что-то выбирают. Это касается и судьбоносных решений, таких как спутник жизни, профессия, страна проживания, способ управления активами, и неисчислимого количества «мелочей»: какую одежду носить и что читать, какие смотреть фильмы и какую слушать музыку, как добираться на работу, куда поехать в отпуск — вплоть до того, о чём думать и переживать.

Успехи экономистов в описании принципов потребительского поведения людей привели к тому, что именно экономическая транзакция стала парадигмой для самых разнообразных сфер жизни. Сообразно этому, теория рационального выбора стала эпистемологическим ядром не только самой экономики [Khalil 2017; Hudik 2019], но и оказавшейся под её влиянием социологии [Boudon 2003; Kroneberg, Kalter 2012; Diekmann 2022]. Социологи, изучающие самые разные явления (от криминального поведения до семьи и школы), выяснили, что поведение людей и групп в существенной степени определяется тем, какие блага и ресурсы им доступны. Это способствовало укреплению центрального положения проблемы неравенства во всей дисциплине [Abbott 2007; Куракин 2020]. Неравенство при этом понималось как проблема неравномерного доступа к благам и ресурсам.

Это обстоятельство существенно поднимает ставки теории рационального выбора в социологии, ведь она становится объяснительным ядром самых важных и масштабных социологических проблем — устройства социальной структуры и распределения образовательных возможностей [Breen, Goldthorpe 1997], неравенства [Чиркина 2018] и того, как в конкретном обществе в заданный исторический период устроены механизмы передачи привилегии [Хавенсон, Чиркина 2018]. Поскольку в современных обществах ключевым институтом передачи привилегии становится образование, чья значимость в этом процессе вытесняет даже прямое экономическое наследование<sup>3</sup>, именно в социологии образования сформировались наиболее развитые и востребованные объяснительные схемы, в основе которых лежала теория рационального выбора. Это привело к формированию ряда теорий среднего уровня, объясняющих основные механизмы того, как неравенство воспроизводится в образовании (притом что одна из центральных миссий образования — обратная — преодоление неравенства) [Куракин 2020: 172]. Так, на первый план вышли теория относительного избегания риска Дж. Голдторпа и Р. Бриана [Breen, Goldthorpe 1997], теория максимально поддерживаемого неравенства и теория эффективно поддерживаемого неравенства [Raftery, Hout 1993; Lucas 2009; Хавенсон, Чиркина 2018], теория первичных и вторичных эффектов неравенства [Boudon 1974; Jackson et al. 2007], теория компенсаторных преимуществ [Bernardi 2014] и др.

<sup>3</sup> Наиболее знаковым примером являются исследования Дэниела Марковица, который показал на американских данных, что даже в верхнем сегменте экономического благосостояния главным механизмом наследования становится не простая передача активов по наследству, а вложения в элитное образование наследников, приводящие их к рабочим местам с шестизначными зарплатами (в долларах США в год) [Markovits 2019].



Многочисленные эмпирические исследования, проведённые в разных странах (в том числе в России) с опорой на эти теории подтвердили, что, при прочих равных, социально-экономическое положение родителей определяет последующий образовательный выбор учащегося. Такие результаты объясняются оценкой выгод и затрат, связанных с возможными альтернативами.

Развитие теорий рационального выбора в социологии даёт возможности для более широкого объяснения социальных феноменов. Р. Будон отмечал, что теории рационального выбора, в отличие от других психологических и социологических объяснений, дают конечное объяснение, в то время как эти последние включают «чёрные ящики». Например, коллективные убеждения могут быть описаны как продукты социализации, но само понятие «социализация» требует обнаружения механизма, лежащего в её основе [Boudon 2003: 3]. К тому же теории рационального выбора разнятся в уровне требований к рациональности (сильные или слабые требования к рациональности, фокусирование на процедурной или ситуационной рациональности) и по степени общности теории (общая или специальная теория действия) [Goldthorpe 1998]. Например, теория ограниченной рациональности имеет сильные требования к рациональности (рациональность целей и убеждений), в то время как в анализе ситуационной логики К. Поппера эти требования слабые (рациональность как уместность ситуации независимо от целей и убеждений) [Goldthorpe 1998: 171–172]. Несмотря на то что теория рационального выбора имеет ряд ограничений [Zafirovski 2018; Diekmann 2022], её объяснительный потенциал всё ещё преобладает в исследованиях неравенства [Becker, Hecken 2009; Thompson 2016; Чиркина 2018; Müller, Klein 2023].

Одно из ключевых преимуществ теории рационального выбора состоит в том, что это универсалистская теория. Между тем и выбор, и неравенство подвержены существенным историческим изменениям. Социолог Ульрих Бек в своё время проницательно заметил, что если в прежние времена возможность выбирать часто была привилегией, то теперь она всё больше и больше становится необходимостью, долгом и бременем, которое мы все вынуждены нести [Бек 2000: 192–201]. Выпускница девятого класса не может уклониться от выбора: идти ей в десятый класс или покинуть школу и поступать в колледж? Вне зависимости от того, насколько осознанным будет это решение, ей придётся нести ответственность за его последствия. И эта ответственность — не только фактическая (необходимость иметь дело с последствиями), но и моральная.

Отсылка к моральной стороне проблемы выводит нас на следующий уровень проблемы: речь идёт не только о фактическом влиянии более или менее удачных решений на последующую жизнь, но и о моральной ответственности, которая вменяется простирающимися всё шире сетями «распределения вины» [Бек 2000: 192–201]. Из-за «кастомизации» всех сфер жизни объём такого рода ответственности достигает невероятных пределов: «<...> Покупка кофе в магазинчике на углу способна порой стать вопросом участия в эксплуатации сельскохозяйственных рабочих в Южной Америке», — приводит пример Бек [Бек 2000: 201]. В философии и социологии эта проблема известна как социальная и материальная распределённость действия: любое человеческое действие, во-первых, представляет собой ансамбль социальных и материальных контекстов (простейший пример: выступающему с докладом или заявлением нужны трибуна и особая пространственная организация аудитории, а также авторитет статуса и ситуативная укоренённость, заставляющая многих присутствующих молча слушать его одного); во-вторых, эти контексты со-определяют сам смысл такого действия (вспомним о тех случаях, когда спонтанный жест случайно совпадает с запрещённым нацистским приветствием: в некоторых странах это может иметь даже юридические последствия).

В свою очередь, Ханна Арендт, говоря о «процессуальной» природе действия, подчёркивала, что любое наше действие укоренено во многих контекстах и запускает столько последствий, что возможность их полностью контролировать совершенно исключена. Последствия действия бесконечны,

они не могут быть ограничены даже смертностью действующего или «тленностью земной материи» [Арендт 2000: 309]: «<...> Даже собственный смысл того, что он сам делает, обнаруживается не ему, деятелю, но только направленному вспять взору будущего рассказчика его истории, то есть того, кто как раз *не* действует» [Арендт 2000: 310]. По этой причине одна из главных интриг нашей жизни состоит в том, что невозможность контролировать последствия наших действий не снимает с нас ответственности за их последствия [Арендт 2000: гл. 5]. В результате объём выборов, альтернатив, между которыми мы выбираем, возможных последствий и их оценки превышает всякие мыслимые когнитивные способности<sup>4</sup> [Martin 2010: 236–237].

Можем ли мы в таких условиях по-прежнему полагаться на привычное, «классическое» понимание выбора, согласно которому он выступает как рациональный атомарный осмысленный акт, локализованный внутри действующего индивида (или даже в его голове), за которым в той или иной мере стоит калькуляция выгод и издержек относительно параметров ситуации? Ведь именно такая модель по-прежнему доминирует в эмпирических исследованиях, несмотря на давно сформулированную критику в отношении буквально каждой составляющей этой формулировки. Мы приведём несколько тезисов, исходя из которых следует усложнить модель и думать о выборе несколько иначе. И хотя теория рационального выбора остаётся успешной моделью, применяемой для решения множества задач, важно отчётливо видеть более широкую картину, чтобы адекватно понимать ограничения этого подхода в каждом конкретном случае.

## От дефицита к избытку

Рассуждая об основах современных теорий действия, один из знаковых американских социологов, Эндрю Эбботт, приходит к революционному выводу. Социальные науки, включая экономику и социологию, всегда исходили из базового предположения, что фундаментальным контекстом человеческого действия является «дефицит», то есть недостаток благ или ресурсов, необходимых для успеха этого действия. Тогда как на самом деле нетрудно убедиться, что всё чаще на первый план выходит обратная проблема — избыток [Abbott 2014]. Причём избыток любого рода — информации, возможных сценариев действия, ресурсов, которыми нужно управлять, вещей, которыми необходимо распорядиться. Выбор в условиях избытка существенно отличается от выбора в условиях дефицита и даже в условиях достатка. Множество исследований показывают, что в условиях избытка процесс выбора занимает больше времени и сил и не всегда приводит к удовлетворительному результату [Iyengar, Lepper 1999; Schwartz et al. 2002; Chernev, Böckenholt, Goodman 2015].

Мир избытка представляет совсем другие вызовы и сценарии их преодоления, нежели привычные проблемы дефицита. В системах, управляемых избытком, значение каждого фактора зависит от состава комбинации, в которую он включён. Сложность выбора при избытке связана не только с наличием множества вариантов, но и с составом альтернатив. Если выбор состоит между альтернативами, дифференцированными по многим признакам, то это дополнительно его усложняет [Greifeneder, Scheibehenne, Kleber 2010]. Например, учёный, работающий в библиотеке, в которой несколько миллионов томов, составляя библиографию статьи, не может просто отобрать несколько десятков оптимально подходящих источников, ведь разумного способа определить их как наилучшие нет. Вместо этого каждый следующий источник подбирается исходя из того, что уже включено в список, то есть его ценность определяется тем, что уже вошло в библиографию [Abbott 2014]. Современные студенты, в отличие от людей старших поколений, находятся в ситуации множественного выбора — образовательных программ, элективных курсов, внеучебных занятий. Такое обилие альтернатив может породить сомнения в правильности выбора и стремление попробовать всё и сразу [Радаев 2022: 117].

<sup>4</sup> На этом, к примеру, основана современная критика классической теории социализации, сформулированная в рамках социологии культуры и познания: культурные системы слишком сложны для весьма ограниченных когнитивных способностей человека, поэтому они не могут быть интериоризованы [Lizardo, Strand 2010].



Возможно, в силу той же причины — зависимости ценности элемента комбинации факторов от всего её состава и композиции — в последние годы в исследованиях неравенства набирает силу «интерсекциональный» подход, когда исследователи фокусируются на комбинации факторов (изучая, например, жизнь женщин из рабочего класса, понимают, что их положение вовсе не описывается «суммированием» эффектов переменных «гендер» и «класс») [Walby, Armstrong, Strid 2012]. По этой же причине и доступ к экономическим ресурсам при всей их универсальной значимости действует по-разному в разных жизненных средах.

С точки зрения выбора и неравенства это означает, что, хотя проблема доступа к возможностям по-прежнему стоит остро для многих, её решение уже вовсе не сулит счастливого избавления от проблемы неравенства и влекомых ею тягот, так как выясняется, что неравенство остаётся устойчивым, даже когда проблему доступа удастся решить: и в наиболее меритократических системах дети привилегированных людей чаще поступают в хорошие университеты и делают хорошие карьеры, а непривилегированные часто не пользуются не только существующими, но иногда и спроектированными специально для них возможностями<sup>5</sup>. Связано это с более сложной природой выбора, нежели предполагает теория рационального выбора. Вынужденный характер выбора и объём решений, которые приходится принимать в наше время любому человеку, делает само событие выбора весьма непохожим на то, что мы привыкли о нём думать.

## Когнитивные искажения

В качестве парадигм для научного осмысления выбора чаще всего выступают игры с последовательными ходами и лабораторные мысленные эксперименты. Предполагается, что субъект выбора обладает ясным пониманием лежащих перед ним альтернатив и их последствий и путём акцентированного когнитивного усилия, направленного на вычисление выгод и издержек, принимает оптимальное в его или её системе координат и предпочтений решение<sup>6</sup>.

Давно известно, что применительно к реальным жизненным выборам это не так почти всегда [Радаев 2005: 17–62; Соколов 2019]. Богатая традиция, идущая от Д. Канемана и А. Тверски, показывает, что выбор асимметричен: люди больше боятся проиграть (и потом сожалеть об этом), нежели стремятся выиграть (с точки зрения математически определённой оптимизации выгод и издержек, это иррационально [Соколов 2019; Канеман 2020]). Также исследования показывают, что выбор часто зависит не от способности рационально рассуждать, но от множества других компетенций и когнитивных способностей. Так, способность более точно работать с цифрами позволяет лучше ориентироваться в интерпретации фактов и восприятию риска [Skagerlund et al. 2022].

Вопрос о том, как наши когнитивные способности влияют на принятие решений и действия, лежит между конкретными экспериментальными исследованиями мозга и различными теоретическими моделями познания. В основе традиционной когнитивной науки находится репрезентативно-вычислительная модель познания, согласно которой познание есть разновидность обработки информации, и заключается эта обработка информации «в синтетически управляемом манипулировании репрезентативными ментальными структурами» [Walter 2014: 241]. С этой точки зрения когнитивные процессы происходят исключительно в мозгу, поэтому объяснение нужно искать именно в исследованиях процессов мозга, а парадигмой объяснения будут процессы приёма и обработки информации в цифровом компьютере.

<sup>5</sup> Или пользуются такими возможностями менее эффективно; см., например: [Yastrebov, Kosyakova, Kurakin 2018].

<sup>6</sup> Используемое нами унифицирующее обобщение в отношении, вообще говоря, весьма разнородного объекта — «теория рационального выбора» — предположительно отражает широко применяемый в эмпирических исследованиях набор предпосылок и в целом соответствует так называемой стандартной модели рационального выбора, центральными постулатами которой являются полнота, транзитивность и независимость от привходящих альтернатив (см., например: [Ernakoff 2021: 166–167]).

Исследования, проведённые в нейрокогнитивных науках и активно интерпретируемые философами и поведенческими учёными в течение последней пары десятилетий, выявили фундаментальные изъяны этой модели. В наиболее ёмком виде контраргументы собраны под зонтичным заглавием 4E-моделей познания (каждое из четырёх *E* отсылает к соответствующему свойству познания: *embodied* — телесно-воплощённое; *embedded* — укоренённое; *enacted* — энактивное; *extended* — расширенное). Согласно этим подходам, познание не может быть изолированным и абстрактным и связанным только с процессами мозга [Newen, Gallagher, De Bruin 2018]. Многие когнитивные феномены связаны не только с работой мозга, но и с активными телесными процессами и взаимодействием с окружающей средой. Представим себе человека, перемножающего два трёхзначных числа. Для большинства людей проделать это в уме — практически невыполнимая задача, но многие с лёгкостью справляются с ней, если им предоставят ручку и бумагу, которые, таким образом, участвуют в распределённом процессе познания (а если числа будут пятизначными, возможно, в познавательный процесс придётся включить также стол и стул). Недавние исследования, вдохновлённые постгеномной биологией, показывают, что на познание и восприятие существенно влияет даже микробиом [Ignatow 2022].

Важность приобретает вопрос, конституируется ли когнитивный процесс внетелесными процессами (сильная версия 4E-свойств) или просто зависит от них (слабая версия 4E-свойств), и не исключено, что ответ на него поможет по-новому описать процесс выбора [Newen, Gallagher, De Bruin 2018]. Таким образом, с точки зрения репрезентативно-вычислительной модели процесс выбора связан с эксклюзивной ролью процессов мозга, а с точки зрения 4E-моделей познания процесс выбора включает (конститутивно или причинно) такие свойства познания, как воплощённость и укоренённость в ситуации восприятия, распределённость и включённость в действие. Соперничество этих двух моделей может существенно повлиять на наше понимание процесса выбора. В целом в научной литературе или теории сформировался консенсус, что вычислительная модель познания является устаревшей и незащищаемой в контексте новых знаний, однако в эмпирических исследованиях она, по-видимому, всё ещё доминирует.

Описанные ограничения чаще всего нивелируются путём «внесения поправок» в неизменную в своей основе модель рационального выбора. Например, в поведенческой экономике учитывают когнитивные искажения, склоняющие людей поступать немного не так, как на их месте поступила бы компьютерная программа, максимизирующая полезность, или вводят модели действий, основанные на «эвристиках» — квазирациональных алгоритмах, которыми пользуются люди в реальных ситуациях выбора (в логике «ограниченной рациональности» Герберта Саймона). Однако такие поправки не меняют общей картины, где все события связаны цепочками причинно-следственных связей, а в чётко локализованных узлах этих цепочек лежат принимаемые людьми решения. Развитие событий и все последствия (а также ответственность за них) в таких системах рассматриваются как прямой результат качества этих решений, подобно тому, как выигрыш в шахматной партии зависит от качества ходов игрока.

## Удача

Помимо тезиса об избытке и принципиальной когнитивной недостаточности, традиционная концепция выбора сталкивается ещё с одной проблемой, которую с недавнего времени начинают всё активнее обсуждать, — ролью удачи в жизни людей. Современные институты во многом легитимированы и регулируются идеей меритократии. Транслируемый месседж меритократии в упрощённом виде таков: развивай свои способности и навыки, прикладывай достаточно усилий, и ты непременно добьёшься успеха [Son Hing et al. 2011].

Нетрудно убедиться, однако, что достаточно часто это не совсем так, причём даже при очень хорошо отлаженных институтах. Экономист Роберт Фрэнк произвёл ряд несложных математических симу-

ляций, которые, например, показывают следующее: если результат хотя бы на 2% зависит от удачи, а на остальные 98% отражает реальные заслуги, то в состязаниях типа «победитель получает всё» верх одержит в большинстве случаев не сильнейший. Иначе говоря, при прочих равных, даже небольшая доля удачи может существенно повлиять на исход действия. При этом, скорее всего, во многих реальных ситуациях доля влияния удачи на успех гораздо выше, чем 2% [Frank 2016].

Таким образом, скрытая, если не сказать нарочито игнорируемая, роль удачи в жизни имеет выраженные социологические последствия, прежде всего связанные с неравенством. В своём наброске «Социология удачи» Майкл Соудер подчёркивает, что привилегированные и непривилегированные индивиды сильно различаются в способности преодолевать или минимизировать последствия негативных случайностей и, наоборот, пользоваться плодами выпадающих на их долю удач [Sauder 2020]. Средней тяжести автомобильная авария одного оставляет без единственного средства заработка и запускает спираль негативных последствий, тогда как другой, не теряя времени, уезжает с места аварии на предоставленной ему страховой компанией подменной машине (в литературе описаны и куда более драматические последствия мелких случайностей для непривилегированных).

Более того, разрушающе может действовать не только случившаяся неудача, но даже только её угроза, если средств справиться с её последствиями нет. Некоторые социально-когнитивные исследования показывают, что у тех, кто рискует оказаться на улице, если просрочит ближайшую квартплату, постоянный стресс часто снижает когнитивные показатели и заставляет снижать приоритет своих долгосрочных стратегических интересов [Lichand, Mani 2020; Куракин 2020: 194–197]. Про таких людей иногда говорят, что они ведут себя «умно на пени, но глупо на фунт». Иными словами, речь идёт о когнитивных и культурных основаниях неравенства и принципах осуществления выбора, которые формируются и действуют в сочетании с экономическими и институциональными факторами.

Ранние исследования показывали, что удача воспринимается как фактор успеха среди представителей всех социально-экономических классов [Tan 2004]. Однако по-прежнему не так много исследований, которые могли бы описать существенные различия в восприятии удачи и её роли в успехе представителей разных социальных групп. Чаще всего такие исследования сосредоточены на кейсах конкретных социальных групп в определённой сфере деятельности. Например, исследование элитных сингапурских студентов, которые добились поступления в Оксфорд, показало, что удача воспринимается ими как сопутствующая и заслуженная часть успеха [Ye, Nylander 2021]. В то же время упоминание удачи связано с выражением скромности своих успехов. Анализ интервью с успешными предпринимателями показал, что удача и усердие воспринимаются как равноценные факторы успеха [Lough 2022].

Исследования удачи по-прежнему мало развиты, но наиболее перспективным видится дальнейшее изучение роли удачи в жизни людей — в тех результатах, которые они достигают, и в том, как эти результаты оцениваются и легитимируются. Включение удачи в анализ выбора позволяет увидеть, какие другие обстоятельства способствовали формированию этого выбора, как удача может влиять на мотивацию и усилия человека. Одним из главных исследовательских вопросов остаются социально-экономические условия восприятия удачи.

## **Социология культуры и неравенства**

Многое указывает на то, что нужно поставить под сомнение часть конвенций, составляющих исходную модель выбора, и попытаться отказаться от упрощённого понимания выбора как сознательного одномоментного рационально-калькулирующего акта. Именно это и происходит в последние 10–15 лет в социальных науках.

Исходный импульс в этом отношении принадлежал всё тем же нейрокогнитивным наукам. Благодаря их прогрессу в последние несколько десятилетий выяснилось, что в действительности нейрокогнитивные процессы, связанные с принятием решений, устроены гораздо сложнее, чем предписывала классическая экономическая модель выбора [Lamont, Beljean, Clair 2014; Канеман 2020; Куракин 2020]. Если раньше казалось, что достаточно изучать ситуацию на рынках, полагаясь на предсказуемое поведение рациональных агентов, максимизирующих полезность, то ныне, с учётом новых знаний, возникла необходимость усложнить картину, включив в рассмотрение и когнитивные процессы. Так появилась поведенческая экономика, а в ряде других социальных наук произошли «когнитивные повороты».

Но между мозгом и экономическими институтами пролегают обширные символические и материальные ландшафты, влияние которых на выбор также весьма велико, а их игнорирование может вести к ошибкам [Lamont 2017; Куракин 2020]. Возьмём, к примеру, знаменитый «зефирный эксперимент», в ходе которого выяснилось, что дети, способные не съесть предложенный им зефир сразу и получающие за это через 15 минут второй, в будущем оказались успешнее в жизни [Mischel, Ebbesen 1970; Mischel, Ebbesen, Raskoff Zeiss 1972; Shoda, Mischel, Peake 1990]. По задумке, схема эксперимента включает простую «зефирную экономику» и когнитивную составляющую процесса — способность отложить удовольствие. Как представлялось исследователям, дело лишь в том, обладает ли испытуемый этим ключевым когнитивным навыком (или даже метакогнитивной стратегией), имеющим универсальную позитивную ценность далеко за пределами экспериментальной ситуации. Однако недавний анализ репликации этого эксперимента, проведённый Тайлером Уоттсом и его коллегами, опроверг эти выводы [Watts, Duncan, Quan 2018]. Выяснилось, что если принять во внимание социально-экономический статус родителей испытуемых, их условия жизни и общий уровень развития, то эффект воздействия способности к «отложенному удовольствию» на будущие успехи практически исчезает.

Что же тогда влияет на исход эксперимента? Судя по всему, довольно многое. Социолог Джессика Каларко предполагает, что опыт жизни в обеспеченном или, напротив, бедном домохозяйстве предрасполагает к совершенно разным стратегиям действий. Если обитатели обеспеченных домохозяйств живут в предсказуемом и надёжном мире, преисполненном доверия, то в необеспеченных домохозяйствах хорошо знакомы с экономической нестабильностью, и, вместо того чтобы воображать, как заполучить второй зефир, их может больше заботить, как бы не лишиться первого [Calarco 2018].

Столь разные условия жизни могут приводить и к разным культурным паттернам поведения (в том числе потребительского; это подтверждают многие исследования), и к тому, что сами когнитивные навыки детей формируются по-разному, поскольку они вырабатываются в тесной координации с этими культурными паттернами [Lareau 2011; Abrutyn, Lizardo 2020]. Кроме качественных отличий, благоприятная среда может способствовать более быстрому общему когнитивному и социальному развитию детей.

В свою очередь, авторы другого недавнего эксперимента, проведённого в Китае, предположили, что дети из привилегированных семей могут лучше ориентироваться в «репутационном менеджменте»: их может привлекать не столько само угощение, сколько одобрение экспериментаторов и родителей, связанное с тем, что они успешно справились с задачей [Ma et al. 2020]. Наконец, посмотрев видео, сделанное во время исходного эксперимента, легко убедиться, что в ходе ожидания дети активно взаимодействуют с угощением: играют с ним или, наоборот, отворачиваются от него и используют иные материально-телесные стратегии; наряду с когнитивными, культурными и социальными факторами, эти стратегии тоже являются частью распределённой среды, в которой формируется выбор.

Целый ряд исследований, связанных с влиянием социальной и культурной среды на выбор и стратегии действий людей, начал заполнять пустующее пространство между «экономикой» и «мозгом» [Lamont,



Small, Harding 2010; Lamont, Beljean, Clair 2014; Куракин 2020]. Иными словами, вслед за открытием куда более сложной, чем некогда предполагалось, природы когнитивных процессов постепенно выяснилось, что ситуация мышления и, в частности, принятия решений включает далеко не только мозг действующего, но и культурные системы координат, в которых все объекты мышления приобретают смысл и значимость, а также социальное окружение, формирующее «здравый смысл», и даже тело и материальную среду.

Продвижение в этом направлении недавно привело к быстрому росту социологии культуры и неравенства после многих десятилетий исключённости культурных теорий из исследований неравенства (исторический казус, связанный с этическим провалом понятия «культура бедности» в 1960-е гг., в котором многие усмотрели *victim blaming* — перекладывание вины на пострадавшую сторону [Куракин 2020: 189–192]). Уникальная роль социологии культуры состоит в том, что она, по словам лидера направления Мишель Ламон и её коллег, добавляет в картину отсутствующее звено, соединяя экономические макропроцессы с когнитивными микропроцессами [Lamont, Beljean, Clair 2014].

В результате культурные процессы оказываются в центре ансамбля разнородных процессов, управляющих более сложной, чем часто было принято думать, природой неравенства. Под культурными процессами понимается система общих категорий, классификаций, схем и механизмов, с помощью которых люди воспринимают и придают смысл окружающим событиям. Эти процессы формируют повседневные взаимодействия и приводят к множеству последствий, способных повлиять на распределение ресурсов. Например, Мишель Ламон с коллегами приводит ряд примеров исследований, когда такие культурные процессы, как стигматизация и дифференциация, способствуют воспроизводству неравенства путём скрытого часто даже от самих стигматизаторов навешивания ярлыков на различные социальные группы [Massey 2007; McCall 2013; Lamont 2000]. В то же время такие процессы, как стандартизация и оценка, создают фоновые ограничения, структурируя действия по определённым правилам и тем самым заранее определяя практики и возможности успеха различных групп. В фокусе рассмотрения таких культурных процессов проблема выбора усложняется включённостью во множество контекстов, которые определяют совокупность доступных альтернатив и возможности достижения тех или иных результатов.

## **Эмоциональное измерение культуры как фронтир изучения выбора и неравенства**

Проблематизация по-прежнему подспудно доминирующей в эмпирических исследованиях вычислительной теории познания имеет ещё одно неочевидное, но фундаментально значимое следствие. Речь идёт о связи между культурой и эмоциями. Вычислительная модель подразумевает, что когнитивные и культурные процессы представляют собой передаваемую и преобразуемую культурную информацию; эмоции же если и играют в них роль, то лишь вспомогательную. Например, они могут накладываться на уже готовые культурные смыслы, усиливая их или служа «топливом» (весьма распространённая в социологии метафора применительно к эмоциям) для их воплощения в социальных процессах, но никак не участвуя в их создании.

Распределённая модель познания открывает принципиально иную перспективу: эмоции необходимо рассматривать, заимствуя удачную формулировку у Клиффорда Гирца, как ингредиент, а не аксессуар культуры [Куракин 2020: 202–207]. Действительно, как показано в ряде исследований [Sawyer 2001; 2002; Kurakin 2020a; Rotolo 2022], в контексте новых знаний о когнитивных процессах уместно обратиться к теориям, представляющим культуру в качестве эмерджентного синтеза элементов познания и их распределённых сред. Если так, эмоции нужно рассматривать как неотъемлемый элемент этого синтеза, а культуру — как имманентно включающую эмоциональное измерение.

Не вдаваясь далее в теоретические аспекты проблемы, коротко отметим, что это означает для выбора, неравенства и рациональности. Один из основных механизмов воспроизводства неравенства в образовании — так называемые первичные эффекты неравенства [Boudon 1974; Jackson et al. 2007]: при прочих равных, академические успехи и достижения детей из привилегированных семей выше. В своём знаменитом исследовании Аннет Ларо показала, что характерные способы действия и связанные с ними базовые когнитивные процессы формируются по-разному в семьях среднего класса и рабочего класса [Lareau 2011]. В контексте сказанного выше уместно предположить, что одним из ключевых факторов может выступать аллокация эмоциональных драйверов действия: проще говоря, в привилегированных семьях дети чаще учатся искренне увлекаться интеллектуально-нагруженными проектами, которые помогают им в учёбе (а позже и на рынке труда). Сюда же стоит отнести и некогнитивные навыки, связанные с личным позиционированием, репутационным менеджментом и подобными вещами, в которых эмоциональные компетенции играют ключевую роль. Мы могли убедиться в этом, когда рассматривали новые интерпретации «зефирного эксперимента».

В своих недавних работах Рэндалл Коллинз делает ещё более принципиальный шаг и прямо утверждает, что эмоциональная энергия, которую накапливают привилегированные (через механизмы уважения и признания, о чём много писали исследователи культуры и неравенства [Sennett 2003; Lamont et al. 2016; Lamont 2017]) и чего остро недостаёт непривилегированным, напрямую определяет формирование способностей и успехи в учёбе и карьере: «В верхней части континуума высокая ЭЭ<sup>7</sup> проявляется в уверенности в себе, инициативе и энтузиазме. В нижней его части индивиды депрессивны, замкнуты и пассивны. Это производит стратификацию, потому что индивиды с высокой ЭЭ склонны к успеху, тогда как индивиды с низкой ЭЭ склонны к провалу» [Collins 2019: 45].

Начиная с классической социологии, эмоции и аффекты часто противопоставлялись рациональности; например, аффективное действие у М. Вебера — противоположность целерациональному. Однако в контексте приведённых здесь аргументов следует уточнить, что уточняющая критика теории рационального выбора вовсе не означает, что люди действуют в основном иррационально; просто эта рациональность устроена сложнее, чем долгое время было принято думать. Она формируется в множественных распределённых взаимно-конституирующих контекстах, каждый из которых вполне поддаётся рациональной реконструкции. Таким образом, связь культурных, когнитивных и аффективных процессов в действии становится важнейшей перспективной проблемой социальной теории.

## **Заключение: экосистемы выбора как ключевая рамка его понимания**

Исходя из формирующейся в современной социологии культуры и познания картины, мы полагаем, что намного продуктивнее думать не об атомарных актах выбора, а о целых «экосистемах», в которых формируется выбор, то есть об устойчивых, локальных, исторически специфичных культурно-когнитивных комплексах, сформированных в конкретных институциональных и экономических ландшафтах. Экосистемы выбора различаются в разных социальных, культурных и институциональных средах, и, чтобы адекватно осмыслить некий выбор, необходимо принимать в расчёт его включённость в эти разнородные контексты.

Экосистемная перспектива позволяет интегрировать как уже существующую критику упрощённого понимания выбора, так и проблематизации, представленные в данной статье, такие как роль удачи и фундаментальные изменения контекста выбора в направлении от дефицита к избытку. При этом в социологической перспективе главным интегральным измерением, различающим разнообразные экосистемы выбора, по-видимому, остаётся неравенство: как правило, привилегированные находятся в

<sup>7</sup> Под сокращением «ЭЭ» Р. Коллинз подразумевает эмоциональную энергию.



положении, когда их усилия нацелены на долгосрочные выгоды, тогда как непривилегированные утопают в решении острых сиюминутных проблем [Mullainathan, Shafir 2013: 293]. Решение о том, проходить ли ежедневно 10 тысяч шагов, как рекомендует Всемирная организация здравоохранения (ВОЗ), практически никогда не принимается вне контекста множества обстоятельств и является, скорее всего, частью гораздо более обширного стиля жизни, нежели «томарным» выбором, который целесообразно изучать как отдельное событие. Есть такие жизненные ситуации и социальные окружения, когда принятие этого решения практически немыслимо, несмотря на пользу, которую оно способно принести, и социологи давно знают, насколько классово специфичны практики ведения здорового образа жизни [Рощина 2016].

Как отмечает Эбботт, «вероятно, богатство по-настоящему проявляется не столько в наслаждении многими возможностями — благами и услугами, — сколько в отсутствии необходимости тратить время, обдумывая ограничения или сожалея о том, чего нельзя себе позволить» [Abbott 2014: 22]. Весьма характерно, что рынки уже распознали растущую роль экосистем выбора в паттернах поведения людей и создали сообразные такой конструкции выбора среды: «пакетные» архитектуры вроде Spotify или сервисов Amazon либо Яндекс.Плюс, в которых каждый конкретный потребительский выбор управляется скорее накопленным в системе знанием о предшествующем вкусовом поведении индивида, нежели его отдельным осознанным решением.

Можно было бы предположить, что типичные стилевые решения принимаются коллективно, но это верно лишь отчасти: нет никакого социального целого, органа или института, который совершал бы такой выбор. Дождь, который начинается в середине дня и длится до вечера, управляется не единым триггером (если только кто-то не рассеял в небе химикаты, чтобы разогнать тучи перед парадом), а совокупностью разнородных процессов и взаимодействий в атмосфере. Схожим образом и мы принимаем решения, влияющие на наше будущее, не столько путём кратковременных акцентированных усилий воли, сколько воспитывая свой вкус и характер и организуя социальное и материальное окружение и привычки, собирая «ансамбли», а точнее — целые оркестры, в которых «принятию решений» в традиционном смысле слова лишь может принадлежать (а может и не принадлежать) первая скрипка.

Подобно тому как экосистему Земли можно изучать из перспектив разных наук, но удерживая общий «экологический», то есть различающий взаимовлияние многих факторов, взгляд, экосистемы выбора тоже можно изучать по-разному. Здесь нужны и антропологические исследования, создающие высокодетальные и чувствительные к нюансам плотные описания тех или иных сред выбора; и экономические исследования, дающие представления о динамике макросил, довлеющих над людьми и группами; и разнообразные социологические подходы, вскрывающие механизмы выбора и неравенства, и нейрокognитивные эксперименты, проясняющие, как работает мозг. Мы приблизимся к пониманию того, как устроены выбор и неравенство, лишь когда совместим все эти перспективы.

## Благодарности

Авторы выражают искреннюю признательность участникам семинара ЛЭСИ, прошедшего 7 февраля 2023 г., и в особенности дискуссионцам, А. В. Белянину и И. Ф. Девятко, и руководителю семинара, В. В. Радаеву, чьи подробные и обстоятельные комментарии позволили нам сделать текст лучше. Мы также благодарны участникам семинара проекта «Жизненный выбор», прошедшего 1 декабря 2022 г., за плодотворное и полезное для нас обсуждение первой версии текста.

## Литература

- Арендт Х. 2000. *Vita activa, или О деятельной жизни*. Перев. с нем. и англ. СПб.: Алетейя.
- Бек У. 2000. *Общество риска: на пути к другому модерну*. Перев. с нем. М.: Прогресс-Традиция.
- Канеман Д. 2020. *Думай медленно, решай быстро*. М.: АСТ.
- Куракин Д. Ю. 2020. Трагедия неравенства: расчеловечивая «тотального человека». *Социологическое обозрение*. 19 (3): 167–231. URL: <https://sociologica.hse.ru/2020-19-3/403294728.html>
- Радаев В. В. 2005. *Экономическая социология*. М.: Изд. дом ВШЭ.
- Радаев В. В. 2022. Кризис в современном преподавании: что именно пошло не так? *Социологические исследования*. 6: 114–124. URL: [https://www.socis.isras.ru/index.php?id=9170&page\\_id=453](https://www.socis.isras.ru/index.php?id=9170&page_id=453) www.socis.isras.ru
- Рощина Я. М. 2016. Стиль жизни в отношении здоровья: имеет ли значение социальное неравенство? *Экономическая социология*. 17 (3): 13–36. URL: <https://ecsoc.hse.ru/2016-17-3/183184673.html>
- Соколов М. М. 2019. Элементы социологии досады и сожаления. *Социологическое обозрение*. 18 (4): 9–46. URL: <https://sociologica.hse.ru/2019-18-4/327491242.html>
- Хавенсон Т. Е., Чиркина Т. А. 2018. Эффективно поддерживаемое неравенство Выбор образовательной траектории после 11-го класса школы в России. *Экономическая социология*. 19 (5): 66–89. URL: <https://ecsoc.hse.ru/2018-19-5/228631789.html> www.ecsoc.msses.ru
- Чиркина Т. 2018. Социально-экономическое положение и выбор образовательной траектории учащимися: теоретические подходы к изучению взаимосвязи. *Экономическая социология*. 19 (3): 109–1256. URL: <https://ecsoc.hse.ru/2018-19-3/219642388.html> www.ecsoc.msses.ru
- Abbott A. 2007. Against Narrative: A Preface to Lyrical Sociology. *Sociological Theory*. 25 (1): 67–99.
- Abbott A. 2014. The Problem of Excess. *Sociological Theory*. 32 (1): 1–26.
- Abrutyn S., Lizardo O. 2020. Grief, Care, and Play: Theorizing the Affective Roots of the Social Self. In: Thye S. R., Lawler E. J. (eds) *Advances in Group Processes*. 37. Bingley: Emerald Publishing Limited; 79–108. URL <https://doi.org/10.1108/S0882-614520200000037004>
- Becker R., Hecken A. E. 2009. Higher Education or Vocational Training? An Empirical Test of the Rational Action Model of Educational Choices Suggested by Breen and Goldthorpe and Esser. *Acta Sociologica*. 52 (1): 25–45.
- Bernardi F. 2014. Compensatory Advantage as a Mechanism of Educational Inequality: A Regression Discontinuity Based on Month of Birth. *Sociology of Education*. 87 (2): 74–88.
- Boudon R. 1974. *Education, Opportunity, and Social Inequality*. New York: Wiley.
- Boudon R. 2003. Beyond Rational Choice Theory. *Annual Review of Sociology*. 29: 1–21.

- Breen R., Goldthorpe J. 1997. Explaining Educational Differentials: Towards a Formal Rational Action Theory. *Rationality and Society*. 9 (3): 275–305.
- Calarco J. 2018. *Why Rich Kids Are So Good at the Marshmallow Test*. URL: <https://www.theatlantic.com/family/archive/2018/06/marshmallow-test/561779/>
- Chernev A., Böckenholt U., Goodman J. 2015. Choice Overload: A Conceptual Review and Meta-Analysis. *Journal of Consumer Psychology*. 25 (2): 333–358.
- Collins R. 2019. Emotional Micro Bases of Social Inequality: Emotional Energy, Emotional Domination and Charismatic Solidarity. *Emotions and Society*. 1 (1): 45–50.
- Diekmann A. 2022. Rational Choice Theory. Heuristic Potential, Applications and Limitations. In: Gërxhani K., Graaf N. D. de, Raub W. (eds.). *Handbook of Sociological Science: Contributions to Rigorous Sociology*. Chateham: Edward Elgar; 100–119.
- Ermakoff I. 2021. On the Frontiers of Rational Choice. In: Benzecry C. E., Krause M., Ariail Reed I. (eds). *Social Theory Now*. Chicago: University of Chicago Press; 162–200.
- Frank R. H. 2016. *Success and Luck*. Princeton: Princeton University Press.
- Goldthorpe J. 1998. Rational Action Theory for Sociology. *British Journal of Sociology*. 49 (2): 167–192.
- Greifeneder R., Scheibehenne B., Kleber N. 2010. Less May Be More When Choosing is Difficult: Choice Complexity and too Much Choice. *Acta Psychologica*. 133 (1): 45–50.
- Hudik M. 2019. Two Interpretations of the Rational Choice Theory and the Relevance of Behavioral Critique. *Rationality and Society*. 31 (4): 464–489.
- Ignatow G. 2022. The Microbiome-Gut-Brain and Social Behavior. *The Journal for the Theory of Social Behaviour*. 52 (1): 164–182.
- Iyengar S. S., Lepper M. R. 1999. Rethinking the Value of Choice: A Cultural Perspective on Intrinsic Motivation. *Journal of Personality and Social Psychology*. 76 (3): 349–366.
- Jackson M. et al. 2007. Primary and Secondary Effects in Class Differentials in Educational Attainment: The Transition to A-Level Courses in England and Wales. *Acta Sociologica*. 50 (3): 211–229.
- Khalil E. L. 2017. Socialized View of Man vs. Rational Choice Theory: What does Smith's Sympathy Have to Say? *Journal of Economic Behavior & Organization*. 143: 223–240.
- Kroneberg C., Kalter F. 2012. Rational Choice Theory and Empirical Research: Methodological and Theoretical Contributions in Europe. *Annual Review of Sociology*. 38: 73–92.
- Kurakin D. 2020. Culture and Cognition: The Durkheimian Principle of Sui Generis Synthesis vs. Cognitive-Based Models of Culture. *American Journal of Cultural Sociology*. 8 (1): 63–89.
- Lamont M. 2000. *The Dignity of Working Men: Morality and the Boundaries of Race, Class, and Immigration*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

- Lamont M. 2017. *Prisms of Inequality: Moral Boundaries, Exclusion, and Academic Evaluation. Erasmus Prize Essay*. Amsterdam: Praemium Erasmianum Foundation.
- Lamont M., Beljean S., Clair M. 2014. What is Missing? Cultural Processes and Causal Pathways to Inequality. *Socio-Economic Review*. 12 (3): 573–608.
- Lamont M. et al. 2016. *Getting Respect: Responding to Stigma and Discrimination in the United States, Brazil, and Israel*. New Jersey: Princeton University Press.
- Lamont M., Small M., Harding D. 2010. Introduction: Reconsidering Culture and Poverty. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*. 629 (1): 6–27.
- Lareau A. 2011. *Unequal Childhoods: Class, Race, and Family Life*. 2nd ed. Berkeley; Los Angeles: University of California Press.
- Lichand G., Mani A. 2020. Cognitive Droughts. *Working Papers*. 341. Zürich: Department of Economics, University of Zürich.
- Lizardo O., Strand M. 2010. Skills, Toolkits, Contexts and Institutions: Clarifying the Relationship between Different Approaches to Cognition in Cultural Sociology. *Poetics*. 38 (2): 205–228.
- Lough B. J. 2022. *Do Founders Attribute Their Success to Skill or Luck?* [Preprint]. URL: <https://doi.org/10.21203/rs.3.rs-1600770/v1>
- Lucas S. 2009. Stratification Theory, Socioeconomic Background, and Educational Attainment: A Formal Analysis. *Rationality and Society*. 21 (4): 459–511.
- Ma F. et al. 2020. Delay of Gratification as Reputation Management. *Psychological Science*. 31 (9): 1174–1182.
- Markovits D. 2019. *The Meritocracy Trap: How America's Foundational Myth Feeds Inequality, Dismantles the Middle Class, and Devours the Elite*. London: Penguin Press.
- Martin J. L. 2010. Life's a Beach but You're an Ant, and Other Unwelcome News for the Sociology of Culture. *Poetics*. 38 (2): 229–244.
- Massey D. 2007. *Categorically Unequal: The American Stratification System*. New York City, NY: Russell Sage Foundation.
- McCall L. 2013. *The Undeserving Rich: American Beliefs about Inequality, Opportunity, and Redistribution*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Mischel W., Ebbesen E. B. 1970. Attention in Delay of Gratification. *Journal of Personality and Social Psychology*. 16 (2): 329–337.
- Mischel W., Ebbesen E. B., Raskoff Zeiss A. 1972. Cognitive and Attentional Mechanisms in Delay of Gratification. *Journal of Personality and Social Psychology*. 21 (2): 204–218.

- Mullainathan S., Shafir E. 2013. Decision Making and Policy in Context of Poverty. In: Shafir E. (ed.). *The Behavioral Foundations of Public Policy*. Princeton: Princeton University Press; 281–297.
- Müller L., Klein D. 2023. Social Inequality in Dropout from Higher Education in Germany. Towards Combining the Student Integration Model and Rational Choice Theory. *Research in Higher Education*. 64 (2): 300–330.
- Newen A., Gallagher S., De Bruin L. 2018. 4E Cognition: Historical Roots, Key Concepts, and Central Issues. In: Newen A., Gallagher S., De Bruin L. (eds). *The Oxford Handbook of 4E Cognition*. Oxford: Oxford University Press; 1–16.
- Osnos E. 1997. Too Many Choices? Firms Cut Back on New Products. *Philadelphia Inquirer*. D1, D7. September 27.
- Raftery A. E., Hout M. 1993. Maximally Maintained Inequality: Expansion, Reform, and Opportunity in Irish Education, 1921–1975. *Sociology of Education*. 66 (1): 41–62.
- Rotolo M. 2022. Culture beneath Discourse: A Conceptual Model for Analyzing Nondeclarative Cultural Knowledge. *American Journal of Cultural Sociology*. 10 (3): 432–460.
- Sauder M. 2020. A Sociology of Luck. *Sociological Theory*. 38 (3): 193–216.
- Sawyer R. K. 2001. Emergence in Sociology: Contemporary Philosophy of Mind and Some Implications for Sociological Theory. *American Journal of Sociology*. 107 (3): 551–585.
- Sawyer R. K. 2002. Durkheim's Dilemma: Toward a Sociology of Emergence. *Sociological Theory*. 20 (2): 227–247.
- Schwartz B. et al. 2002. Maximizing versus Satisficing: Happiness is a Matter of Choice. *Journal of Personality and Social Psychology*. 83 (5): 1178–1197.
- Sennett R. 2003. *Respect in a World of Inequality*. New York; London: W. W. Norton & Company.
- Shoda Y., Mischel W., Peake P. K. 1990. Predicting Adolescent Cognitive and Self-Regulatory Competencies from Preschool Delay of Gratification: Identifying Diagnostic Conditions. *Developmental Psychology*. 26 (6): 978–986.
- Skagerlund K. et al. 2022. Decision-Making Competence and Cognitive Abilities: Which Abilities Matter? *Journal of Behavioral Decision Making*. 35 (1): 1–18.
- Son Hing L. S. et al. 2011. The Merit of Meritocracy. *Journal of Personality and Social Psychology*. 101 (3): 433–450.
- Tan S. E. 2004 *Does Class Matter? Social Stratification and Orientations in Singapore*. Singapore: World Scientific.
- Thompson R. 2016. Explaining Inequality? Rational Action Theories of Educational Decision Making. In: Mountford-Zimdars A., Harrison N. (eds) *Access to Higher Education: Theoretical Perspectives and Contemporary Challenges*. London: Routledge; 81–89.

- Walby S., Armstrong J., Strid S. 2012. Intersectionality: Multiple Inequalities in Social Theory. *Sociology*. 46 (2): 224–240.
- Walter S. 2014. Situated Cognition: A Field Guide to Some Open Conceptual and Ontological Issues. *Review of Philosophy and Psychology*. 5 (2): 241–263.
- Watts T. W., Duncan G. J., Quan H. 2018. Revisiting the Marshmallow Test: A Conceptual Replication Investigating Links between Early Delay of Gratification and Later Outcomes. *Psychological Science*. 29 (7): 1159–1177.
- Yastrebov G., Kosyakova Y., Kurakin D. 2018. Slipping Past the Test: Heterogeneous Effects of Social Background in the Context of Inconsistent Selection Mechanisms in Higher Education. *Sociology of Education*. 91 (3): 224–241.
- Ye R., Nylander E. 2021. Deservedness, Humbleness and Chance: Conceptualisations of Luck and Academic Success among Singaporean Elite Students. *International Studies in Sociology of Education*. 30 (4): 401–421.
- Zafirovski M. 2018. Rational Choice Theory or Pretense? The Claims, Equivalences, and Analogies of the “Economic Approach to Human Behavior”. *Sociological Spectrum*. 38 (3): 194–222.



## NEW TEXTS

Dmitry Kurakin, Ilias Latypov

# Ecosystems of Choice: On Some Limitations of Rational Choice Theory and a Strategy for Overcoming Them

**KURAKIN, Dmitry**—

Candidate of Sociological Sciences (Ph.D.), Leading Research Fellow, the Centre for Fundamental Sociology, Director, the Centre for Cultural Sociology, Professor, Department of Educational Programs at the Institute of Education, HSE University. Visiting Professor at the Department of Sociology and Social Research, University of Trento. Faculty Fellow at the Center for Cultural Sociology, Yale University. Address: 26, Via Giuseppe Verdi, Trento, 38122, Italy.

**Email:** [dukurakin@hse.ru](mailto:dukurakin@hse.ru)

**LATYPOV, Ilias**—Lecturer,

Department for Social Institutions Analysis, Intern Researcher, the Center for Cultural Sociology, HSE University. Address: 20 Myasnitskaya str., 101000, Moscow, Russian Federation.

**Email:** [ialatypov@hse.ru](mailto:ialatypov@hse.ru)

## Abstract

This article aims to revise and refine the concept of choice in sociology, primarily in the context of inequality studies. Despite the criticisms and known limitations of rational choice theories, alternative theoretical perspectives on choice often remain marginalized, especially in empirical studies. Recent advances in sociological theory and the sociology of culture and cognition allow problematizing this influential approach, and building a strategy to overcome its limitations. First, traditional approaches to decision-making presume a deficit, whereas excess often dominates within contemporary social life. Second, in addition to rationality and the actions of individuals themselves, choice is often associated with a certain amount of luck. In the studies of inequality, luck emerges as one of the key factors of choice, since the privileged and the unprivileged differ greatly in their ability to overcome or minimize the consequences of setbacks, and conversely to enjoy the fortunate events. A third argument for reconsidering the problem of choice arises from advancements in neuro-cognitive sciences. Numerous studies conducted in recent decades have shown that most of our decisions defy the principles of rational choice theory. The previously dominant computational theory of cognition has been replaced by distributive models that extend cognitive processes beyond the confines of the brain. Finally, contemporary sociological studies of culture and inequality turn their attention to the cultural processes that shape choice and their emotional dimension. The authors conclude with a strategy of going beyond atomic acts of choice to encompass the entire “ecosystems” of choice.

**Keywords:** choice; inequality; rationality; luck; cognition; culture; emotions; ecosystem.

## Acknowledgements

The original op-ed version which formed the basis for this article was published in the online edition of IQ.HSE in 2021 (<https://iq.hse.ru/news/474774462.html>).

This article is an output of a research project implemented as part of the Basic Research Program at the National Research University Higher School of Economics (HSE University).

The authors express their deep gratitude to the participants of the Laboratory for Studies in Economic Sociology seminar held on February 7, 2023, and especially to the debaters Alexis Belianin and Inna Deviatko, and the

head of the seminar Vadim Radaev whose detailed and thorough comments allowed us to make the text better. We are also grateful to the participants of the seminar of the project “Life Choice,” held on December 1, 2022, for the fruitful and useful discussion of the first version of the text.

## References

- Abbott A. (2007) Against Narrative: A Preface to Lyrical Sociology. *Sociological Theory*, vol. 25, no 1, pp. 67–99.
- Abbott A. (2014) The Problem of Excess. *Sociological Theory*, vol. 32, no 1, pp. 1–26.
- Abrutyn S., Lizardo O. (2020) Grief, Care, and Play: Theorizing the Affective Roots of the Social Self. *Advances in Group Processes*, vol. 37 (eds. S. R. Thye, E. J. Lawler), Bingley: Emerald Publishing Limited, pp. 79–108.
- Arendt H. (2000) *Vita activa, ili O deyatel'noy zhizni* [Vita Activa, or On Active Life], St. Petersburg: Aleteyya (in Russian).
- Beck U. (2000) *Obshchestvo riska: na puti k drugomu modernu* [Risk Society: Towards a New Modernity], Moscow: Progress-Traditsiya (in Russian).
- Becker R., Hecken A. E. (2009) Higher Education or Vocational Training? An Empirical Test of the Rational Action Model of Educational Choices Suggested by Breen and Goldthorpe and Esser. *Acta Sociologica*, vol. 52, no 1, pp. 25–45.
- Bernardi F. (2014) Compensatory Advantage as a Mechanism of Educational Inequality: A Regression Discontinuity Based on Month of Birth. *Sociology of Education*, vol. 87, no 2, pp. 74–88.
- Boudon R. (1974) *Education, Opportunity, and Social Inequality*, New York: Wiley.
- Boudon R. (2003) Beyond Rational Choice Theory. *Annual Review of Sociology*, vol. 29, pp. 1–21.
- Breen R., Goldthorpe J. (1997) Explaining Educational Differentials: Towards a Formal Rational Action Theory. *Rationality and Society*, vol. 9, no 3, pp. 275–305.
- Calarco J. (2018) *Why Rich Kids Are So Good at the Marshmallow Test*. Available at: <https://www.theatlantic.com/family/archive/2018/06/marshmallow-test/561779/> (accessed 4 May 2023).
- Chernev A., Böckenholt U., Goodman J. (2015) Choice Overload: A Conceptual Review and Meta-Analysis. *Journal of Consumer Psychology*, vol. 25, no 2, pp. 333–358.
- Chirkina T. (2018) Sotsial'no-ekonomicheskoe polozhenie i vybor obrazovatel'noy traektorii uchaschchimsya: teoreticheskie podkhody k izucheniyu vzaimosvyazi [Review of Theoretical Approaches to the Study of the Relationship between Students' Socio-Economic Status and Educational Choice]. *Journal of Economic Sociology = Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 19, no 3, pp. 109–125. doi: 10.17323/1726-3247-2018-3-109-125 (in Russian).
- Collins R. (2019) Emotional Micro Bases of Social Inequality: Emotional Energy, Emotional Domination and Charismatic Solidarity. *Emotions and Society*, vol. 1, no 1, pp. 45–50.

- Diekmann A. (2022) Rational Choice Theory. Heuristic Potential, Applications and Limitations. *Handbook of Sociological Science: Contributions to Rigorous Sociology* (eds. K. Gërkhani, N. D. de Graaf, W. Raub), Chateham; Edward Elgar, pp. 100–119.
- Ermakoff I. (2021) On the Frontiers of Rational Choice. *Social Theory Now* (eds. C. E. Benzecry, M. Krause, I. Ariail Reed), Chicago: University of Chicago Press, pp. 162–200.
- Frank R. H. (2016) *Success and Luck*, Princeton: Princeton University Press.
- Goldthorpe J. (1998) Rational Action Theory for Sociology. *British Journal of Sociology*, vol. 49, no 2, pp. 167–192.
- Greifeneder R., Scheibehenne B., Kleber N. (2010) Less May Be More when Choosing is Difficult: Choice Complexity and too Much Choice. *Acta Psychologica*, vol. 133, no 1, pp. 45–50.
- Hudik M. (2019) Two Interpretations of the Rational Choice Theory and the Relevance of Behavioral Critique. *Rationality and Society*, vol. 31, no 4, pp. 464–489.
- Ignatow G. (2022) The Microbiome-Gut-Brain and Social Behavior. *The Journal for the Theory of Social Behaviour*, vol. 52, no 1, pp. 164–182.
- Iyengar S. S., Lepper M. R. (1999) Rethinking the Value of Choice: A Cultural Perspective on Intrinsic Motivation. *Journal of Personality and Social Psychology*, vol. 76, no 3, pp. 349–366.
- Jackson M., Erikson R., Goldthorpe J., Yaish M. (2007) Primary and Secondary Effects in Class Differentials in Educational Attainment: The Transition to A-Level Courses in England and Wales. *Acta Sociologica*, vol. 50, no 3, pp. 211–229.
- Kaneman D. (2020) *Dumay medlenno, reshay bystro* [Think Slowly, Decide Quickly], Moscow: AST (in Russian).
- Khalil E. L. (2017) Socialized View of Man vs. Rational Choice Theory: What does Smith’s Sympathy Have to Say? *Journal of Economic Behavior & Organization*, vol. 143, pp. 223–240.
- Khavenson T., Chirkina T. (2018) Effektivno podderzhivaemoe neravenstvo. Vyor obrazovatelnoy traektorii posle 11-go klassa shkoly v Rossii [Effectively Maintained Inequality: The Choice of Postsecondary Educational Trajectory in Russia]. *Journal of Economic Sociology = Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 19, no 5, pp. 66–89. doi: [10.17323/1726-3247-2018-5-66-89](https://doi.org/10.17323/1726-3247-2018-5-66-89) (in Russian).
- Kroneberg C., Kalter F. (2012) Rational Choice Theory and Empirical Research: Methodological and Theoretical Contributions in Europe. *Annual Review of Sociology*, vol. 38, pp. 73–92.
- Kurakin D. (2020a) Culture and Cognition: The Durkheimian Principle of Sui Generis Synthesis vs. Cognitive-Based Models of Culture. *American Journal of Cultural Sociology*, vol. 8, no 1, pp. 63–89. doi: [10.1057/s41290-019-00083-w](https://doi.org/10.1057/s41290-019-00083-w)
- Kurakin D. (2020b) Tragediya neravenstva: raschelovechivaya “total’nogo cheloveka” [Tragedy of Inequality: Dehumanizing “L’Homme Total”]. *The Russian Sociological Review = Sociologicheskoe obozrenie*, vol. 19, no 3, pp. 167–231 (in Russian).

- Lamont M. (2000) *The Dignity of Working Men: Morality and the Boundaries of Race, Class, and Immigration*, Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Lamont M. (2017) *Prisms of Inequality: Moral Boundaries, Exclusion, and Academic Evaluation. Erasmus Prize Essay*, Amsterdam: Praemium Erasmianum Foundation.
- Lamont M., Beljean S., Clair M. (2014) What is Missing? Cultural Processes and Causal Pathways to Inequality. *Socio-Economic Review*, vol. 12, no 3, pp. 573–608.
- Lamont M., Silva G. M., Welburn J., Guetzkow J., Mizrachi N., Herzog H., Reis E. (2016) *Getting Respect: Responding to Stigma and Discrimination in the United States, Brazil, and Israel*, New Jersey: Princeton University Press.
- Lamont M., Small M., Harding D. (2010) Introduction: Reconsidering Culture and Poverty. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, vol. 629, no 1, pp. 6–27.
- Lareau A. (2011) *Unequal Childhoods: Class, Race, and Family Life*. 2nd edn, Berkeley; Los Angeles: University of California Press.
- Lichand G., Mani A. (2020) Cognitive Droughts. *Working Papers*, no 341, Zürich: Department of Economics; University of Zurich.
- Lizardo O., Strand M. (2010) Skills, Toolkits, Contexts and Institutions: Clarifying the Relationship between Different Approaches to Cognition in Cultural Sociology. *Poetics*, vol. 38, no 2, pp. 205–228. doi: [10.1016/j.poetic.2009.11.003](https://doi.org/10.1016/j.poetic.2009.11.003)
- Lough B. J. (2022) *Do Founders Attribute Their Success to Skill or Luck?* [Preprint]. Available at: <https://doi.org/10.21203/rs.3.rs-1600770/v1> (accessed 4 May 2023).
- Lucas S. (2009) Stratification Theory, Socioeconomic Background, and Educational Attainment: A Formal Analysis. *Rationality and Society*, vol. 21, no 4, pp. 459–511.
- Ma F., Zeng D., Xu F., Compton B. J., Heyman G. D. (2020) Delay of Gratification as Reputation Management. *Psychological Science*, vol. 31, no 9, pp. 1174–1182. doi: <https://doi.org/10.1177/0956797620939940>
- Markovits D. (2019) *The Meritocracy Trap: How America's Foundational Myth Feeds Inequality, Dismantles the Middle Class, and Devours the Elite*, London: Penguin Press.
- Massey D. (2007) *Categorically Unequal: The American Stratification System*, New York City, NY: Russell Sage Foundation.
- McCall L. (2013) *The Undeserving Rich: American Beliefs about Inequality, Opportunity, and Redistribution*, Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Mischel W., Ebbesen E. B. (1970) Attention in Delay of Gratification. *Journal of Personality and Social Psychology*, vol. 16, no 2, pp. 329–337.
- Mischel W., Ebbesen E. B., Raskoff Zeiss A. (1972) Cognitive and Attentional Mechanisms in Delay of Gratification. *Journal of Personality and Social Psychology*, vol. 21, no 2, pp. 204–218.

- Müller L., Klein D. (2023) Social Inequality in Dropout from Higher Education in Germany. Towards Combining the Student Integration Model and Rational Choice Theory. *Research in Higher Education*, vol. 64, no 2, pp. 300–330.
- Newen A., Gallagher S., De Bruin L. (2018) 4E Cognition: Historical Roots, Key Concepts, and Central Issues. *The Oxford Handbook of 4E Cognition* (eds. A. Newen, S. Gallagher, L. De Bruin), Oxford: Oxford University Press, pp. 1–16.
- Osnos E. (1997) Too Many Choices? Firms Cut Back on New Products. *Philadelphia Inquirer*, D1, D7, September 27.
- Radaev V. V. (2022) Krizis v sovremennom prepodavanii: chto imenno poshlo ne tak? [Crisis in the Modern University Teaching: What Went Wrong?]. *Sociological Studies = Sotsiologicheskie issledovaniya*, no 6, pp. 114–124 (in Russian).
- Radaev V. V. (2005) *Ekonomicheskaya sotsiologiya* [Economic Sociology], Moscow: HSE Publishing House (in Russian).
- Raftery A. E., Hout M. (1993) Maximally Maintained Inequality: Expansion, Reform, and Opportunity in Irish Education, 1921–1975. *Sociology of Education*, vol. 66, no 1, pp. 41–62.
- Roshchina Y. (2016) Stil' zhizni v otnoshenii zdorov'ya: imeet li znachenie sotsial'noe neravenstvo? [Health-Related Lifestyle: Does Social Inequality Matter?]. *Journal of Economic Sociology = Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 17, no 3, pp. 13–36. Available at: <https://ecsoc.hse.ru/2016-17-3.html> (accessed 4 May 2023) (in Russian).
- Rotolo M. (2022) Culture Beneath Discourse: A Conceptual Model for Analyzing Nondeclarative Cultural Knowledge. *American Journal of Cultural Sociology*, vol. 10, no 3, pp. 432–460.
- Sauder M. (2020) A Sociology of Luck. *Sociological Theory*, vol. 38, no 3, pp. 193–216.
- Sawyer R. K. (2001) Emergence in Sociology: Contemporary Philosophy of Mind and Some Implications for Sociological Theory. *American Journal of Sociology*, vol. 107, no 3, pp. 551–585.
- Sawyer R. K. (2002) Durkheim's Dilemma: Toward a Sociology of Emergence. *Sociological Theory*, vol. 20, no 2, pp. 227–247.
- Schwartz B., Ward A., Monterosso J., Lyubomirsky S., White K., Lehman D. R. (2002) Maximizing versus Satisficing: Happiness is a Matter of Choice. *Journal of Personality and Social Psychology*, vol. 83, no 5, pp. 1178–1197.
- Sennett R. (2003) *Respect in a World of Inequality*, New York; London: W. W. Norton & Company.
- Shoda Y., Mischel W., Peake P. K. (1990) Predicting Adolescent Cognitive and Self-Regulatory Competencies from Preschool Delay of Gratification: Identifying Diagnostic Conditions. *Developmental Psychology*, vol. 26, no 6, pp. 978–986.
- Skagerlund K., Forsblad M., Tinghög G., Västfjäll D. (2022) Decision-Making Competence and Cognitive Abilities: Which Abilities Matter? *Journal of Behavioral Decision Making*, vol. 35, no 1, pp. 1–18.



- Sokolov M. (2019) Elementy sotsiologii dosady i sozhaleeniya [Towards a Sociology of Regret]. *The Russian Sociological Review = Sociologicheskoe obozrenie*, vol. 18, no 4, pp. 9–46 (in Russian).
- Tan S.E. (2004) *Does Class Matter? Social Stratification and Orientations in Singapore*, Singapore: World Scientific.
- Thompson R. (2016) Explaining Inequality? Rational Action Theories of Educational Decision Making. *Access to Higher Education: Theoretical Perspectives and Contemporary Challenges* (eds. A. Mountford-Zimdars, N. Harrison), London: Routledge, pp. 81–89.
- Walby S., Armstrong J., Strid S. (2012) Intersectionality: Multiple Inequalities in Social Theory. *Sociology*, vol. 46, no 2, pp. 224–240.
- Walter S. (2014) Situated Cognition: A Field Guide to Some Open Conceptual and Ontological Issues. *Review of Philosophy and Psychology*, vol. 5, no 2, pp. 241–263.
- Watts T. W., Duncan G. J., Quan H. (2018) Revisiting the Marshmallow Test: A Conceptual Replication Investigating Links between Early Delay of Gratification and Later Outcomes. *Psychological Science*, vol. 29, no 7, pp. 1159–1177.
- Yastrebov G., Kosyakova Y., Kurakin D. (2018) Slipping Past the Test: Heterogeneous Effects of Social Background in the Context of Inconsistent Selection Mechanisms in Higher Education. *Sociology of Education*, vol. 91, no 3, pp. 224–241. doi: [10.1177/0038040718779087](https://doi.org/10.1177/0038040718779087)
- Ye R., Nylander E. (2021) Deservedness, Humbleness and Chance: Conceptualisations of Luck and Academic Success among Singaporean Elite Students. *International Studies in Sociology of Education*, vol. 30, no 4, pp. 401–421.
- Zafirovski M. (2018) Rational Choice Theory or Pretense? The Claims, Equivalences, and Analogies of the “Economic Approach to Human Behavior”. *Sociological Spectrum*, vol. 38, no 3, pp. 194–222.

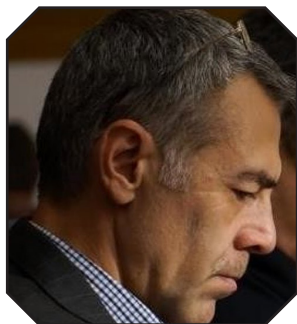
**Received:** November 18, 2022

**Citation:** Kurakin D., Latypov I. (2023) Ekosistemy vybora: o nekotorykh ogranicheniyakh teorii ratsional'nogo vybora i strategii ikh preodoleniya [Ecosystems of Choice: On Some Limitations of Rational Choice Theory and a Strategy for Overcoming Them]. *Journal of Economic Sociology = Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 24, no 3, pp. 11–32. doi: [10.17323/1726-3247-2023-3-11-32](https://doi.org/10.17323/1726-3247-2023-3-11-32) (in Russian).



А. В. Верников, А. А. Курышева

## Отношение к жизни не по средствам в русских пословицах и поговорках<sup>1</sup>



**ВЕРНИКОВ Андрей Владимирович** — доктор экономических наук, ведущий научный сотрудник, Институт экономики РАН. Адрес: 117218, Россия, г. Москва, Нахимовский проспект, д. 32.

Email: [vernikov@inecon.ru](mailto:vernikov@inecon.ru)



**КУРЫШЕВА Анна Александровна** — кандидат экономических наук, старший научный сотрудник, Южный федеральный университет. Адрес: 344006, Россия, г. Ростов-на-Дону, ул. Большая Садовая, д. 105/42.

Email: [vesta11@list.ru](mailto:vesta11@list.ru)

*В центре внимания нашей работы — отношение к жизни не по средствам и к долгам в традиционном русском дискурсе. Рассматривая народные пословицы и поговорки как материал для исследования институций, характеризующих экономическую культуру определённого исторического периода, мы изучили сборник «Пословицы русского народа» В. И. Даля, изданный в 1862 г., и прежде всего такие его разделы, как «Займы», «Щегольство», «Бережь — мотовство», «Умеренность — жадность», «Тороватость — скупость» и «Богатство — достаток». Обнаруженные ключевые элементы дискурса сгруппированы по трём темам: (1) жизнь по средствам и что ей мешает; (2) жизнь в долг, заимствование; (3) предоставление займов. Главный эмпирический результат в том, что народный дискурс, бытовавший, по меньшей мере, вплоть до середины XIX века, однозначно осуждал попадание человека в долговую зависимость и те явления, которые к этому ведут, подрывая финансовое положение домашнего хозяйства. Это в первую очередь потребление сверх необходимого, фетишизация вещей и чрезмерные необдуманные траты. Одна часть ценностных установок поощряет опору на свои возможности, что предполагает самообеспечение и самоограничение в потреблении и тратах. Другие ценностные установки порицают качества, расширяющие эту опору. Принципы самоограничения и самообеспечения по смыслу близки сегодняшним идеям устойчивого развития. Мы приходим к выводу, что дальнейшие исследования в обозначенном нами направлении способны поменять знак в оценках русской экономической культуры, что сегодня представляется важным и актуальным.*

**Ключевые слова:** экономическая культура; социология потребления; традиционные ценности; анализ дискурса; долг; институция.

*В займы не брав, хоть гол — да прав.  
Чужие денежки ночью хлеб едят.  
Чужие денежки зубасты.  
[Даль 1862: 583, 584]*

### Введение

Мы выясняем воплощённое в русских пословицах и поговорках, бытовавших, по меньшей мере, вплоть до середины XIX века, отношение к жизни не по средствам и к займам на цели личного потребления. Нас интересует, были ли такие явления социально одобряемой и поддерживаемой нормой в России того времени. Это поможет лучше понять последующую институ-

<sup>1</sup> Мы благодарны Д. В. Диденко, М. Н. Конягиной, И. В. Павлюткину, Т. О. Проволович, И. С. Пыжеву, В. Н. Руцкому, М. В. Рыжковой, Е. П. Севастьяновой, анонимному рецензенту, участникам семинаров в Сибирском и Южном федеральных университетах и конференции в НИУ ВШЭ.

циональную динамику социологического явления, описываемого современным концептом «опережающее потребление» [Baudrillard 1996]. Данная работа продолжает эмпирическое изучение взаимосвязи между потребительством и жизнью в долг [Верников, Курышева 2021; 2022].

Пословицы и поговорки являются частью народного дискурса и отражают устойчивые представления о практиках, принятых в обществе в определённое время [Моисеева, Чудина 2004]. Мы обращаемся к этому материалу как источнику знания об интересующей нас конкретной сфере, а именно о культуре потребления, заимствования и расходования средств в рассматриваемый исторический период. Изучение русского фольклора должно помочь нам разобраться в исходных культурных традициях, даже если к настоящему времени многие из них изменены либо вовсе утрачены.

Внимание к содержанию дискурса позволяет увидеть и объяснить особенность социальных практик, а также проследить «вызревание» институциональных изменений в народных массах. В литературе фрагментарно представлены те или иные сюжеты экономической жизни, для объяснения которых используются пословицы и поговорки. Комплексного тематического исследования элементов культуры потребления, заимствования и расходования средств на материале пословиц и поговорок русского народа мы не обнаружили у других исследователей и решили начать восполнение этого пробела.

Дополнительной мотивацией послужило то, что в работах российских обществоведов последних десятилетий суждения о традиционной экономической культуре русского народа, его «социокультурных кодах»<sup>2</sup> были преимущественно негативными. Продвигались идеи о том, что «социально-экономический генотип» российского общества [Майминас 2016] якобы тормозит научно-технический прогресс, а некоторые ценности традиционной русской культуры и вовсе «непродуктивные» применительно к современным условиям: нестяжательство, например, «подрывает стимулы к труду и бережливости, к предприимчивости, ограничивает потребности», поэтому «процветанию не содействует» [Ясин 2003: 44–45]. В научной среде сложился стереотип об оппортунизме в финансовом поведении, об исконной склонности русских людей жить не по средствам и несклонности отдавать долги. У нас возникло желание прикоснуться к первоисточнику и составить собственное суждение.

В следующем разделе статьи даётся краткий обзор источников, раскрывающих значение пословиц и поговорок для понимания институционального устройства общества. Далее объясняется дизайн исследования; представлены его эмпирические результаты, а также их обсуждение и интерпретация. Последний раздел статьи подводит итоги исследования.

### Пословицы и поговорки как материал для исследования институций<sup>3</sup>

Ценность пословиц и поговорок как исследовательского материала состоит для нас в содержащихся в них правилах и прецедентах деятельности, которые описывают модель поведения и прогноз развития той или иной ситуации [Моисеева, Чудина 2004: 171]. Роль пословиц и поговорок для понимания институционального устройства, по сути, охарактеризована словами В. И. Даля: по пословицам и поговоркам можно «видеть, что говорит народ о той либо другой стороне житейского быта», «сделать

<sup>2</sup> Словосочетание «социокультурный код», которое предположительно служит производным от «культурного кода», естественно было бы связать с понятием архетипа. На деле же в экономической литературе упрочилась ассоциация этой категории с биосоциальными факторами [Аузан 2013: 174]. Сходное понятие «социально-экономический генотип» общества [Майминас 2016] вызывает уже прямую ассоциацию с генетическим кодом человека. Корректность подобных «биологизмов», заимствованных из биологии концептов, неочевидна, поскольку на генетическом уровне культура не передаётся, и остаются открытыми вопросы о единице «кода» и о её материальном носителе.

<sup>3</sup> Под институцией понимается опривыченная, взаимно типизированная членами определённого сообщества социально-экономическая практика, в основе которой — укоренённые ценности, убеждения и стереотипы. В такой трактовке мы опираемся на работы: [Бергер, Лукман 1995; Ефимов 2016].

какой-нибудь свод и выводы, общее заключение о духовной и нравственной особенности народа, о житейских отношениях его» [Даль 1862: XXXIV]. Пословица «не сочиняется, а вынуждается силою обстоятельств» [Даль 1862: XXII]. И. М. Снегирёв поясняет, что в русском языке понятие «пословица» со временем стало относиться к тому, что согласно со словом и делом, как и латинское *proverbium* и французское *proverbe* [Снегирёв 1999: 30–31].

Понимание связи между прошлым и настоящим предполагает изучение экономической культуры в ретроспективе. Историчность социальной реальности опирается на знание об институтах, образуемых укоренёнными убеждениями, привычками, мифами, опытом и мудростью. Сохранение, расширение и воспроизведение институционального порядка предполагают, что всем детям рассказывают одни и те же истории, схожим образом интерпретируемые [Бергер, Лукман 1995: 103–104]. Распространение ценностей происходит в том числе через продвижение соответствующей лексики и сюжетов. Это касается и культуры потребления [Schmitt, Brakus, Viraglia 2022; Wrenn 2022]. Привычные представления о потреблении, долгах и расходовании средств точно так же конструируемы социально, как любое общественное явление или процесс. Существуют исторические свидетельства того, что превращение практики финансирования потребления за счёт заимствований в социальную норму происходило под воздействием заинтересованных сторон, целенаправленно формируя соответствующую риторику [Зелизер 2004]. В свою очередь, социальное одобрение жизни взаимности может постепенно развиваться в самоподдерживающуюся культуру заимствований [Lea, Webley, Levine 1993].

Общественные практики во многом основываются на передаваемых по наследству знаниях о том, что приемлемо и одобряется — на своеобразной «совокупности рецептов» [Schütz 1962]. Сохранение и воспроизведение институционального порядка тесно связано с дотеоретическим знанием. Одну часть его составляет словарный запас, другую — пословицы и поговорки, нравственные предписания, мудрые изречения, мифы, сказки, легенды, прочие формы народного наследия, то есть всё, что известно о социальном мире. Перечисленное представляет собой, по сути, связанные с конкретными поступками прагматичные схемы, выступающие прообразом теоретических положений. Отклонение от этих схем считается невежеством, моральной испорченностью, безнравственностью и развращённостью [Бергер, Лукман 1995: 110–111; 153–155].

В отечественной научной литературе традиция изучения пословиц и поговорок достаточно развита. Метаанализ текстов, содержащихся в научной электронной библиотеке (eLIBRARY.RU), в ноябре 2022 г. выявил по тематике «Экономика. Экономические науки» 1211 статей, а если учитывать книги, материалы конференций и диссертации, то получится 2305 источников. Правда, значимую часть среди них занимают педагогические, филологические и другие труды. Собственно же экономических аспектов, затрагиваемых в работах, апеллирующих к пословицам и поговоркам, не так много.

В литературе встречаются сюжеты о том, как этнический фольклор, то есть пословицы и поговорки, отражается в традиционном экономическом поведении народа Саха (Якутия) [Местникова 2005]. Особенности восприятия социального мира якутов обуславливают такие черты предпринимательской культуры, как осёдлость, значимость родственных и дружественных связей, социальных сетей (в особенности для выходцев из сельских территорий).

Филолого-исторический подход применён при изучении пословиц о налоговом управлении [Махрова, Кузнецов 2006]. Проанализированы народные изречения, которые описывают формы налогообложения, существовавшие на Руси на докапиталистической стадии (дань, мыты, подать, оброк, тягло). Авторы усматривают в изречениях практический смысл: «При вариативности поведения необходимо поступать так, как учат мудрые пословицы и поговорки» [Махрова, Кузнецов 2006: 92].

Особенности русской народной экономической культуры, передаваемые пословицами и поговорками, описаны в статье А. В. Горшкова, где автор показывает, что самообеспечение и самоограничение, добросовестный труд, честный заработок, скромность и бережливость считаются добродетелями, а стяжательство порицается [Горшков 2011]. Именно эти качества определяли кодекс русского предпринимателя, а не надежда на авось, лень или отсутствие склонности к труду.

С использованием пословиц и поговорок проанализирован горнозаводской быт на пореформенном Урале на рубеже XIX–XX веков [Коробков 2019]. Несмотря на отрицательное отношение к воровству, заложенное в христианском учении, народный фольклор отражает противоречивое и порой даже лояльное отношение к этому явлению. Воруют якобы из-за крайней нужды и трудных жизненных обстоятельств, то есть это способ выживания. Причины оправдательно-терпимого отношения уральских рабочих к массовому воровству на предприятиях края могли крыться в суровых социально-экономических условиях существования рабочих, особенностях организации местной промышленности и политики заводоуправлений, задержавшей развитие кустарных промыслов. Тот же стереотип сохранился и в советскую, и постсоветскую эпохи. Судя по используемым в речи уральских рабочих пословицам и поговоркам, невыполнение долговых обязательств было наиболее распространённой разновидностью обмана. С практикой заимствований связываются такие сюжеты, как отчаяние, психические и нравственные страдания, переживания по поводу невыполненных долговых обязательств, кабальные условия займа, привычка жить в долг, намеренная нечистоплотность или финансовое мошенничество, отказ предоставлять деньги в долг.

«Бытийно-экономическое» знание, содержащееся в пословицах и поговорках «экономического» характера, охватывает культурные стереотипы, которые описывают ситуации крайней бедности и нужды, обеспеченной жизни, нищеты и безденежья, богатства и бедности, отношение к деньгам и операциям с ними [Глехатук 2017]. Тогда как общенациональная картина мира изменчива, этнокультурные и духовно-религиозные составляющие народного фразеологического запаса устойчивы во времени, сохраняют стабильность семантики и прагматики.

Осмысление понятия «долг» в русских пословицах и поговорках в сравнении с английскими с позиций когнитивной лингвистики показало, что осуждение долга во всех проявлениях закреплёно исторически на обоих языках [Карачина 2015: 69]. Речь идёт как о заимствовании, так и об одалживании, а также об отношениях между должником и одалживающим.

## Дизайн исследования

Использовать материал русских пословиц и поговорок мы решили для того, чтобы изучить убеждения и установки по отношению к институции жизни не по средствам и институции заимствования. Разумеется, мы делаем поправку на фактор времени и понимаем, что речь идёт о народной экономической культуре определённого периода<sup>4</sup>; за полтора века что-то могло измениться. Что-то, но не всё: культура инерционна. Не претендуем мы и на то, чтобы охватить общероссийскую традиционную культуру. Вместе с тем, по мнению самого Даля, изданные им пословицы и поговорки служат жизнеописанием настоящего, исконно русского быта [Даль 1862: V–VI].

Исходя из своего «прагматического задания», пословица «указывает на отношение говорящего к ситуации (одобрение, неодобрение, согласие, совет и т. д.)», то есть включает не только фактический, но и этический, оценочный, аспект (нравоучительность) [Моисеева, Чудина 2004: 172]. Этот оценочный аспект, содержащийся в фольклоре, принято называть традиционными ценностями. Мы хотели бы

<sup>4</sup> Упрёк в том, что мы якобы исходим из предположения о статичности культуры и не учитываем фактор времени, содержится в одной из рецензий на рукопись данной статьи. Не исходим. И учитываем.



подчеркнуть, что под традиционностью подразумеваем не устаревшее и ретроградное, а устоявшееся, упрочившееся и в достаточной мере укоренённое, то, что образует институциональное устройство.

Мы разделяем и используем представление о том, что пословица рисует словесную модель жизненной ситуации и воплощает информацию в наглядный образ [Моисеева, Чудина 2004: 171]. Мы исходили из того, что пословицам свойственно несоответствие между собственным (дословным) значением и прагматическим (передаваемым). Пословицы направлены на усиление речевого воздействия, привлечение внимания к предмету за счёт образности, иносказательности, афористичности, обобщённого значения. По этой причине единицей нашего анализа стала пословица, а не её части.

Мы принимаем во внимание достаточно условный характер строгого разграничения между пословицами и поговорками в лингвистическом отношении<sup>5</sup> [Потапова 2016]. Далее в работе мы не разделяем материал на пословицы и поговорки, а понятие «изречения» используем как их синоним.

Исходным источником изучаемого материала послужил труд В. И. Даля «Пословицы русского народа. Сборник пословиц, поговорок, речений, присловий, чистоговорок, прибауток, загадок, поверий и проч.» (далее по тексту — Сборник), изданный впервые в 1862 г. Удобство использования этого источника в том, что изречения сгруппированы по тематическим разделам, то есть по смыслу. В большинстве других источников они группировались по алфавиту, что затрудняет поиск нужного материала.

Предметом изучения служат установки, касающиеся потребления средств не по статусу и жизни в долг. Мы ставили задачу охватить все зафиксированные в сборнике изречения, описывающие культуру потребления и расходования средств в части отношения к долгу, заимствованию, показному потреблению не по карману, расточительству, и выявить наибольшее количество установок касательно этих явлений в пределах определённой выборки. Наше внимание было сфокусировано именно на восприятии потребления сверх средств, не по доходу, не по статусу.

Для первоначального отбора материала тематика условно была обозначена так: (1) что заставляет людей тратить больше, чем они могут себе позволить; (2) займы. Мы проработали разделы Сборника, наиболее содержательные в этом отношении, а именно: «Займы», «Бережь<sup>6</sup> — мотовство», «Богатство — достаток», «Тороватость — скупость», «Умеренность — жадность», «Щегольство». Всего в исходную выборку попало 614 изречений, или около 3% от общего числа пословиц и поговорок в данном источнике.

Сбор и анализ материала проходил следующим образом: ознакомившись полностью с отмеченными выше разделами книги Даля, мы отобрали те пословицы и поговорки, которые относятся к нашему предмету по смысловому значению, независимо от наличия или отсутствия в них слов «долг», «заём» и проч. Каждое изречение оценивалось с точки зрения содержащихся в нём сюжетов и мотивов и кодировалось. Изречениям, которые сходны по смыслу, несут одинаковый посыл и выражают одно и то же

<sup>5</sup> В. И. Даль характеризует пословицу как «коротенькую притчу», состоящую из двух частей: общей картины, то есть суждения, и толкования, или поучения [Даль 1862: XXI], а поговорку — как «переносную речь, простое иносказание <...> способ выражения — но без притчи» [Даль 1862: XXIII]. В. И. Далем выделяются также и «пословичные изречения» [Даль 1862: XXIII]. Будучи недоговорена, пословица мало отличима от поговорки, и, наоборот, логическое довершение намёка, содержащегося в поговорке, до полного высказывания превращает её в пословицу [Даль 1862: XXI–XXIV]. Поговорки и пословицы различаются как единицы речи, в том числе ситуативно ограниченной обобщённостью значения и отсутствием прямого поучительного смысла: пословицы выражают «массовую народную оценку, народный ум» или «непосредственный социально-исторический опыт», тогда как «поговорки лишены прямого обобщённого поучительного смысла и ограничиваются образным, нередко иносказательным определением какого-либо явления» [Аникин 1957: 9, 10, 15].

<sup>6</sup> Бережливость (*устар.*).



отношение к ситуации и (или) событию, присваивался одинаковый код. В случае если изречения транслировали несколько посылов, им присваивались несколько кодов. Таким образом, мы использовали индуктивное и абдуктивное рассуждение в рамках одной из аналитических традиций качественного исследования — теоретизирования, основанного на фактах (*grounded theorizing*), а текстовый материал служил источником этих фактов, то есть аппроксимацией опыта [Guest, Namey, Mitchell 2013].

Первым был проработан раздел «Займы», как напрямую относящийся к нашему предмету и содержащий самое большое количество изречений по сравнению с другими разделами, охваченными выборкой. Затем были изучены остальные разделы с целью поиска изречений, которые:

- относятся к предмету исследования напрямую, но отсутствуют в разделе «Займы»;
- затрагивают смежные сюжеты, помогающие понять, объяснить или дополнить обнаруженное в разделе «Займы».

Тесная связь пословиц и поговорок с социальными практиками позволяет допустить их устаревание вследствие входящих в них архаизмов или исчезновения описываемых ими реалий [Кунин 1968: 40–41]. В нашем случае ситуация, скорее, обратная. Банковское кредитование физических лиц на цели личного потребления — а именно оно основной объект эмпирического анализа в рамках нашей более широкой исследовательской программы — ещё не было развито в тот период, когда сложились и были записаны И. М. Снегирёвым изучаемые пословицы. Предоставление займа предполагало преимущественно взаимодействие отдельных людей, не опосредованное организациями (банками). По этой причине мы вынуждены смотреть на тему шире и изучать пословицы, которые так или иначе затрагивают долговые отношения между людьми, а эти отношения существовали издревле. Сюда входят и те изречения, которые посвящены качествам и принципам, помогающим сохранить (либо, наоборот, подорвать) финансовую устойчивость домохозяйства. Это объясняет внимание к таким разделам Сборника, как, например, «Бережь — мотовство» или «Щегольство».

Отобранные 287 изречений позаимствованы из следующих разделов: «Займы» (128), «Щегольство» (59), «Бережь — мотовство» (45), «Умеренность — жадность» (39), «Тороватость — скупость» (14) и «Богатство — достаток» (2). Из этого последнего раздела в выборку вошла, в частности, пословица о ростовщичестве (в других местах Сборника это слово не встречается).

Интерес представляют и смежные темы. Например, антропологический контекст выявляет смысловую связь между долгом и даром [Мосс 2011]; концепция показной расточительности [Веблен 2022] отсылает к теме производительного и непроизводительного труда, а концепция опережающего потребления [Vaudrillard 1996] — к проблеме соотношения между трудовыми усилиями и потреблением во временном отношении (сначала заработай, а потом покупай; рассчитывай на свои). Такой анализ мы оставляем на следующий этап осуществления нашей исследовательской программы.

Что касается прочих источников<sup>7</sup>, то мы опирались на составленные в советское время сборники русских пословиц и поговорок: [Аникин 1957; Жигулёв 1958; Рыбникова 1961; Соболев 1983; Жуков 1991]. Мы пытались выявить не столько дополнительные формулировки, сколько новые сюжеты, которые от-

<sup>7</sup> В Сборник В. И. Даля по неизвестной нам причине не вошла ни одна из целого пласта русских пословиц и поговорок, прямо или косвенно затрагивающих тему долгов, займов, ростовщичества и т. д. в контексте этнических предрассудков народа, прежде всего антисемитизма. В них именно представителям другого этноса и иной религии приписывались все отрицательные черты и ответственность за последствия заимствований для русского человека. По этическим причинам мы не имеем возможности воспроизвести здесь эти пословицы, тем более что публикующие их электронные ресурсы трудно отнести к разряду надёжных и достоверных. Часть таких пословиц может оказаться фейковыми, псевдонародными.

носятся ко второй половине XIX — началу XX в. Происхождение изречений в таких сборниках трудно достоверно идентифицировать [Скрадоль 2011]: некоторые из них псевдонародные и сконструированы официальной пропагандой. Анализ источников этого периода требует осторожности из-за нередкого сознательного искажения смысла дореволюционных изречений [Костюхин 1999: 476, сн. 60].

Стараясь разграничить, насколько это возможно, дискурсы по времени, при анализе указанных источников мы ориентировались на четыре признака — стилистику, лексику, строение фразы и сюжет<sup>8</sup>. Анализ не выявил принципиально новых сюжетов, которые можно было бы обоснованно добавить к сформированной нами на предыдущем этапе выборке. Даже если учитывать изречения, сконструированные искусственно или путём переделки (перефразирования) тех, которые бытовали со времён Снегирёва и Даля, то по своему смыслу и общей направленности они остались вполне созвучны прежним. В выборку добавлены четыре пословицы из словаря В. П. Жукова. Хотя теоретическое насыщение в плане искомых сюжетов оказалось достигнуто ещё на предыдущем этапе, эти дополнительные изречения позволили придать больший вес двум сюжетам (применение вещей по прямому назначению; потребление согласно доходу и статусу). Одно из этих изречений отсутствует в собрании Даля, а три остальных обнаружены в других разделах, ранее нами не охваченных.

В итоговую выборку вошла 291 пословица и поговорка. Процесс отбора источников изображён на рисунке 1.

Каждому изречению присвоен один код в зависимости от передаваемого им посыла, транслируемого убеждения, установки. Схожие установки объединены в 15 сюжетов, которые распределены по трём темам (см. раздел «Эмпирические результаты»)<sup>9</sup>. На основе проведённой работы сформулирована теоретическая концепция.

Существует опасность неверного толкования пословиц. Принято считать, что пословицы как часть народной мудрости, житейской правды самодостаточны и интуитивно понятны носителю культуры, а потому не требуют поиска дополнительного скрытого смысла: «Пословица “обязана” быть общепонятной, поскольку она полагается общеупотребительной» [Костюхин 1999: 476]. Это не вполне так, и даже глубокий исследователь и знаток фольклора В. И. Даль порой испытывал трудности в понимании и интерпретации пословицы. Необходима и осмотрительность, чтобы не выдать желаемое за действительное, не приписать лишнего и избежать «натяжки воображения», особенно в том, что относится к научному исследованию [Даль 1862: XI]. Увлечённому исследователю может показаться, что пословицы характеризуют действительно экономическое поведение людей, но это не так. Пословицы не говорят о том, как люди вели себя на самом деле, а лишь о том, как большинство сообщества *хотело бы, чтобы они себя вели*. В действительности же очень многие люди действовали (и продолжают это делать) прямо противоположным образом, а именно занимались показухой, жили не по средствам, брали в долг без надежды вернуть, пропивали необходимое имущество, вели себя оппортунистически в том, что касается своих денежных обязательств, и т. д.

<sup>8</sup> Например, показателями принадлежности к советской эпохе служат сюжеты из жизни рабочего класса, отсылки к героизму, единству и мощи народа, акцент на солидарности с курсом правящей партии, пренебрежение к религии, очернение священников, словосочетания «Родина-мать», «положение угнетённых».

<sup>9</sup> Пошаговое описание процесса анализа материала на примере темы «Заимствование средств, долги» приведено в приложении.



Источник: Составлено авторами.

**Рис. 1.** Формирование выборки ( $N$  — количество изречений)

В тех случаях, когда возникал риск, что изречение понято нами неправильно, оно помечалось дополнительным кодом для последующей перепроверки. Некоторые изречения обнаруживались одновременно и в других разделах Сборника, что помогало уточнить их смысл. В ходе работы, самопроверки и движения от материала к выводам и обратно изречения неоднократно переоценивались. Для перекрёстной проверки значений дополнительно использовались толковые словари.

## Эмпирические результаты

Ключевые элементы проанализированного нами народного дискурса сгруппированы по трём темам: жизнь по средствам и что ей мешает; заимствование средств; одалживание средств. В рамках каждой из этих тем выделены установки, которые образуют основной мотив изречений.

### 1. Жизнь по средствам ( $N = 84$ )<sup>10</sup>; что мешает жить по средствам ( $N = 79$ )

#### 1.1. Осмотрительность в тратах создаёт основу достатка и опору в трудные времена:

Не приходом люди богатеют, а расходом;  
 Не о том речь, что много в печь, а о том, куда из печи идет;  
 Семеро, да все на семена;  
 Нужда не мала нажать, а нужнее, чтобы наживши не погубить;  
 Чтоб было дворно, да не проторно (или: не исторно);  
 Бог даст денежку, а черт дырочку, и пойдет Божья денежка в чертову дырочку;  
 У него расход — Кирилова монастыря; а приход — репной пустыни;  
 То и прочно, что сбережено;  
 Лучше свое побережь, чем чужое прожить;  
 Бережь лучше (или: дороже) прибýtка;  
 Копейка к копейке — проживёт и семейка;  
 Домашняя копейка лучше отхожего (или: исхожего) рубля;  
 Береги (или: паси) денежку про чёрный день!

#### 1.2. Скромность и умеренность в потреблении и тратах одобряется, а излишества, нетерпеливость, жадность подвергаются насмешке или от них напрямую предостерегают:

<sup>10</sup> Здесь и далее в скобках — количество изречений.

Не всяко зелье горстью: иное щепотью;  
Добра соль, а переложешь, рот воротит;  
Хлеба с душу, денег с нужу, да платья с ношу;  
По одежке протягай и ножки;  
Ешь пироги, а хлеб вперед береги (то есть ешь так, чтоб на хлеб стало)!  
Чем живешь? Долгами. (А что ешь? Щи с пирогами);  
Ложка-то узка, таскает по три куска: надо ее развести, чтоб таскала по шести;  
Съесть не смогу, а покинуть жаль. Умру, так с собой возьму;  
Не столько сможется (надобится), сколько хочется;  
Не по наживе еда, видима беда;  
Лучше хлеб с водою, чем пирог с бедою.

1.3. Самоуважение и достоинство видится в опоре на своё, пусть неброское и недорогое, в том, чтобы жить по средствам, не заглядываться на то, что есть у соседа, не обесценивать своё:

На людей глядя жить (то есть не по недостатку), на себя плакаться;  
Кто малым не доволен, тот большого не достоин;  
Держи обиход по промыслу и добытку;  
Свое доброе теряет, а чужого желает;  
Того не берут, чего в руки не дают.

1.4. Высмеивается показуха и щегольство не по карману:

Дома — щи без круп; в людях — шапка в рубль;  
На брюхе шелк, а в брюхе-то щелк;  
Сапожки под скрыпом, а каша без масла;  
Пуст карман, да синь кафтан (щеголь);  
По моде, и мышь в комод;е;  
Полог браный, да весь драный. Хоть тряпичка, да тафтичка.

1.5. Объектом иронии служат неуместная манерность или напускной аристократизм, попытки копировать образ жизни обеспеченных слоёв ради иллюзорного ощущения принадлежности к ним. При этом характерные поведенческие привычки, невоспитанность и манеры остаются прежними:

И наша дура коты обула. И мы в Немцах (по платью);  
И толста, и пестра, а рыло свиное;  
Сорока в платье, ворона в платье, будет платье и на нашей братье;  
Ухо пронято, да руки не мыты (у холопа).

1.6. Функциональное назначение вещей важнее производимого ими впечатления:

Не та шинель, что пуговицами блестит, а та, что греет;  
Неказиста кляча, да бежь<sup>11</sup> хороша;  
Посконная рубаха не нагота, хлеб с половной не голодня;  
Кто новины (нового холста или хлеба) не видал, и ветоши рад;  
Сторожковая да колотковая (то есть шуба собачья, кошачья), а грееть не хуже собольей.

<sup>11</sup> Бег (устар.; диалектн.).

## 2. Заимствование средств, долги (N = 68)

2.1. Заимствование несовместимо с достоинством; оно не может быть предметом гордости:

В займы не брав, хоть гол — да прав;  
Заниматься (то есть брать в займы) — что побираться;  
Займы — та же кабала. Заниматься — самому продаться;  
Берешь, так чванься; а взял, так кланяйся!  
Не мудрено данство, мудрено бранство (то есть безсовестность).

2.2. Необходимость вернуть долг. Долг — это моральное обязательство, неотделимое от физического погашения суммы в срок. Расплата по долгам выступает императивом, требованием совести. Способ расплатиться с долгами — работа, вплоть до каторжного труда. Честному человеку необходимо успеть расплатиться с долгами при жизни, чтобы долги не перешли наследникам:

Красны займы отдачею (а наймы уплатою);  
Сколько ни занимать, а быть платить;  
Умей взять, умей и отдать!  
Не хитро взять, хитро отдать.  
Спать долго — жить с долгом;  
Нечем платить долгу — ступай на Волгу (прежде о разбое; ныне о бурлачестве)!  
Долг — первый наследник. Долг не ждет завещания.

2.3. Долг создаёт зависимость, в которую попадают должники и которая усиливается в случае невозможности расплатиться в срок. На заимствование толкает крайняя нужда. Подчёркивается, что отдавать долг трудно, долги могут обернуться ловушкой, кабалой, трясинной, затянуть в нищету, выбраться из которой нелегко:

Должища — что печища: сколько ни клади дров, все мало;  
Отца, мать кормить, да долги платить (трудно);  
Даром брать хорошо, а отдавать худо;  
Тот в нищие пошел, на ком долг тяжел;  
От долгов и в подполье уходят;  
От долгов — хоть в воду (хоть удавиться, хоть петлю на шею);  
Не платить долгов, так и дверь с пяты полетит;  
Займы, что путина: знаешь, когда поехал, не знаешь, когда приехал;  
Нужда — мизгирь (паук), а заемщик, что муха.

2.4. Заимствование несовместимо с выгодой, не является источником заработка, роста, продуктивных вложений, а противоположно им. Заёмщик всегда переплачивает и потому остаётся внакладе:

Чужие денежки ночью хлеб едят. Чужие денежки зубасты;  
Займом богат не будешь. Долг не расжива;  
Заемщик на коне ездит, плательщик — на свинье;  
Возьмешь лычко, а отдашь ремешок;  
Больше сроку, больше и росту (при займе);  
На рубль долгу — три полтины росту;  
Долги — что тля (моль) в меху. Съедают долги и богатого.



2.5. Наличие долга — моральный гнёт, несовместимый с радостью, весельем, спокойствием; физические, материальные лишения пережить можно, а долг может разрушить жизнь:

Вошь, что заемный грош, спать не дает;  
Долг не ревет, а спать не дает;  
Долг стоит у порога;  
Рад будешь, как долг избудешь;  
Голод мутит, а долг крушит.

### 3. Одалживание (предоставление средств займы) (N = 60)

Отрицательные установки по отношению к практике одалживания (предоставления займа). Интересно, что неодобрение одалживания относится как к заёмщику, так и к займодавцу: в структуре раздела «Займы» Сборника [Даль 1862: 583–587] 41% изречений содержат негативные коннотации, адресованные заёмщикам, а 37% касаются предостережений кредиторам:

3.1. Давая в долг, надо быть готовым к тому, что его могут не вернуть:

Старый долг собрать, что клад найти;  
На том свете угольем отдам (долг);  
Дай займы, да назад не проси!  
Займы без отдачи;  
Дай денег займы, так и поклонись им!  
Заклад носи до заплат (не надейся на выкуп);  
Пиши долг на заборе: забор упадет, и долг пропадет;  
Взял на час, да и в добрый час;  
Долги помнит не тот, кто берет, а кто дает.

3.2. Возвращать одолженное трудоёмко и накладно:

Бери долг — чем дают, а не чем хочется!  
Займует — ходит, а платит — так кругом обходит;  
На заем память, на отдачу другая;  
Пиши долг на двери, а получать будешь в Твери;  
Пиши на дверь, получай с притолоки.

3.3. Долг портит отношения:

Дать другу в долг, а у недруга самому взять;  
Друга не теряй, денег не давай (то есть ему)!  
В долг давать — дружбу терять;  
Коли надоел человек, так дай ему в займы!  
Нессуда — остуда; а ссуда — вечная ссора;  
Если хочешь врага нажить, так дай в долг денег!  
Займует, так сватушка сват; а занял, так и черт не брат.

3.4. Заёмщик и займодавец меняются местами, займодавец оказывается в унижительном положении, вынужден напоминать о возврате долга и искать способ вернуть одолженное:

Поклоны за поклоны отдавай: кланялись тебе занимаючи, накланяешься собираючи;  
 Берет — так кланяется, а возьмет — так чванится;  
 Долги собирать — что по миру идти: бери, что дают, да кланяйся!  
 Долги и соломой (и мякиной) собирают;  
 Отдай руками, а не выходишь и ногами;  
 Должен, не спору; отдам не скоро; когда захочу, тогда и заплачу;  
 Взавши, других поучишь; отдавши, сам в науку пойдешь.

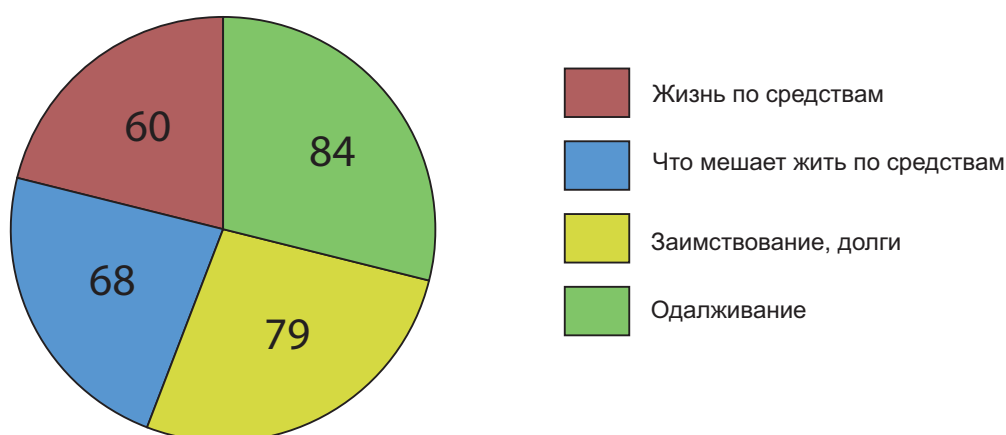
3.5. Давать в долг неосторожно, неосмотрительно, неумно:

Плут, кто берет; а глуп, кто дает;  
 Не тужи, кто берет; тужи, кто в займы дает;  
 В займы брать — других учить; в займы давать — себя казнить.

3.6. Ростовщичество — не просто небогоудное занятие, а смертный грех:

Ростовщики на том свете калёные пятаки голыми руками считают.

На рисунке 2 видно, что найденные нами сюжеты распределены по темам достаточно равномерно.



Источник: Составлено авторами.

Рис. 2. Количественное распределение сюжетов по темам,  $N = 291$

### Обсуждение эмпирических результатов

Изученный материал показывает, что для исконно русских пословиц и поговорок было характерно неприятие жизни в долг. Существование такого значительного количества пословиц и поговорок о заимствованиях и показных тратах подтверждает: эти социальные явления были широко распространены, хотя и встречали противодействие на уровне народного сознания («В займы не брав, хоть гол — да прав»).

Сюжеты, описывающие жизнь в займы, не просто осуждают, а прямо предостерегают от заимствования. Изречений, которые поддерживали бы культуру заимствований, среди почти 30 тысяч пословиц и поговорок не встречается. Это подтверждает мнение об исторически укоренённом осуждении долга в любом его проявлении [Карачина 2015]. Транслируется понимание долга как социального отношения,

не одобряемого, даже предосудительного и характеризуемого двусторонней зависимостью<sup>12</sup>. Ярко выражено осуждение как нравственной (моральной, этической), так и «чисто экономической» стороны долговых отношений, причём одно неотделимо от другого, что соотносится с антропологическими работами о долге [Reebles 2010]. Причисляются долговая зависимость, бездумные траты, нажива за счёт бедняков или временно попавших в беду. Вместе с тем есть и признание необходимости возвращать долг, причём любой ценой («*Нечем платить долгу — ступай на Волгу*»), что противоречит расхожим стереотипам о традиционно низкой «финансовой культуре». Служат объектом социальной иронии и насмешки потребительство и показное расточительство, которые нередко становились причиной плачевного финансового положения. Предоставление в долг знакомым воспринимается, скорее, сочувственно, ростовщичество же порицается как греховное занятие.

Поскольку в православии долгое время были запрещены проценты как таковые и порицалось ростовщичество, а также непощение долгов, то можно было ожидать, что и воплощённый в пословицах дискурс будет содержать те же послылы. По отношению к даче денег в долг под проценты или на кабальных для заёмщика условиях эта гипотеза нашла подтверждение. Вместе с тем в проанализированном материале нам встретилось лишь одно изречение, напрямую отсылающее к религиозному сюжету (см. пункт 3.6 раздела «Эмпирические результаты»). Все остальные пословицы апеллируют к привычному быту, морали, долгу и чести, к экономическому расчёту — к чему угодно, но не к мотивам, связанным с набожностью самой по себе. Отсутствует и мотив всепрощения или метафизического страха наказания. Описанные нами сюжеты «земные» и достаточно разумные. Кроме того, в пословицах осуждается не только займодавство, но и принятие на себя долгов; на этот счёт в религиозном мировоззрении нет чёткой оценочной позиции.

В пословицах воплощена прежде всего традиционная экономическая культура аграрного общества, а аграрной экономике свойственна цикличность, причём в зоне рискованного земледелия вероятность неблагоприятных результатов хозяйствования и резких колебаний урожая выше. В условиях мальтузианского типа роста благосостояние семьи сильно зависело и от других обстоятельств — например, от изменения состава из-за рождений либо смертей. Рост благосостояния с течением времени вовсе не был данностью, и долг становился ещё одним фактором неопределённости, а процент по нему уже не просто отражал межвременное предпочтение: он мог стать прямым вычетом из будущего потребления<sup>13</sup>.

Дискуссионным остаётся вопрос о соотношении сюжетов, касающихся жизни не по средствам, потребительства и расточительства в восприятии разных сословий. Достоверно разграничить элементы содержащегося в пословицах и поговорках дискурса по сословной принадлежности (крестьяне, купечество, дворянство) не представляется возможным. Проигнорировал эту тему и сам В. И. Даль. Нельзя однозначно определить, что проанализированный материал описывает исключительно крестьянскую культуру. Найденные нами изречения вполне могли относиться и к торговцам, купцам, мещанам, служивому люду. Судя по художественной литературе, вводить в свою речь пословицы и поговорки было свойственно людям самых разных сословий. Мы не видим причин, почему ими не могли бы пользоваться, например, в купеческих семьях, особенно старообрядческих, известных своей особой консервативной этикой [Расков 2012]. Что же касается представлений о допустимости жизни в долг у далёкой от народа части дворянской элиты, то вопрос требует отдельного исследования.

Антропологические работы могут помочь в дальнейшем осмыслении полученных нами результатов. Социальная идентичность основывается на особенностях связей между людьми [Strathern 1992: 180],

<sup>12</sup> Хотели бы ещё раз напомнить, что в статье речь идёт исключительно о займах на личное потребление; вопросы предпринимательства не затрагиваются вообще.

<sup>13</sup> Авторы благодарят Д. В. Диденко, подсказавшего такую интерпретацию эмпирических результатов.

а отношения, возникающие в ходе дарообмена, отождествляются с ключевым принципом социальных взаимодействий [Мосс 2011] и распространяются антропологами на устройство современной кредитной экономики. Предметом предстоящей исследовательской работы могут стать и межстрановые, межкультурные сравнения<sup>14</sup>. Однако в данном тексте мы в первую очередь сосредоточились на тех ценностных характеристиках, которые присущи (или были присущи в прошлом) российскому обществу.

Проведённый анализ помогает объяснить неприятие долга, понимаемого как социальное отношение, поскольку обретает почву лейтмотив долговой зависимости, один из ключевых для темы жизни взаимности. Наше объяснение состоит в следующем: то, что ведёт к зависимости, разрушительно, оттого и предпочтение отдаётся сбережению и накоплению. Возможно и дополнительное толкование<sup>15</sup>: в русских пословицах, предостерегающих от взятия в долг, акцент делается не на том, что можно было бы сделать на заёмные средства, а на последствиях и трудности вернуть долг с процентами. С одной стороны, если средства берутся на текущее потребление, то это логично. С другой стороны, достаточно велика неуверенность в завтрашнем дне, о чём уже сказано выше. Наконец, фиксация на неблагоприятных последствиях вместо краткосрочных выгод может свидетельствовать о попытке заглянуть в будущее, что несколько контрастирует с известным клише о склонности русского человека жить сиюминутными интересами и потребностями — «здесь и сейчас», об имманентном фатализме.

В проанализированном материале отдельно подчёркивается, что практика сбережения и накопления куда лучше в сравнении с зависимым положением, которое означает долговое обязательство. Ту же задачу предостережения от попадания в зависимое положение выполняют отрицательные установки по отношению к потребительству, бездумному транжирству, расточительству, показным тратам.

Мы не нашли в пословицах проявлений патернализма, упования на чью-то помощь извне для разрешения ситуаций с проблемным долгом, ссылок на известный в России институт круговой поруки. Напротив, пословицы призывают полагаться в этом деле на себя, и только на себя, как бы тяжело ни было. Это ставит под сомнение привычный тезис о якобы врождённой зависимости русских от «патера» или патрона, о привычке к несамостоятельности и безалаберности в принятии решений, стремлении перекладывать ответственность на коллектив или общину в случае финансовых трудностей.

Интересно, что касательно ряда практик пословицы и поговорки, представленные в Сборнике, передают противоречивое отношение, на что указывает и сам В. И. Даль [Даль 1862: XXXVII–XXXVIII]. На примере того же явления воровства, которое было очень распространено, ситуация двойственная: есть изречения, однозначно порицающие, а есть и оправдывающие или, во всяком случае, формирующие снисходительное отношение, вплоть до прощения, ведь простых людей на воровство толкала крайняя нужда [Коробков 2019]. Относительно же практики заимствования и одалживания двойственности нет. Отсутствует указание на расчёт, что погасит долг за тебя кто-то другой и что наличие долга не так уж и страшно — даже учитывая христианский принцип всепрощения.

Обнаруженные нами в пословицах установки можно сгруппировать и так:

- А. Установки относительно добродетельных качеств или нравственных законов, создающих опору, то есть поддерживающих баланс между приходом, расходуемым на потребление, и тем, что послужит основой будущего достатка, устойчивости.
- В. Установки относительно порицаемых, высмеиваемых качеств, то есть крайностей, расшатывающих опору.

<sup>14</sup> Одну из подобных работ — [Карачина 2015] — мы уже упомянули.

<sup>15</sup> Эту гипотезу высказала Т. О. Пролович.

Из проанализированного материала логически вытекает такая концепция: основу прочного достатка с точки зрения традиционных ценностей образует подчёркнутая умеренность в потреблении и тратах, трезвый грамотный расчёт, контроль потребностей, умение полагаться на своё, а не на чужое. Данные качества одновременно упрочивают опору на себя и являются её следствием. Эта теоретическая концепция объясняет, почему в русских пословицах и поговорках заимствование не одобряется — потому, что оно расшатывает опору. Поскольку пошатнувшаяся устойчивость ослабляет возможность должника расплатиться, риск невозврата ослабляет и положение займодавца, не говоря уже о нравственной составляющей. Наши выводы вполне соотносятся с теми, что представлены в статье А. В. Горшкова [Горшков 2011], только к русской народной экономической культуре, помимо характеристик предпринимательства, теперь добавляется культура расходования, потребления. Как и в указанной статье, двумя основополагающими принципами для опоры на свои средства оказывается *самоограничение* и *самообеспечение*. Мы представляем это в виде таблицы, систематизировав традиционные ценностные установки относительно качеств, способствующих финансовой устойчивости и, напротив, нарушающих её (см. табл. 1).

Таблица 1

**Группировка обнаруженных в русских пословицах и поговорках качеств, создающих и расшатывающих опору на свои средства**

Добродетельные качества: укрепление опоры (устойчивость)	Порицаемые качества: расшатывание опоры
<b><u>Самоограничение:</u></b>	<b><u>Выход из границ в плане желаний, потребностей, трат:</u></b>
жизнь по средствам, потребление по статусу;  трезвое расходование, предотвращение бездумных трат, избегание излишеств;  грамотный учёт; умеренная бережливость; использование вещей по прямому назначению	оглядка на других, желания и потребление не по средствам, не по статусу, в том числе в долг;  транжирство, мотовство, расход не по приходу, траты и потребление сверх необходимого, бесконтрольные потребности;  пренебрежение к учёту; скардность, излишняя скупость; ориентация на показной лоск, «блеск»
<b><u>Самообеспечение:</u></b>	<b><u>Зависимость от внешних источников:</u></b>
добросовестный труд;  умение заработать, создать достаток;  уважение своего имущества; создание запаса, в том числе «на чёрный день»	расчёт на лёгкие деньги;  проедание доставшегося по наследству или заработанного, нажитого;  посягательство на чужое; пренебрежение запасливостью

Источник: авторский анализ на основе указанных в тексте материалов.

Принципы сознательного самоограничения, опоры на собственные силы, избегания зависимости в любой сфере, включая финансовую, постепенно получают признание как предпосылки устойчивого развития (*sustainable development*). Например, Цель устойчивого развития номер 12 в программном документе Организации Объединённых Наций определяется в контексте обеспечения перехода к рациональным моделям потребления и производства<sup>16</sup>. Постепенно приобретает значимость изучение и развитие практик этичного потребления, добровольной личной моральной ответственности за способы удовлетворения потребностей [Шабанова 2023].

Дальнейшие исследования в этом направлении могут обнаружить необходимость смены знака оценки ценностных установок, характеризующих русскую экономическую культуру, а затем и противодействия нарративам, стимулирующим безудержное потребительство и жизнь в долг.

<sup>16</sup> См.: URL: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/ru/sustainable-consumption-production/>



## Заключение

Нас интересовало отношение жителей России, бытовавшее, по меньшей мере, вплоть до середины XIX века, к долгам и жизни не по средствам как важному аспекту экономического поведения. Для этого мы изучили 291 русскую пословицу и поговорку, почерпнутую преимущественно в сборнике В. И. Даля 1862 г. Для проверки устойчивости результата дополнительно проанализированы также источники, изданные в советский период. Обнаруженные элементы дискурса были нами сгруппированы по трём темам: житьё по средствам и что ему препятствует; заимствование и долги; предоставление средств в займы.

Существование такого значительного количества пословиц и поговорок говорит о том, что показные траты и житьё не по средствам были широко распространены уже в то время и встречались даже среди небогатых людей. Однако для народного дискурса было характерно осуждение жизни в долг, бездумных трат и потребления сверх необходимого, которые становятся причиной долговой зависимости и плачевного финансового положения. Основные мотивы здесь — безуспешность попыток копирования простыми людьми образа жизни обеспеченных слоёв; ирония над показухой и щегольством при недостатке собственных средств; достоинство в житье согласно своему статусу; насмешка над излишествами в потреблении и тратах. Нам не попало ни одного изречения, которое одобряло бы институцию жизни в займы, тем более для удовлетворения своих желаний сверх необходимого. Напротив, пословицы учат, что брать в займы — крайняя, вынужденная мера, которой лучше избегать; брать в долг на излишество предосудительно; долги затягивают и оборачиваются моральным гнѐтом и кабалой. Одним из элементов новизны стало для нас однозначное неодобрение *принятия* на себя долгов, а не только осуждаемое традиционной религией заимодавство на несправедливых условиях и взимание процентов.

Анализируемый нами дискурс вполне обычен для традиционного общества, причѐм преимущественно аграрного и весьма архаичного. Подтвердились наши изначальные сомнения в корректности некоторых расхожих стереотипов относительно русских традиционных ценностей и культуры. Осталось непонятно, почему традиционные ценности кажутся кому-то «непродуктивными», а экономическая культура — низкой. В пословицах и поговорках не нашлось подтверждения гипотезы об априорной ориентации на оппортунизм в вопросах возврата долга. Ценностные установки, которые нам удалось идентифицировать, вполне здравые, продуктивные и ответственные в том, что касается защиты собственного положения и предотвращения финансовой зависимости. Русскому народу хватало векового опыта неэкономического принуждения и прочих форм эксплуатации, чтобы радостно воспринять ещё и долговую зависимость от кредиторов.

Последние три десятилетия, однако, в нашем обществе звучал дискурс заимодавцев (говоря современным языком, поставщиков финансовых услуг), транслируемый в том числе и принявшими их идеологию академическими специалистами. У них вызывала разочарование и раздражение «отсталость» населения, мешавшая опутать его (население) кредитными отношениями и потом жить за его счёт, присваивая процентный доход. Отсюда тезис о необходимости «модернизации» ценностей, которая выразилась, в частности, во внедрении представлений о «нормальности» и моральной нейтральности долговых отношений. За последние годы стало чуть понятнее, кто на самом деле выиграл от опривычивания долговых отношений и чьему именно «процветанию» могли препятствовать глубоко укоренѐнное нежелание попасть в долговую ловушку и попытка стоять на своих ногах, пусть даже ценой ограничения и так низкого текущего потребления, как учат пословицы.

Мы выделили в народном дискурсе две ценностные сверхустановки, а именно самоограничение и самообеспечение (опора на собственные силы) в денежном плане. С начала 1990-х гг. эти принципы

были целенаправленно скомпрометированы и выдавлены из дискурса — и народного, и экспертного, и официального — в интересах развития в России финансовой экономики. Впрочем, принципы самоограничения и самообеспечения не только не устарели, но и оказались удивительно созвучными по смыслу возникшим недавно идеям устойчивого развития. Мы не высказываем каких-либо нормативных суждений об актуальности и применимости тех или иных элементов русской традиционной этики для возможной корректировки инерционного сценария развития капитализма в России. Сегодня мало кто напрямую руководствуется в своём «рыночном поведении» старинными пословицами, а молодёжь, возможно, даже никогда и не слышала о них. Вместе с тем любые рассуждения о традиционных ценностях русских людей, их социокультурных «кодах», а уж тем более о «модернизации» этих ценностей или изменении кодов требуют прежде всего адекватного непредвзятого понимания, в чём именно они (ценности и коды) заключались.

Приложение



Рис. П.1. Выявление установок и их группировка (на примере темы займствования средств, долгов)

## Литература

- Аникин В. П. 1957. *Русские народные пословицы, поговорки, загадки и детский фольклор*. М.: Государственное учебно-педагогическое издательство Министерства просвещения РСФСР.
- Аузан А. А. 2013. Социокультурные коды в экономическом анализе. *Журнал Новой экономической ассоциации*. 1: 173–176.
- Бергер П., Лукман Т. 1995. *Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания*. М.: Медиум.
- Веблен Т. 2022. Экономическая теория дамского платья. *Экономическая социология*. 23 (5): 37–44.
- Верников А. В., Курышева А. А. 2021. Показное потребление в долг: на примере легковых автомобилей. *Экономическая социология*. 22 (5): 11–38. doi: [10.17323/1726-3247-2021-5-11-39](https://doi.org/10.17323/1726-3247-2021-5-11-39)
- Верников А. В., Курышева А. А. 2022. Жизнь займы: институциональные аспекты и их измерение. *Вопросы экономики*. 10: 138–156. doi: [10.32609/0042-8736-2022-10-138-156](https://doi.org/10.32609/0042-8736-2022-10-138-156)
- Горшков А. В. 2011. Русские пословицы и поговорки как выражение национальной экономической культуры. *Вестник Челябинского государственного университета*. 36: 28–30.
- Даль В. И. 1862. *Пословицы русского народа. Сборник пословиц, поговорок, речений, присловий, чистоговорок, прибауток, загадок, поверий и проч.* М.: Императорское общество истории и древностей российских при Московском университете.
- Ефимов В. М. 2016. *Экономическая наука под вопросом: иная методология, история и исследовательские практики*. М.: Курс; ИНФРА-М.
- Жигулёв А. М. 1958. *Русские народные пословицы и поговорки*. М.: Московский рабочий.
- Жуков В. П. 1991. *Словарь русских пословиц и поговорок*. М.: Русский язык.
- Зелизер В. 2004. *Социальное значение денег*. М.: Изд. дом ВШЭ.
- Карачина О. Е. 2015. Долг в русских и английских поговорках. *Национальная ассоциация учёных*. 6.3: 67–70.
- Коробков Ю. Д. 2019. Отношение уральских рабочих к воровству и обману в пореформенное время (на примере пословиц и поговорок). *Вестник ЮУрГУ. Серия: Социально-гуманитарные науки*. 19 (2): 14–19.
- Костюхин Е. А. 1999. Иван Снегирёв — человек, учёный, издатель пословиц. В кн.: Снегирёв И. М. *Русские народные пословицы и притчи*. М.: Индрик; 443–477.
- Кунин А. В. 1968. Фразеология и количественный подход к изучению фразеологических единиц. В сб.: Архангельский В. Л. (отв. ред.) *Проблемы устойчивости и вариантности фразеологических единиц*. Материалы межвузовского симпозиума. Тула: Тульский государственный педагогический институт им. Л. Н. Толстого; 36–41.

- Майминас Е. З. 2016. Социально-экономический генотип общества (1989). *Вестник Московского университета. Серия 6: Экономика*. 4: 186–204.
- Махрова М. В., Кузнецов В. П. 2006. Налоги в русских пословицах и поговорках. *Вестник Оренбургского государственного университета*. 11: 88–92.
- Местникова А. Б. 2005. Этнокультурные аспекты предпринимательства и занятости населения в Республике Саха (Якутия). *Экономическая социология*. 6 (3): 47–69. URL: <https://ecsoc.hse.ru/2005-6-3/26592608.html>
- Моисеева И. Ю., Чудина Е. В. 2004. Прагматические функции пословиц и поговорок. *Вестник Оренбургского государственного университета*. 11: 170–172.
- Мосс М. 2011. Опыт о даре. Форма и основание обмена в архаических обществах. В кн.: Мосс М. *Общества. Обмен. Личность. Труды по социальной антропологии*. М.: КДУ; 134–285.
- Потапова Н. А. 2016. Анализ понятий «пословица» и «поговорка» в современной лингвистике. *Мир науки, культуры, образования*. 6: 358–361.
- Расков Д. Е. 2012. *Экономические институты старообрядчества*. СПб.: Изд-во С.-Петербург. ун-та.
- Рыбникова М. А. 1961. *Русские пословицы и поговорки*. М.: Академия наук СССР.
- Скрадоль Н. 2011. «Жить стало веселее»: сталинская частушка и производство «идеального советского субъекта». *Новое литературное обозрение*. 2: 160–183.
- Снегирёв И. М. 1999. *Русские народные пословицы и притчи*. М.: Индрик.
- Соболев А. И. 1983. *Русские пословицы и поговорки*. М.: Советская Россия.
- Тлехатук С. Р. 2017. Особенности представления материально-экономических культурных стереотипов социума во фразеологической картине мира. *Филологические науки. Вопросы теории и практики*. 8.2: 157–159.
- Шабанова М. А. 2023. Этичное потребление как сфера гражданского общества в России: факторы и потенциал развития рыночных практик. *Экономическая социология*. 24 (1): 13–54. doi: [10.17323/1726-3247-2023-1-13-54](https://doi.org/10.17323/1726-3247-2023-1-13-54)
- Ясин Е. Г. 2003. *Модернизация экономики и система ценностей*. М.: Изд. дом ВШЭ.
- Baudrillard J. 1996. *The System of Objects*. London; New York: Verso.
- Guest G., Namey E., Mitchell M. 2013. *Collecting Qualitative Data: A Field Manual for Applied Research*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, Inc.
- Lea S., Webley P., Levine M. 1993. The Economic Psychology of Consumer Debt. *Journal of Economic Psychology*. 14 (1): 85–119.
- Peebles G. 2010. The Anthropology of Credit and Debt. *Annual Review of Anthropology*. 39: 225–240.



- Schmitt B., Brakus J., Biraglia A. 2022. Consumption Ideology. *Journal of Consumer Research*. 49 (1): 74–95.
- Schütz A. 1962. *The Problem of Social Reality: Collected Papers I*. The Hague: Martinus Nijhoff.
- Strathern M. 1992. Qualified Value: The Perspective of Gift Exchange. In: Humphrey C., Hugh-Jones S. (eds) *Barter, Exchange and Value: An Anthropological Approach*. Cambridge: Cambridge University Press; 169–191.
- Wrenn M. 2022. Myth Busting. Institutional Economics and Mythopoetics. In: Whalen Ch. (ed.) *Institutional Economics. Perspectives and Methods in Pursuit of a Better World*. Abingdon, UK: Routledge; 225–246.

Andrei Vernikov, Anna Kurysheva

# Living Beyond Means as Reflected in Old Russian Proverbs

**VERNIKOV, Andrei**—DSc (Econ.), Senior Research Fellow, Institute of Economics RAS. Address: 32 Nakhimovsky prospect, 117218, Moscow, Russian Federation.

**Email:** [vernikov@inecon.ru](mailto:vernikov@inecon.ru)

**KURYSHEVA, Anna**—CSc (Econ.), Senior Researcher, Southern Federal University. Address: 105/42 Bolshaya Sadovaya str., 344006, Rostov-na-Donu, Russian Federation.

**Email:** [vesta11@list.ru](mailto:vesta11@list.ru)

## Abstract

This paper has its focus on the popular discourse of Russian people regarding living on credit and consumer debt. Proverbs and sayings serve as empirical material containing the institutions that shape economic culture of a certain historical period. We studied the relevant sections of the collection “Proverbs of the Russian People” published by Vladimir Ivanovich Dahl in 1862. The identified elements of discourse are combined into three groups: (1) living within one’s means and what impedes it; (2) borrowing by households; and (3) private lending. The main empirical result is that popular discourse, which prevailed until mid-19<sup>th</sup> century at least, was blatantly critical of debt bond and the phenomena that led to it by undermining the financial viability of a household. These are, primarily, overconsumption, consumerism, and excessive impulsive spending. Some of the value commandments encourage financial prudence and self-reliance based on self-restraint in consumption and spending. Other value commandments attack the properties which erode the foundation for self-reliance and financial prudence. The principles of self-restraint and self-reliance resonate with the contemporary ideas of sustainable development. We argue that further research in the direction that we earmark might change the sign of

the existing judgments regarding Russian traditional economic culture, which seems to be a topical and relevant matter nowadays.

**Keywords:** economic culture; sociology of consumption; core values; discourse analysis; debt; institution.

## Acknowledgements

We would like to express our thanks to Dmitry Didenko, Maria Konyagina, Ivan Pavlyutkin, Tatiana Provolovich, Igor Pyzhev, Vladislav Rutskiy, Marina Ryzhkova and Elena Sevastyanova, anonymous reviewer, the participants of seminars held by Siberian Federal University and Southern Federal University, and conference held by HSE.

## References

- Anikin V. (1957) *Russkiye narodnyye poslovitsy, pogovorki, zagadki i detskiy pholklor* [Russian Folk Proverbs, Sayings, Riddles and Children’s Folklore], Moscow: State Educational and Pedagogical Publishing House of the Ministry of Education of the RSFSR (in Russian).
- Auzan A. (2013) Sotsiokulturnyye kody v ekonomicheskom analize [Sociocultural Codes in Economic Analysis]. *Journal of the New Economic Association = Zhurnal Novoi ekonomicheskoi assotsiatsii*, no 1, pp. 173–176 (in Russian).
- Baudrillard J. (1996) *The System of Objects*, London; New York: Verso.

- Berger P., Luckman T. (1995) *Sotsialnoe konstruirovaniye realnosti* [The Social Construction of Reality], Moscow: Medium Publisher (in Russian).
- Dal' V. (1862) *Poslovitsy russkogo naroda. Sbornik poslovits, pogovorok, recheniy, prisloviy, chistogovorok, pribautok, zagadok, poveriy i prochee* [Proverbs of the Russian People. Collection of Proverbs, Sayings, Adages, Tongue-Twisters, Jokes, Riddles, Beliefs, etc.], Moscow: Imperial Society of Russian History and Antiquities at Moscow University (in Russian).
- Gorshkov A. (2011) Russkiye poslovitsy i pogovorki kak vyrazheniye natsionalnoy ekonomicheskoy kultury [Russian Proverbs and Sayings as an Expression of National Economic Culture]. *Bulletin of the Chelyabinsk State University = Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta*, no 36, pp. 28–30 (in Russian).
- Guest G., Namey E., Mitchell M. (2013) *Collecting Qualitative Data: A Field Manual for Applied Research*, Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, Inc.
- Karachina O. (2015) Dolg v russkikh i angliyskikh paremiyakh [Debt in Russian and English Proverbs]. *National Association of Scientists = Natsionalnaya assotsiatsiya uchenykh*, no 6.3, pp. 67–70 (in Russian).
- Korobkov Yu. (2019) Otnosheniye uralskikh rabochikh k vorovstvu i obmanu v porephormennoe vremya (na primere poslovits i pogovorok) [The Attitude of the Ural Workers to Theft and Deceit in the Post-Reform Period (On the Example of Proverbs and Sayings)]. *Bulletin of South Ural State University. Series: Social Sciences and Humanities = Vestnik YuUrGU. Seriya: Sotsialno-gumanitarnye nauki*, vol. 19, no 2, pp. 14–19 (in Russian).
- Kostyukhin E. (1999) Ivan Snegirev—chelovek, uchenyy, izdatel poslovits [Ivan Snegirev as a Person, Scientist, Publisher of Proverbs]. *Russkiye narodnyye poslovitsy i pritchi* [Russian Folk Proverbs and Parables] (I. Snegirev), Moscow: Indrik Publisher, pp. 443–477 (in Russian).
- Kunin A. (1968) Phrazeologiya i kolichestvennyy podkhod k izucheniyu phrazeologicheskikh edinit [Phraseology and Quantitative Approach to the Study of Phraseological Units]. *Problems of Stability and Variability of Phraseological Units* (ed. V. Arkhangelskiy). Materials of the Interuniversity Symposium, Tula: Tula State Pedagogical Institute named after Lev Tolstoy Publisher, pp. 36–41 (in Russian).
- Lea S., Webley P., Levine M. (1993) The Economic Psychology of Consumer Debt. *Journal of Economic Psychology*, vol. 14, no 1, pp. 85–119.
- Maiminas E. (2016) Sotsialno-ekonomicheskiy genotip obshchestva (1989) [Socio-Economic Genotype of Society (1989)]. *Bulletin of Moscow University. Series 6. Economics = Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 6: Ekonomika*, no 4, pp. 186–204 (in Russian).
- Makhrova M., Kuznetsov V. (2006) Nalogi v russkikh poslovitsakh i pogovorkakh [Taxes in Russian Proverbs and Sayings]. *Bulletin of the Orenburg State University = Vestnik Orendurgskogo gosudarstvennogo universiteta*, no 11, pp. 88–92 (in Russian).
- Mauss M. (2011) Opyt o dare. Forma i osnovaniye v arkhaiskikh obshchestvakh [The Gift. Forms and Functions of Exchange in Archaic Societies] *Obshchestva. Obmen. Lichnost'. Trudy po sotsial'noy antropologii* [Society. Exchange. Personality. Papers on Social Anthropology] (M. Mauss), Moscow: Knizhnyi Dom Universitet Publisher, pp. 134–285 (in Russian).

- Mestnikova A. (2005) Etnokulturnyye aspekty predprinimatelstva i zanyatosti naseleniya v Respublike Sakha (Yakutiya) [Ethnocultural Aspects of Entrepreneurship and Employment in the Republic of Sakha (Yakutiya)]. *Journal of Economic Sociology = Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 6, no 3, pp. 47–69. Available at: <https://ecsoc.hse.ru/2005-6-3/26592608.html> (accessed 19 November 2022) (in Russian).
- Moiseeva I., Chudina E. (2004) Pragmaticheskiye phunktsii poslovits i pogovorok [Pragmatic Role of Proverbs and Sayings]. *Bulletin of the Orenburg State University = Vestnik Orenburgskogo gosudarstvennogo universiteta*, no 11, pp. 170–172 (in Russian).
- Peebles G. (2010) The Anthropology of Credit and Debt. *Annual Review of Anthropology*, vol. 39, pp. 225–240.
- Potapova N. (2016) Analiz ponyatiy “poslovitsa” i “pogovorka” v sovremennoy lingvistike [Analysis of the Concepts of “Proverb” and “Saying” in Modern Linguistics]. *The World of Science, Culture, Education = Mir nauki, kultury, obrazovaniya*, no 6, pp. 358–361 (in Russian).
- Raskov D. (2012) *Ekonomicheskiye instituty staroobryadchestva* [The Economic Institutions of the Old Believers], St. Petersburg: Publishing House of St. Petersburg University (in Russian).
- Rybnikova M. (1961) *Russkiye poslovitsy i pogovorki* [Russian Proverbs and Sayings], Moscow: Academy of Sciences of the Soviet Union (in Russian).
- Schmitt B., Brakus J., Biraglia A. (2022) Consumption Ideology. *Journal of Consumer Research*, vol. 49, no 1, pp. 74–95.
- Schütz A. (1962) *The Problem of Social Reality: Collected Papers I*, The Hague: Martinus Nijhoff.
- Shabanova M. (2023) Etichnoe potreblenie kak sfera grazhdanskogo obshchestva v Rossii: phaktory i potentsial razvitiya rynochnykh praktik [Ethical Consumption as a Sphere of Russian Civil Society: Factors and the Development Potential of Market Practices]. *Journal of Economic Sociology = Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 24, no 1, pp. 13–54. doi: 10.17323/1726-3247-2023-1-13-54 (in Russian)
- Skradol’ N. (2011) “Zhit stalo veseleye” stalinskaya chastushka i proizvodstvo “idealnogo sovetskogo subiekta” [“Life has Become More Fun”: Stalin’s Ditty and the Production of the “Ideal Soviet Person”]. *New Literary Review = Novoe literaturnoe obozrenie*, no 2, pp. 160–183 (in Russian).
- Snegirev I. (1999) *Russkiye narodnyye poslovitsy i pritchi* [Russian Folk Proverbs and Parables], Moscow: Indrik Publisher (in Russian).
- Sobolev A. (1983) *Russkiye poslovitsy i pogovorki* [Russian Proverbs and Sayings], Moscow: Sovetskaya Rossiya Publisher (in Russian).
- Strathern M. (1992) Qualified Value: The Perspective of Gift Exchange. *Barter, Exchange and Value: An Anthropological Approach* (eds. C. Humphrey, S. Hugh-Jones), Cambridge: Cambridge University Press, pp. 169–191.
- Tlekhatuk S. (2017) Osobennosti predstavleniya materialno-ekonomicheskikh kulturnykh stereotipov sotsiuma vo frazeologicheskoi kartine mira [Specificity of Representing Economical and Cultural Social Stereotypes in the Phraseological Worldview]. *Philology. Theory & Practice*, no 8.2, pp. 157–159 (in Russian).

- Veblen T. (2022) Ekonomicheskaya teoriya damского plat'ya [The Economic Theory of Woman's Dress]. *Journal of Economic Sociology = Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 23, no 5, pp. 37–44. doi: [10.17323/1726-3247-2022-5-37-44](https://doi.org/10.17323/1726-3247-2022-5-37-44) (in Russian).
- Vernikov A., Kuryшева A. (2021) Pokaznoe potreblenie v dolg. Na primere legkovykh avtomobiley [Precedence and Conspicuousness in Car Consumption]. *Journal of Economic Sociology = Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 22, no 5, pp. 11–39 (in Russian). doi: [10.17323/1726-3247-2021-5-11-39](https://doi.org/10.17323/1726-3247-2021-5-11-39)
- Vernikov A., Kuryшева A. (2022) Zhizn vzaimy: institutsionalnye aspekty i ikh izmereniye [Household Debt: An Institutionalist Perspective and Empirical Assessment]. *Voprosy Ekonomiki*, no 10, pp. 138–156 (in Russian). doi: [10.32609/0042-8736-2022-10-138-156](https://doi.org/10.32609/0042-8736-2022-10-138-156)
- Wrenn M. (2022) Myth Busting. Institutional Economics and Mythopoetics. *Institutional Economics. Perspectives and Methods in Pursuit of a Better World* (ed. Ch. Whalen), Abingdon, UK: Routledge, pp. 225–246.
- Yasin E. (2003) *Modernizatsiya ekonomiki i sistema tsennostey* [Economic Modernization and the System of Values], Moscow: HSE Publishing House (in Russian).
- Yefimov V. (2016) *Ekonomicheskaya nauka pod voprosom: inaya metodologiya, istoriya i issledovatel'skie praktiki* [Economics in Question: Another Methodology, History and Research Practices], Moscow: Kurs; INFRA-M Publ. (in Russian).
- Zelizer V. (2004) *Sotsialnoe znachenie deneg* [The Social Meaning of Money], Moscow: HSE Publishing House (in Russian).
- Zhigulev A. (1958) *Russkiye narodnyye poslovitsy i pogovorki* [Russian Folk Proverbs and Sayings], Moscow: Moskovskiy rabochiy Publisher (in Russian).
- Zhukov V. (1991) *Slovar russkikh poslovits i pogovorok* [Collection of Russian Proverbs and Sayings], Moscow: Russkiy yazyk Publisher (in Russian).

**Received:** February 2, 2023

**Citation:** Vernikov A., Kuryшева A. (2023) Otnoshenie k zhizni ne po sredstvam v russkikh poslovitsakh i pogovorkakh [Living Beyond Means as Reflected in Old Russian Proverbs]. *Journal of Economic Sociology = Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 24, no 3, pp. 33–57. doi: [10.17323/1726-3247-2023-3-33-57](https://doi.org/10.17323/1726-3247-2023-3-33-57) (in Russian).



## НОВЫЕ ПЕРЕВОДЫ

Б. Катц, Дж. Новак

### Новый локализм



**КАТЦ, Брюс** (Katz, Bruce) — сооснователь фирмы New Localism Advisors; приглашённый профессор Лондонской школы экономики. Адрес: Великобритания, WC2A 2AE, г. Лондон, ул. Хагтон-стрит.

**Email:** [bruce.katz@thenewlocalism.com](mailto:bruce.katz@thenewlocalism.com)

*«Новый локализм» — книга о сотрудничестве государства, бизнеса и гражданского общества, чьи совместные усилия, по мнению авторов, сегодня формируют генетический код социальных изменений. В центре внимания этой книги — анализ развития трёх городов: двух американских — Питсбурга и Индианаполиса и одного европейского — Копенгагена. На примере истории этих городов Брюс Катц и Джеремии Новак иллюстрируют работу новых моделей развития, управления и финансирования. Представив анализ исторического контекста возникновения нового локализма, авторы также попытались спрогнозировать его будущее, основываясь на его победах и трудностях.*

*Журнал «Экономическая социология» публикует первую главу книги — «Переосмысление власти» («Reimagined Power»), в которой говорится о том, как меняется осуществление власти и на смену вертикально организованной командно-административной системе приходят горизонтальные отношения, связывающие различные секторы общества — государственный (публичный), коммерческий (частный) и некоммерческий — внутри местных сообществ. По мнению авторов, в будущем власть будет принадлежать людям, способным решать проблемы, что противоречит традиционному представлению о власти как способности эффективно влиять на поведение людей и их решения (возможно, даже с использованием принуждения).*

**Ключевые слова:** власть; популизм; управление; социальные изменения; экономический рост; новый локализм.

#### Глава 1. Переосмысление власти

*Мне хочется понять, что такое власть и как она работает.*

Роберт Каро. Торговец властью

Эта книга о переосмыслении власти. В течение многих столетий её центр и структура казались незыблемыми и стойко ассоциировались с вертикалью политической власти. Вверху располагались органы государственной власти и власти штатов, которые устанавливали правила, издавали законы, распределяли ресурсы и управляли страной. Города и городские агломерации — места, где проживает подавляющее большинство населения и в основном создаётся богатство нации — находились в самом низу этой вертикали и часто выполняли функцию административных органов, подчинённых высшим органам власти, вместо того чтобы быть субъектами, самостоятельно распоряжающимися собственным будущим.



**НОВАК, Джереми**  
(Nowak, Jeremi) (1952–2018) — создатель The Reinvestment Fund, одного из самых крупных институтов общественных инвестиций в США; председательствовал в Совете Федерального резервного банка Филадельфии.

*Источник:* Katz В., Nowak J. 2018. *The New Localism: How Cities Can Thrive in the Age of Populism*. Washington, D.C.: Brookings Institution Press.

Публикуется с разрешения издательства «Strelka Press».

Эта иерархически стройная и упорядоченная, как в учебнике, картина сегодня коренным образом меняется. Центр власти смещается под действием мощных демографических, экономических и социальных сил. Власть опускается с государственного уровня на уровень города и городской агломерации; в горизонтальной плоскости она растекается от правительства к государственным, частным и некоммерческим структурам; а глобально — распространяется вместе с транснациональными потоками капитала, торговли и инноваций.

Эта трансформация подрывает традиционные представления о том, где должна располагаться власть, какие люди и институты ею распоряжаются и как происходят важные социальные преобразования. В наше время — время обострения политических разногласий и отсутствия общих ориентиров — лидеры нового типа переворачивают привычные понятия о том, кто на самом деле решает проблемы.

Власть теперь устроена не так, как раньше. Сегодня она в меньшей степени принадлежит правительству и во многом зависит от рыночного потенциала, который напрямую связан с концентрацией экономических, физических и социальных активов в конкретных местах. Она всё меньше определяется масштабом влияния того или иного уровня государственной власти, и всё больше — силой общественного воздействия, обусловленной сотрудничеством всех секторов.

Реализация власти тоже происходит по-новому. Административно-командная система утратила способность справляться с делами, и поставленные задачи выполняются благодаря коллективным усилиям гражданского общества, государственных органов и частных институтов. Осуществляют власть и обуславливают её теперь лидеры и институты, которые конвертируют рыночную и общественную силу в фискальную, финансовую и политическую власть.

В итоге рычаги власти всё чаще оказывается в руках тех, кто решает проблемы. И таких людей сегодня становится всё больше именно на местном уровне, в городах и городских агломерациях по всему миру.

Новый локализм воплощает новую реальную власть. Это наиболее подходящий для XXI века способ решения современных проблем, связанных с глобальной экономической конкуренцией, бедностью, издержками социального разнообразия и обеспечением экологической устойчивости. Для ясности надо сказать, что действия на местах не отменяют необходимости федерального правительства как регуляторной и распределительной платформы; по идее местные власти должны были бы идеально дополнять органы действующей федеральной власти, а в такие времена, как наши, стать средством против дисфункции этих органов. Кроме того, новый локализм отражает многозначность понятия «город»: это одновременно территориальная единица, региональная экономическая система, рынок товаров и услуг, объединения лидеров, представляющих государство, бизнес и гражданское общество, а также место общей культуры и ценностей.

Сегодня прогресс очевиден. Передовые города и городские агломерации изобретают новые модели роста, управления и финансирования. Создатели этих невиданных прежде, оригинальных моделей сознательно и целенаправленно делают ставку на всеобъемлющие и устойчивые результаты, считая это залогом успеха на рынке.

*Рост.* Чтобы подстегнуть рост, города-новаторы, опираясь на свои наиболее развитые секторы, извлекают прибыль из результатов научных исследований, развивают бизнес и создают качественные рабочие места. Местные лидеры реформируют систему образования с целью снабдить рабочих навыками, необходимыми в передовых областях экономики, и пытаются решить проблему хронической бедности за счёт развития дошкольного образования и стратегий перехода прямо «от школы к карьере». Местные лидеры создают общественное и физическое пространства, обеспечивающие беспрепятственный обмен идеями и непрерывный процесс изобретения и внедрения новых продуктов и технологий. Помимо этого, они способствуют снижению выбросов углекислого газа в атмосферу, осваивая возобновляемые источники энергии, развивая в городах пешеходные зоны, велосипедные полосы и доступный общественный транспорт, очищая водостоки при помощи зелёной инфраструктуры и перепрофилируя общественные здания с учётом энергоэффективности.

*Управление.* Чтобы ускорить рост, города-новаторы используют такие формы управления, которые учитывают интересы как местной администрации, так и бизнеса, благотворительных организаций, университетов и широкой общественности. Управление основано на сотрудничестве, а не на принуждении; решения принимаются с помощью сетевого взаимодействия, а не только избранными руководителями. В таком управлении применяется итеративный подход к решению проблем, а не жёсткое и директивное нормотворчество. Управление осуществляется через новые институты, призванные укрепить легитимность власти за счёт предприимчивости частного и некоммерческого секторов.

*Финансы.* Чтобы капитализировать рост, города-новаторы задействуют широкий спектр инструментов для финансирования инвестиций в инновации, инфраструктуру и инклюзивные инициативы. Города вкладывают средства в собственное будущее, обращая свою рыночную власть в инвестиционно привлекательные физические активы. Возникают новые способы городского финансирования, когда средства местных общин, государственные средства и иностранный капитал объединяются и размещаются в виде инвестиций с учётом требований местной экономики и интересов местного населения. Публичный сектор занимается инвестициями в физический и человеческий капитал, инфраструктуру и детей, используя для этого не только традиционные механизмы (опросы населения и референдумы), но и новые, такие как захват стоимости. Частный и некоммерческий секторы поддерживают инновационную деятельность, инвестируя в компании и финансовые институты, которые помогают превращать результаты научных исследований в материальный продукт. Чтобы добиваться положительных результатов на этих направлениях, органы местной власти начинают выполнять свои долговые обязательства, более продуктивно использовать общественные активы и вкладывать налоговые поступления в перспективные проекты.

Новый локализм как явление только зарождается и находится на стадии становления. Суровая реальность заключается в том, что столь революционное перераспределение ответственности не влечёт за собой делегирования полномочий и ресурсов. Проблемы XXI столетия решаются в условиях, сложившихся в XX веке, финансовые и институциональные механизмы которого устарели. Если коротко, то города должны стать местом, где решаются мировые проблемы, начать выращивать лидеров нового типа и изобретать новые виды финансовых и посреднических институтов, более соответствующие духу времени. Города и их партнёры должны заново продумать всё — от собственных обязательств, прописанных в их контрактах мелким шрифтом, до возможностей межсекторального сотрудничества и управления общественными активами.

В действительности всё больше городов уверенно отвечают на этот вызов. В условиях реструктуризации экономики на передний план выходят высокопродуктивные производства с высококвалифицированным персоналом, организованные в кластеры и расположенные в урбанизированных районах с высокой плотностью населения. Вместе с изменением демографической ситуации подобная экономическая динамика повышает рыночную стоимость и увеличивает рыночную власть этих районов. Новые технологии, позволяющие создавать беспилотные автомобили и оказывать персонализированную медицинскую помощь, не только изобретаются в городах; здесь же они проходят испытания и применяются. Города — это передний край зарождающейся новой экономики.

Смена инстанций и способов решения Соединёнными Штатами своих проблем свидетельствует о том, что новый локализм только формируется. Коренящийся в самых глубинах американского гражданского общества, новый локализм в его нынешнем виде является порождением кризиса местных экономик и реакцией на проблемы, не решённые высшими органами власти. Необходимо действовать, чтобы не дать городам и городским сообществам зачахнуть. Новый локализм возникает осознанно и по необходимости, как ответ на ограниченные возможности местного публичного сектора и узость взглядов традиционных частных инвесторов. Совмещение экономических кризисов, отсутствие решений наверху и приверженность американцев принципу субсидиарности — всё это делает новый локализм неотложным и неизбежным.

У нового локализма есть все задатки для того, чтобы пережить время кризисов и перемен и обратить в свою пользу глубокие экономические и демографические изменения, которые произошли в США за последние 40 лет и привели к возрождению городов. Города проходят переоценку на рынках, и новый локализм становится той силой, которая поможет лидерам обращать рыночную власть в ресурсы для финансирования будущего. Так в наш век будут выживать и процветать города и городские сообщества.

### *Популизм и новый локализм*

Хотя подъем громогласного популизма привлёк значительно больше внимания, чем спокойная деятельность, характерная для нового локализма и связанная с решением конкретных проблем, и популизм, и новый локализм возникли как следствие структурных изменений, которые привели к широкомасштабному бюджетному кризису и вызвали у людей неуверенность в завтрашнем дне и тревогу за будущее их культуры.

Может возникнуть искушение увидеть в новом локализме всего лишь побочный продукт агрессивного популизма, волной прокатившегося по США и Европе. В сущности, популизм — это бунт против элит, как экономических, так и политических. Постепенно меняя национальный дискурс, популисты — вольно или невольно — подрывали престиж государственной власти и надгосударственных институтов и вселяли в людей из локальных сообществ уверенность в собственных силах. Заявленное стремление администрации Трампа к «деконструкции административного государства» странным образом возвышает город-полис, делая его центром деятельности по решению проблем [Rucker, Costa 2017].

Мы считаем, что сети сотрудничества, связывающие адептов нового локализма, способны нейтрализовать нарастающее влияние правого популизма и сыграют роль культурной прививки против его идей. Популизм породил ностальгическую по направленности, националистическую по тону и нативистскую по сути политику, главными проводниками которой в Америке стал Дональд Трамп, а в Великобритании — коалиция сторонников Брекзита. Политики-популисты призывают возводить стены, буквальные и фигуральные, которые затормозят то, что является сутью современной экономики: свободное движение людей, товаров, капитала и идей через границы.



Левый популизм, свободный от национального и этнического шовинизма, тем не менее тоже склонен к ностальгии по миру, которого больше нет. Для многих его сторонников характерен слишком упрощённый взгляд на международные торговые соглашения и глобальные экономические институты. Взгляд Берни Сандерса на федеральную власть как на центр решения большинства проблем, как и представление Дональда Трампа об экономическом национализме, не подходит для новой глобальной и локальной реальности.

И всё же популизм, определивший в США исход президентских выборов в 2016 г., и новый локализм возникли во многом из одного источника. Им стал затянувшийся процесс реструктуризации экономики и преобразования общества, который увеличил разрыв между богатыми и бедными в стране и пошатнул основы национальной идентичности. Главное отличие в том, что популизм перерос в государственную политическую стратегию, эксплуатирующую эти проблемы, а новый локализм стал философией, помогающей эти проблемы разрешать.

В отличие от правого популизма, новый локализм отвергает этноцентризм, приветствуя этническое разнообразие, не пытается отгородиться, но проповедует открытость и интерес к другим людям. В отличие от крайних проявлений левого и правого популизма, новый локализм руководствуется прагматизмом, а не идеологическим рвением. Новый локализм строит далеко идущие планы; популисты не предлагают ничего, кроме возвращения в прошлое.

Век глобализма ставит перед человечеством весьма серьёзные проблемы. Но реальные решения этих проблем придут снизу. Популизм более прогрессивного толка, призывающий к укреплению социальной защиты, увеличению инвестиций в инфраструктуру и образование, защите потребителей и фундаментальных демократических принципов от избыточного влияния денег, возвращающихся в политике, может стать верным союзником нового локализма.

Однако, как мы показываем в этой книге, практические решения проблем экономического роста, экономической инклюзии и экологической устойчивости чаще обнаруживаются на местном, а не на государственном уровне. Федеральное правительство и власти штатов, кажется, не способны адекватно и последовательно реагировать на возникающие сегодня проблемы. Обострение межпартийной борьбы и политическая поляризация заводят в тупик работу Конгресса и законодательных органов штатов, дискредитируя саму идею представительной демократии.

Положение осложняется структурными бюджетными проблемами. В книге «Правление мертвецов» («Dead Men Ruling») Юджин Стёрли из Института урбанизма показывает, что увеличение выплат по государственной системе социального страхования, программам медицинского страхования и медицинской помощи нуждающимся без учёта детских пособий, а также выплат по госдолгу обусловлено решениями Конгресса прошлых созывов (отсюда и название книги) [Steuerle 2014]. В качестве обоснования своих выводов он ссылается на прогнозы бюджетного управления Конгресса, согласно которым к 2026 г. федеральное правительство будет тратить по 4,1 трлн долларов в год только на социальное обеспечение, сокращая капиталовложения в жилищное строительство, инфраструктуру, образование, научные исследования и разработки [U. S. Congressional Budget Office 2016]. Иными словами, Конгрессу недостаёт «фискальной свободы», чтобы вкладывать бюджетные средства в новые начинания.

Следовательно, неспособность федерального правительства делать масштабные инвестиции в будущее — вкладывать средства в инновационные научные исследования, создавать более соответствующую экономической ситуации XXI века инфраструктуру, поддерживать образование и другие проекты, которые могли бы повысить уровень экономической инклюзии — была предопределена заранее, задолго до раскола в Конгрессе и прихода в Белый дом администрации Трампа. Ответственность за всё это автоматически легла на плечи общества, и граждане охотно взяли её на себя.



Одновременно с национализацией политики происходила локализация деятельности, связанной с решением конкретных проблем.

### *Преимущества деятельности на местах*

Городам и округам удаётся решать проблемы, потому что у них это получается. Для функционирования наукоёмких производств, играющих в экономике США всё более активную роль, требуется сочетание ресурсов, свойственное многим городам и городским агломерациям Америки: вокруг «якорных» научно-исследовательских институтов образуется экосистема взаимодействующих между собой фирм, предпринимателей, инвесторов и финансовых посредников. И не беда, что в условиях зарождения новой экономики приходится подвергать переосмыслению многие традиционные понятия, такие как доступность, плотность, аутентичность и «городской костяк» (исторические здания, традиционная сетка улиц, благоустроенные набережные, учреждения культуры), который есть в центре любого большого или маленького города.

По мере появления новых технологий роль города возрастает. Возможность коммерческого использования результатов фундаментальных и прикладных научных исследований, проводящихся в университетах, лабораториях и частных компаниях, ускоряет процесс изобретения новых технологий. Ощутимый прогресс в этой области позволяет городам открывать для себя новые способы наращивания стоимости и создания новых предприятий и рабочих мест. Так, в Чаттануге была создана интеллектуальная электросеть, Питтсбург стал площадкой для обкатки беспилотных автомобилей, а в Чикаго для удобства предпринимателей и технологических компаний запустили портал открытых государственных данных. Будучи сам рынком, город может создавать ещё и другие рынки, используя для этого тонкие и новые методы.

Технические достижения помогают городу развиваться гораздо быстрее, что выгодно отличает их от неповоротливого законодательства. Федеральное правительство и правительства штатов всё чаще оказываются неэффективными; традиционная власть разучилась быстро и разумно действовать. Город же способен привлекать средства из публичных, частных и некоммерческих источников для создания альтернативных способов быстрой разработки, финансирования и реализации решений. Города становятся испытательным полигоном для самых разнообразных инноваций — чартерных школ, «умных» счётчиков, мобильных приложений, социальных предприятий, и за каждой из инноваций скрывается простая и дерзкая мысль: «Я могу это сделать лучше».

Механизм решения проблем также трансформируется: сегодня всё больше внимания уделяется инициативам на местах. Сложные проблемы, связанные с изменением климата, социальной мобильностью или влиянием новых технологий на занятость, должны решаться инновационными методами с применением комплексного подхода, а не в приказном порядке. Как писал политический аналитик Юваль Левин, «именно отсутствие простых ответов заставляет огромное число наших граждан самостоятельно искать решение, а не ждать, пока кто-то найдёт его в Вашингтоне» [Levin 2016: 5].

Благодаря междисциплинарным и межсекторальным сетям города, в отличие от государственной или региональной бюрократии с её вертикальной иерархией, способны мыслить нестандартно. Государственное управление транспорта будет решать транспортные проблемы (например, связанные с дорожными пробками) транспортными методами, скажем, расширением проезжей части (человеку с молотком всюду мерещатся гвозди). Тогда как город будет, скорее всего, искать решение в другом месте и может найти его, не исключено, в сфере жилищной политики, землепользования или технологий.

Города и другие поселения способны отыскивать более удачные решения сложных проблем, потому что находятся ближе к земле и, в противоположность бюрократической машине, действуют естественно, слаженно и находчиво. Кроме того, они могут бросить на решение одной и той же проблемы больше сил и сделать это самыми современными методами с применением новейших технологий. Так, мэр Луисвилля Грег Фишер и мэр Чикаго Рам Эмануэль убедили предпринимателей взять на себя решение социальных проблем, предложив им рассматривать город как стартап.

Культура добровольного служения обществу зародилась на местах. В городах мы находим десятки тысяч институтов — церквей, общественных организаций, ассоциаций предпринимателей, благотворительных организаций, — которые играют важную роль в решении самых трудных проблем, встающих перед местными жителями и их семьями.

Бывший сенатор от штата Нью-Йорк Дэниэл Патрик Мойнихэн на протяжении всей своей долгой карьеры пытался доказать, что федеральная власть должна обеспечивать надёжную основу для социального благополучия граждан и их семей, но она не может заменить общественные институты. Выступая на Национальной лиге городов в 1985 г., он говорил: «Федерализм не система управления, придуманная отцами-основателями по причине отсутствия в этой большой стране телефонов <...> Федерализм стал фундаментальным воплощением американского понимания Завета как договора с Богом» [Moynihan 1985].

Нет сомнений в том, что многие проблемы, с которыми сталкиваются города (от хронической бедности и стареющей инфраструктуры до унаследованных обязательств, вытесняющих важные статьи из расходной части бюджета), трудно преодолевать. Но наиболее креативные решения будут появляться как следствие инициатив на местах — там, где открываются школы, создаются рабочие места, составляются бюджеты, подписываются контракты и принимаются инфраструктурные решения.

Город имеет и ещё одно преимущество перед государством: это способность гибко и оперативно реагировать на возникающие проблемы и открывающиеся возможности. Федеральная власть далеко не всегда разумно тратит средства на устранение последствий антропогенных кризисов (таких как банкротство Детройта или массовые беспорядки в Фергюссоне и Балтиморе) и решение проблем, связанных с масштабными демографическими изменениями или технологическими прорывами. Неуклонное расширение программ социальной защиты с жёсткими критериями предоставления льгот превратило правительство в начисто лишённого гибкости неповоротливого истукана. В этом смысле любые маленький город или благотворительная организация регионального значения обладают гораздо большей свободой при выборе объекта для размещения инвестиций, чем высокая правительственная инстанция.

Ещё одно важное преимущество ситуативного решения проблем перед централизованным стратегическим планированием заключается в том, что такие решения легко поддаются кастомизации. Понимание потребностей данного конкретного места помогает более рационально использовать ресурсы. Так, слабый рынок Детройта нуждается в сносе ветхих зданий, чтобы город смог повысить свою ценность; тогда как Бостону, где рынок перегрет, для того чтобы удовлетворить спрос, нужно, наоборот, беречь существующее и строить новое жильё. Федеральное правительство и законодательные органы штатов, как правило, предлагают стандартные, одинаковые для всех решения и по политическим причинам предпочитают равномерно распределять общественные ресурсы, размазывать их, как арахисовую пасту.

*Новый локализм против всеобщей уравниловки.* Он даёт возможность городам сосредоточиться на актуальных для них проблемах, а не на тех, которые считают актуальными государственная власть или поддерживающие её группы избирателей в целом по стране. Новый локализм признаёт и уважает раз-

личия между регионами. Сила государства не только в политическом «единстве нации», но и в наличии множества энергетических центров, готовых к инновациям и экспериментам.

Города обладают ещё одним несомненным достоинством — они способны перенимать друг у друга городские инновации, копируя инновационные практики, изобретённые в одном городе, и применяя их с необходимыми изменениями в другом. Все города, развитые и развивающиеся, старые и новые, большие и маленькие, сталкиваются с одинаковыми проблемами. Когда множество самых разных городов одновременно занимаются решением одной и той же задачи, вероятность возникновения чего-то нового и оригинального значительно выше, чем когда решением этой же задачи занимается одна узкоспециализированная федеральная служба. Если города объединяются для достижения общей цели, которая ещё и поддаётся количественной оценке, как это происходит сегодня в отношении проблемы изменения климата, интерес к новым воспроизводимым решениям и проверенным финансовым механизмам повышается [Alvarez 2017]. Единодушные мэров сотен американских городов, проголосовавших за возвращение в Парижское соглашение по климату 2015 г., свидетельствует об укреплении власти нового локализма. Коллективные договорённости и совместные кампании неизбежно должны затронуть и такие важные для общества (и города) темы, как дошкольное образование, снижение преступности и перспективы развития транспорта.

### *Что будет дальше: наш план*

Эта книга представляет собой рассказ о зарождении и становлении нового локализма. Но в ней говорится ещё и о том, что должно произойти в будущем, ибо мы абсолютно уверены, что, если новый локализм собирается заполнить собой вакуум, образовавшийся в местах бездействия высших органов власти, ещё многое предстоит сделать.

Структурную основу этой книги составляют пять ключевых положений, относящихся к новому локализму. Первое: *новый локализм и местная администрация — это не одно и то же*. Под новым локализмом мы понимаем сетевое межсекторальное взаимодействие, направленное на решение проблем и создаваемые в процессе взаимодействия институты, помогающие решать эти проблемы. Лидеры местных администраций постепенно осознают горизонтальную природу власти и начинают привлекать к работе партнёров из частного и некоммерческого секторов.

Второе: *децентрализация власти и деятельности, связанной с решением проблем, с переходом на местный уровень не отменяет исключительной важности федерального правительства и правительств штатов*. Происходящие сегодня на низовом уровне перемены заставляют всерьёз задуматься о реформировании определённых аспектов федерализма с прояснением полномочий разных уровней власти и рассмотрением открытых новым локализмом возможностей более гибкого подхода к решению проблем социальной справедливости.

Федеральная власть должна заниматься делом, которое никто за неё не сделает. А именно: обеспечивать национальную безопасность, укреплять социальную защиту граждан, гарантировать соблюдение их конституционных и гражданских прав, грамотно финансировать строительство объектов государственной инфраструктуры, охранять природные ресурсы, защищать целостность рынков, а также поощрять научные исследования, инновации и высшее образование, чтобы сохранять конкурентоспособность страны.

Власти штатов тоже играют немаловажную роль, предоставляя возможность городам укреплять свою экономику и привлекать дополнительные средства для дальнейшего роста. Кроме того, они финансируют публичные учреждения высшего образования и оказывают помощь муниципалитетам, если

местных бюджетных средств не хватает для выполнения обязательств в отношении базового образования и для оказания других обязательных услуг.

Третье: *новый локализм — это пространство для решения проблем, которое по необходимости должно быть открыто для новых идей и самых разных групп избирателей.* И в данном случае не стоит обращать внимания на то, что слово «локализм» часто используется как синоним провинциальности и подразумевает узость взглядов. Новый локализм — движение, которое подразумевает одновременно глобальную трансформацию и местную компетентность, ставит во главу угла инновационность, не пытаясь сохранить статус-кво.

Четвёртое: *новый локализм может проявляться на разных географических уровнях — района, города, округа или агломерации.* Теоретически конкретное нововведение нужно разрабатывать и внедрять соответственно тому уровню, для которого оно предназначено. Фактически же города и городские агломерации в США, как и в других странах, слишком раздроблены, чтобы считаться с рыночной, социальной или экологической реальностью. По этой причине решение задач происходит на разных уровнях — там, где сторонам удаётся найти и соблюсти общие интересы. В том, что касается города, авторы этой книги остаются реалистами: нас интересует практическая сторона принятия решений, которые действительно что-то меняют, а не якобы идеальные структурные реформы, формулирующие задачу, но редко осуществляющиеся. Ещё мы верим в естественную преемственность, когда удачное решение, принятое сегодня на местном уровне, завтра преодолевает искусственные границы и становится общим для всего города.

Несмотря на то что эта книга в основном посвящена городам и пригородам, собранный в ней материал можно с лёгкостью отнести и к сельской местности. Уроки и принципы, почерпнутые из удачных городских инициатив, в частности, относящиеся к качественному обустройству среды обитания и «изобретательному» обучению (*inventive education*), можно с тем же успехом применить и на селе, потому что, несмотря на общепринятое мнение, разрыв между городом и деревней не так уж и велик. В результате процесса децентрализации половина жителей сельских поселений фактически проживает на территории городских агломераций и теоретически может пользоваться преимуществами «умных» и стратегических городских решений и интенсивными внутригородскими связями [Metropolitan Policy Program 2007: 7].

Пятое: *новый локализм в своей наиболее яркой форме возник в США в результате небывалого обострения межпартийных противоречий и, как следствие, исключения федерального правительства и правительств штатов из числа надёжных партнёров.* В книге мы рассказываем в основном о городах США, но приводим важные примеры и из мирового опыта, имеющие, в частности, отношение к сферам управления и финансов. И как в случае с сельской местностью, этот материал может быть использован в любой стране в силу воспроизводимости городских решений и взаимосвязанности городских финансовых инструментов в современном мире.

С учётом перечисленного мы движемся дальше согласно плану, представленному ниже.

В главе 2 более глубоко проанализируем новый локализм, расскажем о его зарождении и переходе от ранней фазы, когда движение занималось в основном городским благоустройством и плейсмейкингом, к полному переключению внимания на растущие секторы глобальной экономики. Эволюция нового локализма демонстрирует качественные отличия принципов этого движения от применявшихся в прежние времена методов вмешательства сверху, когда решения принимались на правительственных верхах. Новый локализм не полагается исключительно на публичный сектор, его поддерживают разветвлённые сети институтов и лидеров. Это движение организовано горизонтально, а не вертикально,



и оно приветствует воспроизводимость своих решений. Новый локализм — одновременно локальное и глобальное движение, так как удачные решения с одинаковой вероятностью могут возникать как дома, так и за границей, как в больших, так и в малых городах.

Глава 3 начинается с простой констатации: *всё изменилось*. Глобализация, головокружительный технический прогресс, демографические изменения и финансовая реструктуризация — всё это породило в высшей степени динамичный мир огромных возможностей, но вместе с тем и мир экономической нестабильности и неуверенности в завтрашнем дне. Сочетание самых разных сил привело к политической нестабильности на государственном уровне и глубоким преобразованиям на местах. С одной стороны, появились предпосылки для возрождения популизма и неонационализма: народ, оставленный правительством, ополчился против тех, кого считал малоэффективными лидерами, неспособными предоставить защиту от нарастающих трудностей. С другой стороны, возник жизнеутверждающий локализм. В условиях гибкой сетевой экономики выигрывают гибкие и объединённые в сети сообщества, что существенно расширяет спектр возможных решений.

В следующих трёх главах мы рассматриваем новый локализм в действии, подробно наблюдая за его развитием в трёх городах — Питтсбурге, Индианаполисе и Копенгагене (Дания). В случае каждого города мы имеем дело с какой-то новой практикой, которая становится там нормой и может быть законодательно закреплена и впоследствии внедрена в других городах, сталкивающихся с теми же проблемами.

В главе 4 мы рассказываем о новой модели развития Питтсбурга, одного из старейших промышленных городов США, который сегодня является мировым лидером в области робототехники и беспилотного транспорта, а также штаб-квартирой таких серьёзных компаний, как Google и Amazon.

В главе 5 речь идёт об истории Индианаполиса, города, который за несколько последних десятилетий сумел возродиться, в частности благодаря созданной здесь сложной системе сетевого управления. Местные сети функционируют на разных уровнях с разной степенью формализации и направленности.

Истории Питтсбурга и Индианаполиса важны, так как показывают, что при правильно организованном руководстве можно найти качества, никак не связанные с прошлым, и использовать их так, чтобы поставить город в один ряд с крупнейшими экономическими центрами страны и мира. Оба города являются образцом тесного взаимодействия публичного, частного и некоммерческого секторов, пример способности городских сообществ находить и использовать свои уникальные качества, совершенствуя культуру коллективного действия. Это истории о скромных тружениках, руководителях частных и некоммерческих организаций, в которых соединяются способность к сотрудничеству, стратегическое мышление и чёткое понимание общественной пользы.

Питтсбург и Индианаполис важны ещё и потому, что это промышленные центры, расположенные внутри континента. Их истории не будут повторять общеизвестные истории Кремниевой долины и Нью-Йорка. В США нет так называемой глубинки. В других главах мы ссылаемся на примеры прибрежных городов, но обращаем внимание читателя на удивительные вещи, происходящие в том числе и в Чаттануге, Цинциннати, Канзас-Сити, Оклахоме и Сент-Луисе. Истории этих городов подтверждают тезис Стива Кейса о «подъёме остальных» (*the rise of the rest*)<sup>1</sup> и в очередной раз показывают, что мощь национальной экономики распределяется на территории страны неравномерно.

Новый локализм должен будет ускорить темпы инновации и структурных преобразований, если собирается принять вызов времени и справиться с бюджетным дефицитом, возникающим из-за дискреци-

<sup>1</sup> См. подробнее: [Case 2022]. — *Примеч. ред.*



онных расходов и увеличения пенсионных и других социальных обязательств. Чтобы понять, как это можно сделать, нужно обратиться к опыту Копенгагена, о котором мы расскажем в главе 6. Это история о том, как город использовал публичную корпорацию с правом осуществления коммерческой деятельности для эффективного размещения публичных активов и, таким образом, финансировал строительство инфраструктуры. В данном случае европейский пример вполне уместен: США сильно отстают от многих стран Европы и Азии в использовании рыночных механизмов в общественно полезных целях. В государственном бюджете Соединённых Штатов слишком много средств остаётся лежать мёртвым грузом. Активизировать рынки — одно дело; это обязанность публичного сектора; но упускать возможность извлечения общественной пользы из того, что общество само создаёт, — дело другое.

Глава 7 посвящена экономической инклюзии как неотъемлемой составляющей городского развития, управления и финансирования. Городские сообщества должны целенаправленно вовлекать своих членов в развитие и предоставлять возможности; и в этой главе мы рассказываем о том, какие стратегии можно использовать для этой цели: развитие вокруг «якорных» институтов, реформирование образования, молодёжные программы и стратегии, построенные на социальном капитале. В управлении также должны быть задействованы широкие круги заинтересованных лиц, представляющих всё разнообразие городского общества, что на деле зачастую оказывается, скорее всего, желаемым, а не действительным. Единого способа осуществить инклюзию не существует, но отсутствие целенаправленного стремления к инклюзивности затрудняет долгосрочный экономический рост и подрывает идею демократии.

В главе 8 говорится о финансах и о трудностях, связанных с созданием финансовых продуктов и посредников на местном и региональном уровне с учётом рыночной дисциплины и общественной пользы. Благотворители, социальные инвесторы, некоммерческие посредники, высшие учебные заведения и публичный сектор — все стремятся увеличить инвестиции со стороны частного сектора. Инновационная деятельность в сфере финансов происходит в пограничных областях между секторами, и в процессе этой деятельности рождается новая область городского финансирования.

В главе 9 обсуждаются «большие идеи», основанные на выводах, которые были сделаны в главах об инклюзии и городских финансах; также мы обращаемся к тому, что стало понятным при изучении истории трёх городов. Чтобы управлять будущим, города должны находить новые способы инвестирования в инновации, инфраструктуру и инклюзию, используя местный капитал и подключаясь к глобальным инструментам и институтам. Идеи, представленные в этой главе, не просто осуществимы, но должны быть осуществлены. Инновационные районы, располагающиеся, как правило, близ университетов и медицинских центров, могут стать для местных жителей собственным инвестиционным сектором, привлекая средства пенсионных фондов и университетских дотаций. Государственные корпорации в силах заниматься регенерацией промышленных территорий и финансированием крупномасштабных инфраструктурных проектов, увеличивая доход от использования земли и зданий, находящихся в публичной собственности, без увеличения налогов. Города в состоянии были бы участвовать в общенациональной, финансируемой за счёт местных средств кампании по инвестированию в детское образование на основании объективных исследований и согласно проверенным моделям с прицелом на то, чтобы каждый ребёнок по достижении среднего возраста гарантированно мог бы причислить себя к среднему классу.

Подобные идеи показывают, что города далеки от разорения, что у них есть возможности для того, чтобы привлекать средства из государственных, частных и некоммерческих источников и вкладывать их в решение своих задач передовыми методами. Это смелые идеи, и они неизбежно вызовут много споров. Но именно для того мы и писали книгу, чтобы рассказать о том, что уже происходит в области ускорения городского развития и инклюзии, и попытаться представить, что ещё можно и нужно сделать, чтобы продолжать двигаться вперёд.

Заключительная глава книги — призыв к действию. Если город — это место, где происходит конвергенция локального и глобального, то грамотные лидеры и правильно сформированная гражданская культура — залог продуктивности этой конвергенции. Чтобы город — будь то Эри в Пенсильвании или Абилин в Техасе — развивался, лидеры должны приходить из всех без исключения слоёв общества. Ради увеличения числа городских лидеров и повышения их способности решать задачи можно воспользоваться теориями сетевого интеллекта, которые создавались для улучшения работы корпораций.

Чтобы получить от лидеров и гражданской культуры максимальный результат, нужны эффективные институты. Институты, доставшиеся в наследство нынешним городским лидерам, как внутригородские, так межгородские, создавались в условиях другой рыночной и политэкономической ситуации. Во времена, когда столь многое меняется, важно, чтобы местные лидеры для решения сложных проблем взяли на себя трудную задачу по обновлению институтов или созданию новых.

Организационной деятельностью должны заниматься не только городские лидеры. Для того чтобы во времена, когда города являются двигателем развития, федеральные власти и власти штатов, глобальные корпорации, финансовые институты и международные организации могли разбираться в городских делах, им следует реформировать свои практики и принять города в качестве полноправных партнёров. Стремительное развитие ориентированных на город и готовых делиться знаниями финансовых посредников и инвестиционных фондов уже не за горами. Также как прошлые периоды политической и экономической нестабильности привели к возникновению таких государственных институтов, как Федеральный резервный банк и Управление социального обеспечения, в эпоху нового локализма города создадут для себя свои институты. История повторяется, только теперь этот процесс затрагивает город.

В условиях неопределённости и раздражения на федеральном уровне новый локализм прокладывает путь к обновлению страны и созданию более конкурентоспособного, устойчивого и инклюзивного общества. Он может разблокировать и приумножить триллионы долларов частных и некоммерческих средств, создавая рынки и помогая гражданам находить способы инвестировать в социальную сферу. Новый локализм поможет Америке высвободить энергию и капитал и вложить их в будущее. Он может сделать Соединённые Штаты более демократичным государством, потому что решает более насущные задачи, предоставляя больше возможностей для участия простым гражданам, и делает это регулярно, а не только перед выборами.

И самое главное: когда граждане видят, что их наболевшие проблемы действительно решаются, а не только обсуждаются на дебатах противоборствующих партий, можно говорить о том, что новый локализм восстанавливает в США политическое равновесие и здравомыслие, а значит, и доверие к правительству.

Так происходит перестройка государства и обновление мира — снизу вверх.

## Литература

Alvarez L. 2017. Mayors, Sidestepping Trump, Vow to Fill Void on Climate Change. *New York Times*. June 26.

Case L. 2022. *The Rise of the Rest: How Entrepreneurs in Surprising Places are Building the New American Dream*. New York: Avid Reader Press.

Levin Y. 2016. *The Fractured Republic: Renewing America's Social Contract in the Age of Individualism*. New York: Basic Books.

Metropolitan Policy Program. 2007. *Blueprint for American Prosperity: Unleashing the Potential of a Metropolitan Area*. Washington, D. C.: Brookings Institution Press.

Moynihan D. P. 1985. *President Reagan and Chairman Morrill: A Constitutional Reflection, Address to the National League of Cities, March 24*. (Daniel P. Moynihan Papers at the Library of Congress). URL: [www.loc.gov/rr/mss/moynihan/moynihan-home.html](http://www.loc.gov/rr/mss/moynihan/moynihan-home.html).

Rucker P., Costa R. 2017. Bannon Vows a Daily Fight for Deconstruction of the Administrative State. *Washington Post*. February 23.

Steuerle C. E. 2014. *Dead Men Ruling: How to Restore Fiscal Freedom and Rescue Our Future*. New York: Century Foundation Press.

U.S. Congressional Budget Office. 2016. Updated Budget Projections: 2016 to 2026 (Congressional Budget Office, March 2016). URL: [www.cbo.gov/sites/default/files/114th-congress-2015-2016/reports/51384-marchbaselineonecol.pdf](http://www.cbo.gov/sites/default/files/114th-congress-2015-2016/reports/51384-marchbaselineonecol.pdf)

## NEW TRANSLATIONS

Bruce Katz, Jeremy Nowak

# The New Localism (excerpt)

**KATZ, Bruce**—co-founder of New Localism Advisors; visiting professor at the London School of Economics. Address: Hagton str., London, WC2A 2AE, UK.

**Email:** [bruce.katz@thenewlocalism.com](mailto:bruce.katz@thenewlocalism.com)

**NOWAK, Jeremy** (1952–2018)—creator of the Reinvestment Fund; chaired the Board of the Philadelphia Federal Reserve Bank.

*Source:* Katz B., Nowak J. (2018) *The New Localism: How Cities Can Thrive in the Age of Populism*. Washington, D.C.: Brookings Institution Press.

Published with the permission of the Publishing house “Strelka Press.”

### Abstract

*The New Localism* is a book about cooperation among the state, business and civil society, whose joint efforts, according to the authors, create the genetic code of social change today. The book provides an analysis of the development trajectories of three cities: Pittsburgh and Indianapolis in the United States, and Copenhagen in Europe. Through an exploration of the histories of these cities, Bruce Katz and Jeremy Novak illustrate the work of the new models of development, governance and financing. In addition to examining the historical context of the emergence of new localism, the authors endeavor to predict its future based on its successes and challenges.

*The Journal of Economic Sociology* publishes the first chapter of the book, “Reimagined Power”, where the authors consider the evolving dynamic of power. They observe a shift from the vertically organized command-administrative system towards a web of horizontal relations that connect diverse sectors of society—state (public), commercial (private) and non-commercial—within local communities. The authors contend that power in the future will rest with problem solvers, thus challenging the conventional notion of power as the ability to coerce or effectively influence individuals’ behavior and decisions.

**Keywords:** power; populism; control; social change; the economic growth; new localization.

### References

- Alvarez L. (2017) Mayors, Sidestepping Trump, Vow to Fill Void on Climate Change. *New York Times*, June 26.
- Case L. (2022) *The Rise of the Rest: How Entrepreneurs in Surprising Places are Building the New American Dream*, New York: Avid Reader Press.
- Levin Y. (2016) *The Fractured Republic: Renewing America’s Social Contract in the Age of Individualism*, New York: Basic Books.
- Metropolitan Policy Program. (2007) *Blueprint for American Prosperity: Unleashing the Potential of a Metropolitan Area*, Washington, D. C.: Brookings Institution Press.
- Moynihan D. P. 1985. *President Reagan and Chairman Morrill: A Constitutional Reflection, Address to the National League of Cities, March 24*. (Daniel P. Moynihan Papers at the Library of Congress). Available at: [www.loc.gov/rr/mss/moynihan/moynihan-home.html](http://www.loc.gov/rr/mss/moynihan/moynihan-home.html) (accessed 10 May 2023).
- Rucker P., Costa R. (2017) Bannon Vows a Daily Fight for Deconstruction of the Administrative State. *Washington Post*. February 23.

Steuerle C. E. (2014) *Dead Men Ruling: How to Restore Fiscal Freedom and Rescue Our Future*. New York: Century Foundation Press.

U.S. Congressional Budget Office (2016) Updated Budget Projections: 2016 to 2026 (Congressional Budget Office, March 2016). Available at: [www.cbo.gov/sites/default/files/114th-congress-2015-2016/reports/51384-marchbaselineonecol.pdf](http://www.cbo.gov/sites/default/files/114th-congress-2015-2016/reports/51384-marchbaselineonecol.pdf) (accessed 10 May 2023).

**Received:** November 10, 2022

**Citation:** Katz B., Nowak J. (2023) Novyy localism [The New Localism (excerpt)]. *Journal of Economic Sociology = Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 24, no 3, pp. 58–72. doi: [10.17323/1726-3247-2023-3-58-72](https://doi.org/10.17323/1726-3247-2023-3-58-72) (in Russian).



## РАСШИРЕНИЕ ГРАНИЦ

П. Е. Лаврусевич

# Жить бором или жить в бору: практики собирательства и присвоение пространства (кейс Караканского бора)<sup>1</sup>



**ЛАВРУСЕВИЧ Полина Евгеньевна** — старший преподаватель кафедры общей социологии экономического факультета Новосибирского национального исследовательского государственного университета. Адрес: 630090, Россия, Новосибирская область, г. Новосибирск, ул. Пирогова, д. 1

**Email:** [p.lavrusevich@gnsu.ru](mailto:p.lavrusevich@gnsu.ru)

*В фокусе данного исследования находятся практики собирательства общедоступных дикоросов, реализуемые разными группами агентов природопользования на территории Караканского бора, крупного лесного массива, расположенного в границах Новосибирской области и Алтайского края. Практики социальных агентов, в разной степени укоренённых в бору (местные жители, дачники и горожане-туристы), позволяют проследить механизм решения проблемы общего доступа к ресурсам бора, то есть, другими словами, представляют собой кейс для наблюдения трагедии общин. Информационную базу составили материалы невключённого наблюдения и полужформализованных интервью с резидентами бора, собранные в ходе социологических экспедиций июля — сентября 2021 г., июля 2022 г. Смыслообразующей категорией, которая формирует ценностную основу присваивающих практик, является категория «жить бором». Семантически включая экономическую и экологическую компоненты, она демонстрирует неотделимость присвоения ресурсов от рефлексии относительно их состояния, вводит от хищнической установки «после нас хоть потоп». Говорить о непосредственной жизни бором для основной массы жителей боровых поселений сегодня не приходится, потребление дикорастущих грибов и ягод не играет значимой роли в жизнеобеспечении. Однако символически доступность даров леса всё же необходима для его резидентов, критически важно восприятие ресурсов бора как общих. Зафиксирована профессионализация собирательства, выделяется узкая группа собирателей — сельских жителей, которые продают дары леса практически на месте их сбора горожанам, прибывающим в бор с рекреационными целями. В процессе освоения пространства бора, реализации практик собирательства формируются транзитивные отношения собственности, которые выражаются в наличии у собирателей «своих мест» в бору. «Свои места» как освоенное и присвоенное пространство бора локализованы между частной и общей собственностью, их можно охарактеризовать как индивидуализированный общий ресурс. Представляя собой совокупность норм и правил природопользования, функционально они служат поддержанию социального и экологического равновесия в бору, то есть обеспечивают бесконфликтный одновременный доступ к общему ресурсу и его воспроизводимость через сдерживание чрезмерного личного потребления.*

<sup>1</sup> Проект реализовался при поддержке фонда Хамовники. Руководитель проекта — И. А. Скалабан, участники — П. Е. Лаврусевич, Т. Д. Алексеев, Е. А. Грач, А. В. Дубынин. URL: <https://khamovniki.ru/neformalnye-praktiki-prirodopolzovaniya-karakanskogo-bora-mezhdu-socialnym-prisvoeniem-i-socialnoj-kooperaciej/>

**Ключевые слова:** неформальное природопользование; ресурсы общего пользования; практики собирательства; присвоение пространства; права собственности; Караканский бор; «свои места».

## **Введение: ресурсы общего пользования и конкуренция в практиках собирательства**

Собирательство традиционно является одной из наиболее массовых среди всех неформальных практик природопользования как сельского, так и городского населения, причём значимость таких практик варьируется от промыслового характера, решения задач жизнеобеспечения до досуговой активности. Собирательство частично (если речь не идёт о краснокнижных видах) находится в поле зрения государственного регулирования (ст. 11 Лесного кодекса РФ)<sup>2</sup>, но не «подкреплено формальными контрактами и не фиксируется статистическим и налоговым учётом» [Барсукова 2012: 31]. В такой трактовке общеупотребимые дикоросы, грибы и ягоды, представляют собой ресурс общего пользования [Hardin 1968], слабо подверженный как формальному, так и неформальному регулированию, прежде всего вследствие изменчивости времени и места произрастания, непредсказуемости объёмов этого ресурса (колебаний урожайности из года в год).

Локальные сообщества потенциально могут конструировать механизмы регулирования промысловой деятельности [Ермолин 2019], однако при условии их достаточной изолированности и автономизации. Если же речь идёт о присутствии на территории природного объекта разных групп пользователей, имеющих свободный доступ к дарам леса, закономерно возникает вопрос: как складываются социальные отношения по поводу присваиваемых дикоросов? Насколько конкурентными будут отношения между социальными агентами, каковы будут их притязания на присвоение пространства природного объекта и его ресурсов? Какую роль в установлении конкуренции и (или) сотрудничества играют критерии длительности присутствия и хозяйственной значимости собирательства? Каков потенциал бесконфликтного разрешения трагедии общин и, вообще, масштаб трагедии?

Кейсом для наблюдения такого рода отношений является Караканский бор, расположенный в границах Новосибирской области и Алтайского края. Протянувшись на расстояние около 100 км вдоль Новосибирского водохранилища, он включает в свои границы не менее 15 сельских поселений разных размера и статуса (от преимущественно сельских до практически полностью дачных, в которых численность постоянного зимующего населения составляет пять-семь человек, а летний дачный посёлок насчитывает около 500 дворов). Различия в освоённости этих территорий горожанами-дачниками обусловлены прежде всего расположением ряда поселений на береговой части бора. Кроме того, рекреационные ресурсы (достаточно тёплый для региона водоём и привлекательный лесной массив) в летнее время притягивают большое количество стихийных туристов-горожан.

Поселения Караканского бора географически образуют своего рода кольцо, поскольку расположены на протяжении его границ, с западной стороны вдоль Новосибирского водохранилища, и на востоке, с «обратной» стороны, в так называемой подборице, или в подборье. В первой половине XX века и ранее, до создания Новосибирского водохранилища в 1956 г., речное сообщение с Новосибирском по реке Оби было основным способом транспортировки леса, сельскохозяйственной продукции и продукции собирательства как для жителей береговых поселений, так и для жителей подборья. Рекреационное освоение Караканского бора, преимущественно его прибрежной части, началось в 1950-е гг.

<sup>2</sup> Статья 11. Пребывание граждан в лесах. 1. Граждане имеют право свободно и бесплатно пребывать в лесах и для собственных нужд осуществлять заготовку и сбор дикорастущих плодов, ягод, орехов, грибов, других пригодных для употребления в пищу лесных ресурсов (пищевых лесных ресурсов), а также недревесных лесных ресурсов. Лесной кодекс Российской Федерации от 4 декабря 2006 г. № 200-ФЗ (редакция от 30 декабря 2021 г.) с изменениями и дополнениями вступил в силу с 1 марта 2022 г.

Бор стал осваиваться в трёх направлениях — самостоятельными туристами, в том числе рыбаками и грибниками, горожанами, приобретающими дома в боровых поселениях, и посетителями баз отдыха. Процесс субурбанизации сформировал хозяйственный уклад, включающий интенсивное взаимодействие местного и городского населения. Критическое увеличение числа пользователей бора произошло в последние два-три десятилетия, что было обусловлено прежде всего улучшением качества автодорог. Пандемия COVID-19 придала этой тенденции дополнительный толчок. При этом для всех категорий пользователей Караканского бора (от коренных жителей боровых поселений до стихийных туристов-горожан) ключевую роль в его привлекательности играют не только природно-климатические характеристики, но и произрастающие в бору дикоросы. Бор отмечен на народной карте грибника<sup>3</sup> как одно из самых популярных мест в Новосибирской области, а начало грибного сезона часто находит отклик в местных СМИ («в Каракане пошли грибы»).

Замысел исследования состоит в анализе практик собирательства в Караканском бору как способов присвоения ресурсов общего пользования.

## Эмпирическая база

Сбор эмпирических данных происходил в рамках реализации проекта «Неформальные практики природопользования Караканского бора: между социальным присвоением и социальной кооперацией». Информационная база была сформирована по итогам пяти социологических экспедиций, реализованных в формате этнографического кейс-стади. Исследовательская группа пребывала в бору и боровых поселениях в июле — августе 2021 г., сентябре 2021 г., феврале 2022 г. и, наконец, в июле 2022 г. Методами сбора данных послужили невключённое слабоструктурированное наблюдение, полужформализованные интервью и свободные беседы с резидентами Караканского бора — жителями сельских поселений, дачниками и туристами-горожанами. Общий массив данных, релевантных работе, складывается из примерно 80 интервью разной степени структурирования и углубления. Пребывание исследовательской группы в бору в разные сезоны года и в разных его частях (северной, ближайшей к Новосибирску, и южной, находящейся на территории Алтайского края; на береговой линии и в «подборице»), определённая цикличность полевого этапа послужили комплексному пониманию изучаемых социальных явлений, содержательному насыщению информационной базы. Анализ массива транскриптов интервью основан преимущественно на процедуре тематического кодирования, которое было реализовано с применением свободного программного обеспечения QualCoder [Curtain 2022].

## Основные понятия. Методология исследования

При наличии в качестве теоретической точки отсчёта неформальных практик природопользования методологическая база исследования дополняется положениями социальной топологии (что обусловлено значительным пространственным вектором исследования), социальной (человеческой) экологии (в ключе развития проблематики взаимодействия социального агента с окружающей средой и другими агентами природопользования) и, наконец, теорией прав собственности (в части анализа присвоения пространства природного объекта).

Исследования неформальных практик природопользования российскими авторами направлены в своей основной массе на изучение традиционных кустарных промыслов, особенностей хозяйственного уклада малых народов, жителей отдалённых сельских поселений. Наблюдается чёткое выделение среди неформальных практик охоты и рыболовства, которые доминируют в исследовательской повестке, тогда как собирательство остаётся своеобразным белым пятном. Взгляд на традиционные промыслы

<sup>3</sup> Карта грибных мест Новосибирской области: где искать белые, обабки и шампиньоны. *Новосибирский городской сайт*. URL: <https://ngs.ru/text/summer/2020/06/02/69281752/>

характеризуется фокусированием преимущественно на статусе практик природопользования с точки зрения возможности внешнего контроля, (не)намеренном уходе из формального поля, «противопоставления практик потребления ресурсов локальными или этническими сообществами тем нормам, которые предписываются “извне” государством, законом или конкретными контролирующими организациями» [Гаврилова 2019: 14], то есть в целом на исследовании неформальных механизмов регулирования доступа к ресурсам общего пользования. В связи с этим возникают метафоры «свободного пространства» и «вынужденного браконьерства» [Давыдов 2019; Клоков 2020]. «Вынужденное браконьерство» применительно к коренному населению изолированных сел сибирской тайги и тундры означает «необходимое условие выживания коренного населения Сибири в меняющихся условиях окружающего социума» [Клоков 2020: 144], что подчёркивает автономность ресурсодобывающего сообщества. Значимость локальной идентичности, родственных связей с местным сообществом в формировании ценностного отношения к рыбному промыслу (ловля лосося) и в обеспечении морального права на присвоение даров моря показана в этнографическом исследовании в Баренц-регионе [Nakhshina 2012].

Зарубежные исследования существенно расширяют содержательный спектр изучения неформальных практик природопользования, что отражается в более пристальном внимании к собирательству. Традиционный фокус на хозяйственной деятельности локальных, часто этнических, сельских общностей постепенно смещается в сторону практик собирательства недревесных лесных ресурсов (*non-timber forest products* — NTFP) в городских лесах. В рамках первой исследовательской перспективы фиксируются общий спектр потребляемых природных ресурсов, их сезонное и пространственное распределение [Gakou, Force, McLaughlin 1994; Hong, Saizen 2019], доля доходов от продажи NTFP в общем годовом доходе домохозяйства [Sheko et al. 2023]. Стоит отметить внимание исследователей не только к исключительно хозяйственным аспектам собирательства, но и к культурной значимости потребления NTFP [Poudel 2009], присутствию досуговой функциональности собирательства при снижении его экономической роли [McLellan, Brown 2017].

Включённость в собирательство городских жителей пока не находит своего эквивалента в российском исследовательском сегменте. Основным вопросом здесь становится не задача жизнеобеспечения, а взаимодействие агентов природопользования с окружающей средой, их рефлексия относительно собственного влияния на состояние экосистемы, индивидуальный вклад в трагедию общин. Группа авторов, изучавшая практики собирательства недревесных лесных ресурсов в городских лесах Сиэтла, пришла к выводу, что для собирателей-горожан важен тот след, который они оставляют в природном ландшафте [McLain et al. 2017]. Сбор лесных продуктов на урбанизированной территории воспринимается горожанами как легитимное социальное благо [Poe et al. 2013], что влечёт определённые действия по его сбережению. Экспертный опрос в рамках изучения собирательства в городских лесах Вены выявил такие неформальные практики поддержания биологического разнообразия, как сохранение в тайне мест сбора редких видов растений и ограничение объёмов индивидуального сбора дикоросов возможностями единоразового потребления, за исключением ягод и грибов, которые могут быть заготовлены впрок [Schunko, Wild, Brandner 2021].

Здесь необходимо отметить, что городские леса и собирательство (*gathering, foraging*) в них понимаются в зарубежных работах достаточно широко. Когда речь идёт о городских лесах (*urban forests*), под ними понимаются не только собственно лесные насаждения в городской среде, но и разнообразные пространства с присутствующей растительностью (например, задний двор, аллеи, придомовые газоны). Так, сбор гербария, опавших плодов или пряных трав рядом с частным домовладением уже попадает в поле зрения исследователя и позволяет определить такого социального агента как собирателя. Тогда как российские авторы, изучая практики собирательства, фиксируют сбор съедобных грибов и ягод преимущественно в диких лесах, при этом городское пространство, в принципе, не рассматривается как ареал реализации практик собирательства.



Интерес к тематике потребления общих ресурсов определяет обращение к социально-экологической перспективе, подчёркивая тот факт, что «физическая среда может влиять на человеческие общества и поведение (и, в свою очередь, находиться под их влиянием)» [Dunlap, Catton 1979: 244]. В связи с этим стоит упомянуть антропологический взгляд на практики собирательства как особые способы взаимодействия с пространством [Гончаров 2021]. Проблематика вовлечённости, рефлексии агентов природопользования поднимается и в исследовании о восприятии своей роли в окружающей природе жителями Приморья [Позаненко 2022]. Автор подчёркивает, что «восприятие себя в природе населением конкретных территорий без этнической привязки почти не попадает в исследовательский фокус» [Позаненко 2022: 165].

Отталкиваясь от понимания окружающей среды в расширенном варианте, не только как биологического, но и как социального окружения, необходимо обратить внимание на взаимную обусловленность практик природопользования нормами и правилами поведения местного сообщества, вписанность их в контекст. Опорной категорией при этом становится социальная укоренённость экономического действия, которая позволяет проанализировать традиционные практики природопользования с позиций их институционально-исторической обусловленности [Полянши 2002] и локальной социальной детерминированности [Грановеттер 2002].

Социально-экологическая перспектива в своём внимании к «влиянию положения — как во времени, так и в пространстве — на человеческие институты и человеческое поведение» [Маккензи 2008: 232–233] подводит к ещё более пристальному анализу пространственных отношений и обращению к объяснительному потенциалу социальной топологии. Это даёт представление о природном объекте (бор) как о социальном пространстве, то есть о «распределении в физическом пространстве различных видов благ и услуг, а также индивидуальных агентов и групп, локализованных физически и обладающих возможностями присвоения этих более или менее значительных благ и услуг» [Бурдьё 2007: 54]. Потенциально присвоенными могут быть не только дары леса, возобновляемые природные ресурсы, но и само пространство бора в его физическом измерении. Собственно, символическое присвоение пространства бора обеспечивает возможность присвоения его ресурсов. Присвоение пространства осуществляется через практики природопользования, то есть через факт освоения, пребывания в пространстве бора и активной деятельности в нём. Бор понимается как культурный ландшафт, поскольку его пространство «одновременно цельно и дифференцировано, а группа освоила это пространство утилитарно, семантически и символически» [Каганский 2001: 24].

Присвоение пространства бора приводит к возникновению между пользователями бора отношений собственности, «определяющих положение каждого индивида по поводу использования ограниченных ресурсов» [Rejovich 1976: 3]. Классификация правомочий С. Пейовича, выделяющая среди прав собственности четыре составляющие — право пользования имуществом (*usus*), право получения доходов от него (*usus fructus*), право изменять его форму и содержание (*abusus*) и право передавать его другим лицам по взаимно согласованной цене, — даёт возможность более детально проанализировать эти отношения. Само определение прав собственности как отношений между субъектами (в нашем случае — между агентами природопользования) возвращает к взгляду на бор как на социальное пространство в совокупности конституирующих его социальных агентов. Бор становится ареной отношений собственности между агентами природопользования, то есть между жителями сельских поселений, дачниками, туристами-горожанами. Определение своей позиции в бору по отношению к другим пользователям, по сути, представляет собой спецификацию прав собственности если не на бор в целом, то на привычные места пользования им.

Тематика присвоения пространства традиционно обнаруживается в области городских исследований и имеет единичные примеры в неурбанизированных пространствах (тем более в пространствах вне по-



селений). Исследование рекреационной активности в национальном парке в Шотландии [Brown 2015] показало, что (не)вмешательство в окружающую среду (определяемое через наличие физических следов этой активности) может быть значимым фактором для предъявления притязаний на пространство и его осязаемые и неосязаемые общедоступные ресурсы. Более обширные масштабы освоения и присвоения «пустых» пространств в рамках нехозяйственной деятельности выявлены Л. Бляхером и К. Григоричевым в Хабаровском крае как новые неформальные способы заполнения социального пространства смыслами вне властного регулирования и масштабных экономических проектов [Бляхер, Григоричев 2020].

Разнообразие тематического и географического репертуара отмеченных выше исследований приводит к выводу, что проблема доступа и потребления общих природных ресурсов остаётся актуальной для самых разных агентов природопользования. Трагедия общин характерна как для автономных ресурсодобывающих (зачастую этнических) сообществ, так и для посетителей национальных парков и городских лесов, причём присвоение собственно природных ресурсов тесно связано с проблематикой присвоения пространства, что находит отражение в авторской терминологии («пустые», «свободные пространства»). Хозяйственный аспект неформальных практик природопользования неотделим от ценностной компоненты этих практик.

Кейс Караканского бора позволит продемонстрировать, как развивается трагедия общин на территории лесного массива, доступного горожанам в рамках поездки выходного дня. Как решаются задачи одновременного доступа к природным ресурсам для пользователей, в разной степени укоренённых в бору (жителей боровых поселений, дачников-горожан и стихийных туристов)? Влечёт ли укоренённость особые притязания на присвоение пространства бора? Как связаны освоение и присвоение пространства природного объекта? Речь об этом пойдёт в следующих разделах статьи.

### **«Жизнь бором» как механизм достижения равновесия**

Ключевым концептом, который даёт принципиальный ответ на сформулированные выше вопросы, является смысловая категория «жить бором и (или) лесом». Данная категория практически одновременно вышла из уст нескольких информантов, резидентов Караканского бора, в первые дни социологической экспедиции, она в буквальном смысле «рождена полем». Категория «жизни бором» актуальна, не архаична, ею легко оперируют в повседневной речи представители самых разных социальных групп. Вопрос, живете ли вы бором, одинаково уместно звучит и в разговоре с простым жителем села, и с главой администрации сельсовета.

Определённый смысловой дуализм состоит в сочетании экономической и экологической компонент, в том числе в пространственном измерении. Формулировка «жить бором» отсылает нас одновременно к проблематике жизнеобеспечения, вопросам о «хлебе насущном» и при этом фиксирует связь агента с окружающей его средой, укоренённость в ней. Исходя из этого, *присвоение ресурсов бора неотделимо от рефлексии относительно состояния этих ресурсов*, сам факт описания практик природопользования через категорию «жить бором» демонстрирует явную ориентацию пользователей бора на поддержание экологического равновесия.

Поскольку информанты принадлежали к очень разным поколениям и социальным группам, можно сказать, что смысловая категория «жить бором» демонстрирует как устойчивость, глубокую укоренённость (в отношении наименования и общего содержания) практик природопользования жителей боровых поселений, так и изменчивость (как конкретизацию содержания). Кодирование в этой части исследования было, скорее, естественным (*in vivo*) и охватывало 30 транскриптов интервью. Информанты представлены местными жителями боровых поселений, но также включены укоренённые

дачники (длительность пребывания 30–40 лет), насельник монастыря, глава экологического фонда из Новосибирска. Отдельно выделяются два интервью с коренными жительницами прибрежных боровых поселений, которым на момент интервью было чуть больше 80 лет (рождены в 1940-х гг., но точный год рождения не известен). Эти интервью формируют своеобразную точку отсчёта, отсылку к наиболее традиционному режиму природопользования.

Содержательный спектр категории «жить бором и (или) лесом» позволяет имманентно выделить смысловые блоки, представленные в таблице 1.

Таблица 1

**Содержание смысловой категории «жить бором»\***

Критерии классификации	Содержание категории		
Хозяйственная значимость практик природопользования	Сбор даров леса для личного потребления: <i>Вплотную, мы жили бором &lt;...&gt; во-первых, заготовка. Ягоды, грибов, свежий воздух, постоянно, ну, так скажем, многие пользовались вот этим</i> (коренная жительница борового поселения)	Сбор даров леса на продажу, самостоятельно или через посредников: <i>Ну, женщины, вон, ягоду собирают, грибы. Вон, ягодуники собрали ягоду, заготовителям увезли, сдали</i> (житель борового поселения, Алтайский край)	Бор как транспортный путь: <i>Ну, бором, если честно, я говорю, там никто не живёт. Так, через бор только ездим</i> (житель «подборицы», фермер)
Добровольность и (или) вынужденность	Имманентная характеристика боровых поселений: <i>Люди жили бором, они дрова могли взять и всякие дары, и всё это как бы они чувствовали, что это их бор</i> (коренная жительница «подборицы»)	Вынужденная мера, обусловленная отсутствием возможностей заработка: <i>Ну, в лесу, конечно, было, вся деревня жила лесом, работать здесь было негде</i> (коренная жительница прибрежного борового поселения)	
Тип присваиваемых ресурсов	Сбор ягод, грибов, лекарственных средств: <i>Если бором живёт, имеет в виду грибы, ягоды...</i> (жительница боровой деревни)	Заготовка древесины: <i>Раньше мы тоже жили лесом, занимались лесоповалом очень активно. Раньше, первые лет десять, наверное, существования монастыря. Валили и продавали, пилили доски продавали. Это был как бы заработок</i> (насельник монастыря)	

\* Территориальная принадлежность указана только для жителей Алтайского края, так как основная часть информантов проживала на территории Новосибирской области.

«Жить бором» так или иначе включает в себя присвоение ресурсов бора (дикоросы или, гораздо реже, древесина), что определяет устойчивость этой категории. Локальные вариации обусловлены типом присваиваемых ресурсов, критерием добровольности присваивающей деятельности, фактом получения денежного дохода. Данная категория может описывать как индивидуальную деятельность, так и хозяйственный уклад поселения. Взгляд на бор как на транспортный путь является, пожалуй, либо исключением в совокупности представлений о вовлеченности в природопользование жителей боровых поселений, либо более современной трактовкой понятия «жить бором». Главную роль в содержательном наполнении категории «жизнь бором» играют практики собирательства.

Нарративы коренных жителей прибрежных боровых поселений, описывающих практики собирательства в 1940–1950-е гг. XX века, дают основания определить эти практики как действительно жизнеобеспечивающие, демонстрируют одновременно и экономическую зависимость, и высокую (эмоциональную) вовлечённость в практики собирательства:

*А вы знаете, какой был бор, это вообще — сказка!.. Вот такие были поляны, допустим вот, черничные <...>. Сколько было, вот, допустим, в детстве брусники... Два-три ребёнка — мы, вот,*

*эти десятилетние дети — махом нагребали эту бочку брусникой, обратно шли пешком <...> С детства все мы жили этим бором. Буквально жили. Грибов было — ступить негде, ягод — никто их не выбирал <...> И мы вот за счёт этого одевались, обувались <...> Вот за счёт этого Караканского бора мы жили. Сколько мы сдавали ягод, сколько мы сдавали грибов, без конца. А это всё деньги были, деньги (коренная жительница прибрежного борового поселения).*

*Вся деревня жила вот этой ягодой, груздями — солили. Заготовители иногда приезжали (коренная жительница прибрежного борового поселения).*

Такое восприятие бора и присваивающих практик, безусловно, имеет элемент романтизации, даже идеализации боровой жизни, опирается на ностальгические воспоминания информантов о своём детстве. Однако полученные сведения не лишены и фактических данных об объёмах сбора и потребления (продажи) дикоросов. Кроме того, эмоциональность описания призывает к сравнению, поиску аналогичных критериев оценки своей деятельности в бору сегодняшними информантами, представителями более молодых поколений.

Описание нашими информантами практик природопользования 1950-х гг. согласуется с данными этнографических исследований крестьянского быта Западной Сибири в период Великой Отечественной войны и после неё [Мазырина 2018], фиксирующими широкое распространение практик сбора грибов (дифференцированно по территориям произрастания) и ягод (повсеместно) и их последующей заготовки (засолка, сушка и т. п.) для длительного хранения. Информанты почти дословно воспроизводят предложенное Т. Щегловой определение «кормящий ландшафт» [Щеглова 2021]:

*Лес сейчас не кормит, сейчас редко кто ездит даже себе за ягодой, за грибами (коренная жительница боровой деревни, родилась в 1940 г.).*

Продажа присвоенных даров леса осуществлялась как через местные заготовительные конторы<sup>4</sup> (или индивидуальных заготовителей), так и в формате самостоятельной продажи в городе:

*Наберём по 10 вёдер <...> Солили по 50 банок трёхлитровых <...> В город увозишь и продаёшь, 10 рублей банка (коренная жительница боровой деревни).*

Эмпирические данные позволяют зафиксировать возможность получения дополнительного денежного дохода от собирательства и в более поздние периоды времени (1970–1980-е гг.), причём как для местных жителей, так и для приезжающих горожан из Новосибирска:

*Люди набирали по несколько вёдер брусники, черники, садились на теплоход, уезжали в город, продавали и возвращались обратно, то есть этим жили (укоренённый дачник из борового поселения, длительность проживания более 30 лет).*

*Летом из новосибирского теплохода целый десант высаживался, люди с рюкзаками шли <...> Был палаточный город, кое-кто приезжал на лодках, с велосипедами, шли, ставили палатки, жили, собирали бруснику, грибы, рыбу ловили, коптили, целые отпуска проводили здесь (житель прибрежного борового поселения, Алтайский край).*

*Сколько здесь много было груздей, что у неё бочек по 20 за день [В заготовительном пункте. — П. Л.]. Сдавали грибы, сдавали калину, сдавали бруснику <...> Бочки вот такие огромные, и*

<sup>4</sup> Скорее всего, имеются в виду заготовительные конторы потребительской кооперации.

*увозили в Новосибирск <...> У нас конь раньше был, у мамы с папой, и вот поедем в лес, они калины нарвут, сдадут и нас на это одевали <...> Да, хватало вот это разовое, что вот они сегодня съездили, сдали и одевали в школу, а нас было трое (коренная жительница борового поселения).*

Хронологически последние упоминания о высокой значимости даров леса для жизнеобеспечения массового пользователя бора относятся к 1990-м гг. Об этом сообщают и укоренённые дачники, и береговые туристы-старожилы, пребывающие на прибрежных территориях Караканского бора в течение нескольких десятилетий:

*Когда перестроечные времена были и работы не было вообще, мы жили здесь, то есть как приезжаешь в мае, так и в сентябре уезжаешь отсюда <...> Рыбу ловили, грибы (туристы-старожилы на берегу Новосибирского водохранилища, длительность присутствия более 40 лет).*

На сегодняшний день, несмотря на общее снижение воспроизводимых ресурсов бора (это единодушно отмечают как коренные жители сел, так и укоренённые дачники), исследовательским коллективом была выявлена группа «профессиональных собирателей», доход которых от продажи даров леса вносит значимый вклад в бюджет домохозяйства (позволяет закупить дрова на зиму, корм для скота и т. п.). Основными покупателями являются многочисленные горожане, грибники-дилетанты, приезжающие отчасти благодаря мифологизации Караканского бора как одного из лучших грибных мест Новосибирской области.

*Здесь покупатель другой. Покупатель с багажником... Я же торговал в городе и здесь, самое лучшее место здесь... Я и бензин экономлю, и, если у меня быстро купили, я второй раз... Бывает, что по два раза мы ездим (житель борового поселения, продавец грибов).*

В настоящее время сбор даров леса на продажу не является преемственной практикой по отношению к сдаче ресурсов бора в заготовительные конторы, которые существовали в советский период (вплоть до 2000-х гг., по словам жителей одного из боровых поселений). Сегодняшние профессиональные грибники — в значительной степени предприниматели, самостоятельно решающие вопросы установления цен на товар, выбора мест и времени торговли. Отмечая это отличие новых практик продажи присвоенных ресурсов бора, профессиональных грибников можно назвать предпринимателями и в институциональном ключе, поскольку свою задачу «привносить нечто новое, продвигать изменения и налаживать работу полей стратегических действий» [Флигстин, Макадам 2022: 62] они реализуют в полной мере. Заготовительные конторы советского периода описывают перераспределительную форму интеграции в терминологии К. Поланьи, а современные профессиональные грибники конструируют обменные отношения с посещающими бор горожанами. Такие индивидуальные практики природопользования немногочисленных профессиональных грибников наиболее ярко иллюстрируют хозяйственный полюс «жизни бором», в отличие от массового сбора ягод и грибов сельскими жителями и нерегулярной продажи излишков.

*Если человеку нечем жить, он летом готовит и продаёт это всё, и на зиму... Как бы себе... Обеспечивает средствами себя (глава сельской администрации).*

*Для себя, ну и на продажу... Отдыхающих много, почему бы и не продать, если спрос есть <...> Летом люди на этом деньги зарабатывают (жительница борового поселения).*

Веберовская типология социального действия [Вебер 1996] даёт ещё один взгляд на практики собирательства. Сбор дикоросов (преимущественно грибов) на продажу представляет собой целерациональ-



ное действие, которое требует чёткой организации процесса и мобилизации ресурсов домохозяйства. Для того чтобы успешно продать грибы, собрать их необходимо рано утром, предварительно обработать, привезти к месту продажи. Часто в этом задействованы несколько членов семьи. И такая нацеленность на результат, скорее всего, уводит эмоциональное вовлечение на второй план. Целерациональные практики собирательства в качестве дополнительного дохода, указанные информантами, вносят существенный вклад в формирование уровня жизни резидентов бора.

Сбор для личного потребления характеризуется как традиционное (или ценностнорациональное) действие. Получение дополнительного дохода (в денежном или натуральном выражении) не является основной задачей, объёмы собираемых даров леса (и продаваемых излишков) несущественны для жизнеобеспечения семьи. Это касается в первую очередь сбора ягод. Лесные ягоды вполне могут быть замещены выращиваемыми в личных подсобных хозяйствах (ЛПХ) в абсолютном выражении, тем более что сбор лесных ягод достаточно трудоёмок. В своей традиционной вариации практики собирательства направлены на поддержание качества жизни:

*Это просто традиция <> Вот мы нынче ездили, хоть уже сил и мочи нет, но охота, хочется самим набрать (жители «подборицы»).*

В следующем высказывании проявляется также поколенческая пространственная связь практик собирательства, включая их непосредственную физическую локализацию. Одна из информанток отмечает:

*Я даже сейчас, с детства, бегаю на те места, где мама у меня ходила, грибы собирала (жительница борового поселения).*

Такая поколенческая преемственность была зафиксирована не только в практиках сельских жителей среднего возраста, но и среди школьников из борового поселения.

Ученица начальной школы в рамках учебного мероприятия на тему профессий «*вылепила из пластилина там грибы, ягоды, там эти вот травки. То есть ребёнок считает, что... Ну, это начальная школа, по идее, там они уже должны знать, что такое профессия... Что этим можно жить*» (школьный учитель, жительница борового поселения).

Живут ли бором современные его резиденты? Ответ на этот вопрос может быть как утвердительным, так и отрицательным. Сбор ягод и грибов в значимых для жизнеобеспечения домохозяйства объёмах остался в прошлом. Усилилась профессионализация собирательства, сформировалось узкое локальное сообщество профессиональных собирателей — жителей боровых поселений. Одновременно в пространстве коллективной памяти на качественном уровне сама возможность присвоения и потребления дикоросов остаётся значимой. Ресурсы бора воспринимаются местными жителями как общие, их доступность принципиально важна как составляющая локальной идентичности. Способствует этому поколенческая преемственность культуры собирательства. Одним из примеров этой преемственности и укоренённости в пространстве бора является феномен «своих мест».

### **«Свои места» в бору: между частной и общей собственностью**

«Свои места» — вещественный индикатор включённости в бор, прямое следствие интеграции социальных агентов в ландшафт бора. «Свои места» представляются неотъемлемым атрибутом живущего бором агента природопользования. Своеобразная линия демаркации между группами агентов, живущих бором, и между агентами, имеющими свои места, состоит в том, что свои места могут быть и у дачников, не только у сельских жителей, тогда как категория «жить бором» к дачникам-горожанам скорее, неприменима.



Одна из наиболее удачных формулировок информантов, соединяющих «свои места» с «жизнью бором», такова:

*А, свои места? Да примерно знаю, что там, например, 16-й км, там 9-й км, там же километраж идёт <...> Да. Вот так вот. Там примерно ищем. Ну, что там, много надо на зиму нам? Я же не живу, как те люди, этим всем (жительница борового поселения).*

Из каких сущностных характеристик конструируется понятие «свои места»? В целом «свои места» можно определить как конкретные локации заведомо успешной реализации практик собирательства, то есть способ снижения временных издержек сбора дикоросов.

*Знать места, это значит знать, где из года в год могут появляться белые грибы, на каких опушках и где их нужно проверять (укоренённые дачники из боровой деревни).*

Наличие своих мест характерно для тех пользователей, которые действуют в пространстве бора достаточно длительное время. Наличие своих мест — это своего рода визитная карточка, показатель квалификации настоящего грибника.

*У каждого-то грибника своё место, конечно, у каждого приличного грибника свои места есть (самоопределение информанта: «системные» или «приличные» грибники; укоренённые дачники из боровой деревни).*

Укоренённость обусловлена как фактором длительности и периодичности реализации практик (на своё место необходимо хотя бы один раз вернуться), так и эмоциональной привязанностью (локация, место должно понравиться, его необходимо запомнить):

*К нему привыкаешь как-то, к этому месту, постоянно там (житель борового поселения).*

Таким образом, через освоение пространства бора (как в объективном измерении длительности и периодичности, так и в субъективном — эмоциональном восприятии) происходит присвоение этого пространства и превращение отдельных локаций в «свои», то есть формируются *транзитивные отношения собственности*. В процессе присвоения воспроизводимых ресурсов бора происходит освоение и присвоение самого пространства бора. Можно отметить и обратную связь: присвоенное пространство является фактором легитимации практик природопользования.

Спецификой своих мест является их субъективное конструирование и, в принципе, существование. Процесс присвоения состоит в индивидуальном опыте сбора даров леса.

*Я считаю это мои, потому что я нашла, в соснах, там ни травки, ничего нет, и легко там грибочки, груздей набрала. Я считаю, что это моё место. Если мне нужно будет, захочу я груздей, я пойду туда быстренько, чтобы там нарвать (коренная жительница борового поселения).*

Такое своё место может быть обозначено только на карте конкретного собирателя; более того, если кто-то ещё узнает о данной локации, место перестаёт быть своим. Ресурс из приватного станет общим. Субъектом присвоения может быть не один пользователь, а группа (например, родственная), но группа закрытая. Хотя встречаются и случаи дарения своих мест:

*Вот мы когда приехали, [имярек] нам все места показал, грибные (дачница из боровой деревни).*

В таких случаях локации обозначаются по наименованию их первого «собственника». Свои места передаются по наследству, в пользовании своими местами прослеживается преемственность поколений.

Парадокс своих мест заключается в том, что индивидуальное право собственности строго охраняется (о своих местах никому не принято рассказывать), но основания для единоличного владения отсутствуют.

*Местные грибники берегут свои места, никому не показывают, не рассказывают (дачник из боровой деревни).*

Ещё больше защищается право собственности в том случае, если продажа даров леса приносит существенный дополнительный доход.

*Ну, люди знают, те, кто занимается профессионально грибами и ягодами, особенно ягодами, они знают, конечно. У них свои места... Если эти люди живут, они, конечно, не скажут (глава сельской администрации).*

Поскольку карты своих мест множественны, они взаимно пересекаются. Если в лесу на своём месте встречается ещё один собиратель, то никаких требований освободить место к нему не предъявляется, просто выбирается другое место для сбора дикоросов.

*И у всех, конечно, есть определённые места, в которые обязательно надо сходить, там должно быть... Просто проверить... Это место может быть не одного, а человек там 20... Можно приехать, посмотреть... Ага, тут собирают. Значит, пройдем дальше, в сторону (коренные жители борового поселения).*

В итоге пользователи бора потенциально обладают всей совокупностью правомочий (в классификации С. Пейовича). Но при этом права собственности размыты, поскольку невозможно их однозначно идентифицировать и обеспечить надёжную защиту. Право пользования можно реализовать при условии отсутствия в конкретной локации других грибников (в том числе в предыдущие периоды времени). Объект собственности («своё место») конструируется исключительно индивидуально, публичная демонстрация владения своим местом возможна только при личном присутствии пользователя в данной локации. Препятствий для передачи по наследству или для получения дохода (в ситуации свершившегося пользования ресурсом) не наблюдается. Сложившаяся ситуация, кажущаяся на первый взгляд противоречивой, обеспечивает одновременное пользование ограниченным природным ресурсом (урожаем дикоросов в каждый конкретный год непредсказуем, и отсутствуют возможности влияния на производительность бора) и отсутствие открытых конфликтов. В то же время фиксируется неявная конкуренция, реализующаяся в стратегиях сбора (выехать пораньше). Отношения собственности в режиме своих мест возникают, когда речь идёт об относительно редких ресурсах (белые грибы в неурожайный год; отдельные виды грибов — рыжики, лисички; ягоды — черника, брусника). Если ресурс достаточен, то нет необходимости в индуцировании прав собственности, общее пользование удовлетворяет потребности жителей поселения либо места изначально всем известны, визуально открыты:

*Раньше у нас было место, здесь были сады, и вот там, за садами, были поляны, там всегда клубника, и я ещё девчонкой была. И если люди уезжали <...> куда-то в город переезжали, то летом на этих полянах всегда встречались все городские, и все мы на этих полянах виделись (коренная жительница «подборицы»).*

Ягоды — относительно более редкий ресурс (особенно черника) и более трудоёмкий для сбора, чем грибы, которые в урожайный год переходят из разряда редкого ресурса в общедоступный. Общее оску-

дение бора обусловило необходимость существования «своих мест» для удовлетворения хозяйственных потребностей. Свидетельства информантов о практиках собирательства середины XX века описывают менее конкурентную ситуацию:

*Раньше туда [дальше в бор] мы ни за груздями, ни за чем не ходили, мы ходили, вся деревня ходила только на эти дороги (коренная жительница боровой деревни).*

Значительное увеличение пользователей бора за счёт притока горожан ставит под угрозу существование своих мест, ещё больше размывает права собственности, исключает возможность индивидуализировать общий ресурс, что не гарантирует эффективного сбора и, следовательно, разрушает сам феномен своих мест как основания получения дохода.

Респондент. *У каждого горожанина есть своё место в Караканском бору, кто сюда ездит за грибами, за ягодами, уже есть конкретно своё место.*

Интервьюер. *А сейчас просто, вот те, которые были Ваши, тоже выгребаются?*

Респондент. *Они уже общие стали.*

(Коренной житель борового поселения.)

Свой вклад в исчезновение «своих мест» вносит и лесозаготовка, физически изменяя пространство бора. В данном случае пространство бора является общим ресурсом не только для группы собирателей, но и в более широком социально-экономическом контексте.

*Сейчас их нет, потому что там прошли лесозаготовки, разработки, и все мои любимые места, где мы собирали ещё в 80-е годы ягоды, грибы, либо это недоступно из-за того, что дико разбиты дороги лесовозами, и мы туда добраться не можем, либо эти места просто перестали существовать (коренная жительница борового поселения).*

Функционально свои места служат поддержанию воспроизводства природных ресурсов в должном качественном и количественном отношении, а более широко — существованию экосистемы, что согласуется с результатами исследований как в городских лесах Вены [Schunko, Wild, Brandner 2021], так и в сельских районах Китая [McLellan, Brown 2017]. Иначе говоря, свои места обеспечивают социальную справедливость в отношении доступа к ресурсам бора и безопасность (открытость для «своих» и закрытость для «чужих»). Система моральных прав и ожиданий [Скотт 1999] определяет негативную оценку присваивающих практик некоторых горожан-дачников, поскольку объёмы их собирательства превышают конвенционально одобряемые масштабы.

*Вот я не хожу за грибами, а они (дачники) сразу в лес, за грибами. На машины садятся, как добытчики (жительница боровой деревни).*

Соблюдение норм и правил бережного и рационального природопользования является одним из ключевых аргументов для притязаний укоренённых пользователей бора (длительно присутствующих дачников и местных жителей) на присвоение его пространства и реализацию практик природопользования, что согласуется с результатами исследования как практик рыболовства в Баренц-регионе [Nakhshina 2012], так и рекреационной активности в национальном парке в Шотландии [Brown 2015]. Дискурсивно это выражается в противопоставлении носителей культуры собирательства и не прошедших соответствующую профилльную социализацию горожан:

*Местные жители отличаются от городских <...> Уже у детей мы прививаем трепетное отношение к нашему бору. А городские, конечно, простите меня, очень нехорошо ведут себя, многие, не все, конечно (укоренённый дачник из боровой деревни, длительность пребывания более 30 лет).*

«Свои места» — неформальный институт квазисобственности на пространство бора. Согласно определению Д. Норта, это «правила, механизмы, обеспечивающие их выполнение, и нормы поведения, которые структурируют повторяющиеся взаимодействия между людьми» [Норт 1993: 73]. «Свои места» имеют промежуточный характер между индивидуальной частной собственностью и коллективным регулированием потребления общих ресурсов, так как соблюдение норм поведения каждым членом сообщества необходимо для достижения общего бесконфликтного и эффективного пользования ресурсом, но фактически сообщество не имеет рычагов прямого влияния на индивидуальное поведение. «Свои места» формируются через личный опыт агента природопользования, но их прямым назначением является регуляция совместного пользования ресурсами бора.

Итак, правила совместного пользования ресурсами бора в режиме «своих мест» заключаются в следующем:

- о «своих местах» не принято рассказывать, это приватное знание;
- исключение составляют доверенные лица, передача по наследству, дарение;
- нельзя предъявлять претензии на единоличное пользование «своим местом» в ситуации, если в одной локации одновременно встретились несколько пользователей (отчасти это следствие приватного знания);
- для повышения результативности собирательства «своих мест» должно быть множество (как минимум, в соответствии с количеством видов собираемых дикоросов).

Неисполнение установленных неформальных соглашений (например, раскрытие «своих мест» массовым пользователям-горожанам) несёт угрозу удовлетворению потребностей как отдельного жителя, так и сельского сообщества в целом. Этой же цели служит передача культуры собирательства от поколения к поколению.

*Если мы ходили со взрослым поколением в лес, они показывали, как правильно грибок нужно срезать, как его или выкрутить надо, чтобы не повредить грибницу, как правильно собрать эту ягодку, чтобы её не сломать и там не повредить куст или ещё что-то там... Да, вот это всё. Сейчас этого нет, и молодёжь не ходит, и у них нет понятия, вот это вот всё, а как правильно (укоренённая дачница из боровой деревни, длительность пребывания более 30 лет).*

Таким образом, осуществляется хотя бы минимальный, но доступный контроль за производительностью бора и проявляются неформальные договорённости, усвоенная культура пользования общим ресурсом [Остром 2010], обеспечивающая его сохранность и воспроизводимость.

## **Заключение**

Исследование демонстрирует вариативность практик собирательства, реализуемых в пространстве целостного природного объекта — Караканского бора, вносит вклад в изучение собирательства не как промысловой практики локальной общности, а фокусируется на её массовости и доступности. Отсле-

живаются социальные характеристики пространства, расположенного вне территориальных границ поселений.

Описание практик собирательства укоренёнными пользователями бора, местными жителями и дачниками с длительным опытом присутствия через смысловую категорию «жить бором» демонстрирует установку на поддержание экологического и социального равновесия, включает рефлексивную относительно воспроизводимости ресурсов бора и тем самым понижает градус трагичности проблемы общего пользования. Семантически «жизнь бором» близка к эксплоярной экономике [Шанин 1999], особенно в наиболее традиционной своей версии. Трактовка категории «жить бором» коренными жителями боровых поселений в большой степени указывает на коллективную вовлечённость жителей в неформальное природопользование (*вся деревня жила бором, собирательный субъект*). Для современных сельских жителей такие практики носят, скорее, индивидуализированный характер (*если человеку нечем жить — он летом готовит и продаёт, единичный субъект*). Общая вовлечённость в природопользование, ориентация на практики собирательства остаётся высокой если не фактически, то в пространстве коллективной памяти. Сбор и потребление дикоросов значимы если не хозяйственно, то символически для резидентов бора — местных жителей, дачников-горожан и горожан-туристов. Эти последние, хотя и пребывают в бору в течение ограниченного времени, нацелены на потребление даров леса в больших объёмах, тем самым формируя «мобильный» рынок сбыта для жителей боровых поселений, профессиональных собирателей.

«Свои места» как транзитивный неформальный институт собственности носят двойственный характер. Имея в своей основе личный опыт собирательства, они служат регулированию совместного пользования ресурсами бора. Таким образом поддерживается экологическое и социальное равновесие, то есть обеспечивается бесконфликтный доступ резидентов бора к дикоросам как общим ресурсам. Поколенческая преемственность «своих мест» в бору — один из элементов сохранения культуры собирательства, традиционного хозяйственного уклада и в то же время ответ сообщества на меняющийся (в том числе социальный) ландшафт бора, проявление адаптивности социально-экологической системы. Ключевая роль в регуляции пользования общими ресурсами принадлежит коллективным нормативным установлениям, но локус контроля всё же индивидуален. Локальность (изолированность) местного сообщества размыта, темпорально изменчива, что не даёт в данном случае возможности говорить о нём как о социальном акторе.

Фактическое отсутствие формального регулирования собирательства общеупотребимых грибов и ягод, имманентная неоднозначность «своих мест» как социального конструкта позволяют назвать пространство бора «свободным» в интерпретации В. Давыдова, то есть таким, где «не административные структуры, а сами люди контролируют свои действия и участвуют в принятии решений» [Давыдов 2019: 79]. Введение дополнительных формальных норм природопользования (например, создание особо охраняемой природной территории — ООПТ)<sup>5</sup> может нарушить существующее социальное равновесие, лишит резидентов бора этого свободного пространства и повлечёт отчуждение их от освоенного ландшафта.

Ценностная компонента практик собирательства в рамках данного исследования лишь обозначается и обоснованно требует своего развития. Реализовать это целесообразно с привлечением аналитического потенциала концепции «чувства места» (И-Фу Туан, Ричард Стедман, Брэдли Йоргенсен и др.), что позволит проанализировать отношение агентов природопользования к окружающей среде во всём внутреннем структурном многообразии.

<sup>5</sup> Караканский бор обрёл статус особо охраняемой природной территории 17 августа 2022 г. (см. <https://mpr.nso.ru/news/5685>).



Развитие исследовательской перспективы видится автору в большей специализации и тематизации изучения практик собирательства. Возможны два вектора: (1) погружение в локальные ресурсодобывающие сообщества в целях подробного изучения их внутренней структуры и системы отношений между конституирующими это сообщество субъектами, в том числе выбор конкретного борового поселения как локального кейса; (2) обращение к более широкому и разнородному эмпирическому объекту, собирателям-горожанам. Второй вектор предполагает уточнение места неформальных практик природопользования в образе жизни горожанина из современного мегаполиса.

## Литература

- Барсукова С. Ю. 2012. Неформальная экономика: понятие, история изучения, исследовательские подходы. *Социологические исследования*. 2: 31–39.
- Бурдьё П. 2007. *Социология социального пространства*. М.: Институт экспериментальной социологии; СПб.: Алетейя, 2007.
- Бляхер Л. Е., Григоричев К. В. 2020. «Острова в тайге»: формы (ре)освоения «пустого пространства» на востоке России. *Полития*. 2: 158–181.
- Вебер М. 1996. Основные социологические понятия. В кн.: Трошкин В. П. (сост.), Добренков В. И. (отв. ред.). *Западноевропейская социология XIX — начала XX веков*. М.: Издательство Международного университета бизнеса и управления: 455–491.
- Гаврилова К. А. 2019. Опасное природопользование: рыбные ресурсы и ностальгия по государству в Баренц-регионе. *Этнографическое обозрение*. 4: 13–28.
- Гончаров Н. С. 2021. «Сгущения» пространства в процессе собирательства, рыболовства и охоты: на примере села Жиганск, Республика Саха (Якутия). *Журнал социологии и социальной антропологии*. 24 (2): 181–211.
- Грановеттер М. 2002. Экономическое действие и социальная структура: проблема укоренённости. *Экономическая социология*. 3 (3): 44–58. URL: <https://ecsoc.hse.ru>
- Давыдов В. Н. 2019. Неформальное природопользование на Северном Байкале: добыча биоресурсов в свободных пространствах. *Этнографическое обозрение*. 4: 76–88.
- Ермолин И. В. 2019. Предумышленный прилов каспийского тюленя и развитие нелегального рынка биоресурсов в Дагестане: экономико-социологический подход. *Экономическая социология*. 20 (1): 83–122. URL: <https://ecsoc.hse.ru>
- Каганский В. Л. 2001. *Культурный ландшафт и советское обитаемое пространство*. М.: Новое литературное обозрение.
- Клоков К. Б. 2020. Между государством и рынком: неформальные практики природопользования в сибирских селах. *Этнография*. 1 (7): 142–165.
- Мазырина А. А. 2018. Заготовка на зиму продуктов собирательства и огородничества как элемент питания крестьян Алтайского края в годы Великой Отечественной войны (на примере устных источников). *Вестник Алтайского государственного педагогического университета*. 1 (34): 105–108.

- Маккензи Р. 2008. Экологический подход к изучению человеческого сообщества. *Вопросы социальной теории*. 2 (1): 232–246.
- Норт Д. 1993. Институты и экономический рост: историческое введение. *THESIS*. 2: 69–91.
- Остром Э. 2010. *Управляя общим: эволюция институтов коллективной деятельности*. М.: ИРИСЭН; Мысль.
- Поланьи К. 2002. Экономика как институционально оформленный процесс. *Экономическая социология*. 3 (2): 62–73. URL: <https://ecsoc.hse.ru>
- Позаненко А. А. 2022. Восприятие человеком своей роли в окружающей природе. Парадокс Приморья. *Вестник археологии, антропологии и этнографии*. 3 (58): 165–173.
- Скотт Дж. 1999. Моральная экономика деревни. В кн.: Шанин Т. (ред.) *Неформальная экономика. Россия и мир*. М.: Логос; 541–544.
- Флигстин Н., Макадам Д. 2022. Теория полей. *Экономическая социология*. 23 (1): 60–100. URL: <https://ecsoc.hse.ru>
- Шанин Т. 1999. Эксплоярные экономики и политэкономика обочин. Формы хозяйства вне систем. В кн.: Шанин Т. (ред.) *Неформальная экономика: Россия и мир*. М.: Логос; 545–554.
- Щеглова Т. К. 2021. Собирачество в системе питания сельского русского населения юга Западной Сибири: адаптационные повседневные практики как фактор победы в Великой Отечественной войне. *Историческая этнология*. 6 (1): 65–81.
- Brown K. M. 2015. Leave Only Footprints? How Traces of Movement Shape the Appropriation of Space. *Cultural Geographies*. 22 (4): 659–687.
- Curtain C. 2022. *QualCoder 3.2* [Computer Software]. URL: <https://github.com/ccbogel/QualCoder>
- Dunlap R. E., Catton W. R. 1979. Environmental Sociology. *Annual Review of Sociology*. 5: 243–273.
- Gakou M., Force J. E., McLaughlin W. J. 1994. Non-Timber Forest Products in rural Mali: A Study of Villager Use. *Agroforestry Systems*. 28 (3): 213–226.
- Hardin G. 1968. The Tragedy of the Commons. *Science*. 162 (3859): 1243–1248.
- Hong N. T., Saizen I. 2019. Forest Ecosystem Services and Local Communities: Towards a Possible Solution to Reduce Forest Dependence in Bach Ma National Park, Vietnam. *Human Ecology*. 47 (3): 465–476.
- McLain R. J. et al. 2017. Urban Non-Timber Forest Products Stewardship Practices among Foragers in Seattle, Washington (USA). *Urban Forestry and Urban Greening*. 28 (October): 36–42.
- McLellan T., Brown M. 2017. Mushrooms and Cash Crops Can Coexist in Mountain Livelihoods: Wild Mushrooms as Economic and Recreational Resources in the Greater Mekong. *Mountain Research and Development*. 37 (1): 108–120.

- Nakhshina M. 2012. 'Without Fish, There Would Be Nothing Here': Attitudes to Salmon and Identification with Place in a Russian Coastal Village. *Journal of Rural Studies*. 28 (2): 130–138.
- Pejovich S. 1976. The Capitalist Corporation and the Socialist Firm; A Study of Comparative Efficiency. *Swiss Journal of Economics and Statistics*. 112 (1): 1–25.
- Poe M. R. et al. 2013. Urban Forest Justice and the Rights to Wild Foods, Medicines, and Materials in the City. *Human Ecology*. 41 (3): 409–422.
- Poudel J. M. 2009. Cultural Understanding of Non-timber Forest Products among the Babuban Community People of Eastern Nepal. *Occasional Papers in Sociology and Anthropology*. 11: 126–147.
- Schunco C., Wild A. S., Brandner A. 2021. Exploring and Limiting the Ecological Impacts of Urban Wild Food Foraging in Vienna, Austria. *Urban Forestry and Urban Greening*. 62: art. 127164. URL: <https://doi.org/10.1016/j.ufug.2021.127164>
- Sheko M. et al. 2023. Importance of Socio-Economic and Institutional Factors in the Collection of Dry Forest Products: The Case of Gum and Resin in Jawi District, Northwest Ethiopia. *Trees, Forests and People*. 11: art. 100379. URL: <https://doi.org/10.1016/j.tfp.2023.100379>
- Short Gianotti A. G., Hurley P. T. 2016. Gathering Plants and Fungi Along the Urban-Rural Gradient: Uncovering Differences in the Attitudes and Practices among Urban, Suburban, and Rural Landowners. *Land Use Policy*. 57: 555–563.
- Stoian D. 2005. Making the Best of Two Worlds: Rural and Peri-Urban Livelihood Options Sustained by Nontimber Forest Products from the Bolivian Amazon. *World Development*. 33 (9): 1473–1490.

## BEYOND BORDERS

Polina Lavrusevich

# To Live with a Pine Wood or To Live in a Pine Wood: Gathering Practices and Space Appropriation (the Case of Karakansky Pine Wood)

**LAVRUSEVICH, Polina**—Senior Lecture, Novosibirsk National Research State University. Address: 1 Pirogova str., 630090, Novosibirsk, Novosibirsk region, Russian Federation.

**Email:** [p.lavrusevich@ngs.nsu.ru](mailto:p.lavrusevich@ngs.nsu.ru)

### Abstract

The study focuses on informal gathering practices employed by different groups of nature management agents on the territory of Karakansky pine wood. Karakansky pine wood is a large forest area located within the borders of the Novosibirsk Region and Altai Territory. The practices, observed among social agents with varying degrees of connection to the pine wood (local residents, summer residents and city dwellers-tourists), offer insights into the mechanisms employed to solve the problem of general access to nature resources—a case akin to the tragedy of commons. The research draws upon observational materials and interviews with pine wood residents collected during sociological expeditions

conducted in July–September of 2021 and July 2022. At the core of the appropriation practices lies the concept of “living with the pine wood,” which semantically encompasses both economic and ecological aspects. It highlights the inseparability of resource appropriation and contemplation of their present state and well-being, deterring a predatory mentality of “even the flood if after us” (posle nas khot’ potop, meaning “take everything as far as we are not dealing with consequences.”) Presently, the sustenance of the majority of pine wood inhabitants no longer rely significantly on wild mushrooms and berries. However, symbolically, the availability of forest gifts remains important, emphasizing the perception of nature resources as communal. The professionalization of gathering has been observed, with a distinct group of rural residents standing out as gatherers who sell forest products, collected in the vicinity of the points of sale, to urban dwellers visiting the forest for recreation. As the pine wood space is mastered, a network of transitive property relations emerges, manifesting in the concept of “own places” for foragers within the forest. These “own places” serve as individually mastered and appropriated sections of the forest, situated between private and communal property, and can be characterized as individualized common resources. Functioning as a set of norms and rules for nature management, these “own places” serve to maintain social and ecological balances in the pine wood, i.e. provide conflict-free access to a common resource while ensuring their sustainable utilization by curbing excessive personal consumption.

**Keywords:** informal nature management; common resources; gathering practices; space appropriation; property rights; Karakansky pine wood; “one’s own places”.

### Acknowledgements

The project was supported by the Khamovniki Foundation. Project manager—I. A. Skalaban, participants—P. E. Lavrusevich, T. D. Alekseev, E. A. Grach, A. V. Dubynin. Available at: <https://khamovniki.ru/neformalnye-praktiki-prirodopolzovaniya-karakanskogo-bora-mezhdu-socialnym-prisvoeniem-i-socialnoj-kooperaciej/>

### References

Barsukova S. Yu. (2012) Neformal’naya ekonomika: ponyatiye, istoriya izucheniya, issledovatel’skiye podkhody [Informal Economy: Concept, History, Research Approaches]. *Sociological Studies = Sotsiologicheskie Issledovaniia*, no 2, pp. 31–39 (in Russian).

- Blyakher L. Ye., Grigorichev K. V. (2020) “Ostrova v tayge”: phormy (re)osvoyeniya «pustogo prostranstva» na vostokey Rossii [Islands in Taiga: Forms (Re)Development of Empty Space in the East of Russia]. *Politeia = Politika*. no 2, pp. 158–181 (in Russian).
- Brown K. M. (2015) Leave Only Footprints? How Traces of Movement Shape the Appropriation of Space. *Cultural Geographies*, vol. 22, no 4, pp. 659–687.
- Bourdieu P. (2007) *Sotsiologiya sotsial'nogo prostranstva* [Sociology of Social Space], Moscow: Institut eksperimental'noy sotsiologii; St. Petersburg: Aleteyya (in Russian).
- Curtain C. (2022) *QualCoder 3.2* [Computer software]. Available at: <https://github.com/ccbogel/QualCoder> (accessed 31 March 2023).
- Davydov V. N. (2019) Nephormal'noye prirodopol'zovaniye na Severnom Baykale: dobycha bioresursov v svobodnykh prostranstvakh [Informal Environmental Management in Northern Baikal: Extracting Biore-sources in Free Spaces]. *Ethnographic Review = Etnograficheskoe obozrenie*, no 4, pp. 76–88 (in Russian).
- Dunlap R. E., Catton W. R. (1979) Environmental Sociology. *Annual Review of Sociology*, no 5, pp. 243–273.
- Fligstein N., McAdam D. (2022) Teoriya poley [A Theory of Fields (Excerpt)]. *Journal of Economic Sociol-ogy = Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 23, no 1, pp. 60–100. Available at: [https:// https://ecsoc.hse.ru/2022-23-1.html](https://ecsoc.hse.ru/2022-23-1.html) (accessed 31 March 2023) (in Russian).
- Gakou M., Force J. E., McLaughlin W. J. (1994) Non-Timber Forest Products in Rural Mali: A Study of Vil-lager Use. *Agroforestry Systems*, vol. 28, no 3, pp. 213–226.
- Gavrilova K. A. (2019) Opasnoye prirodopol'zovaniye: rybnyye resursy i nostal'giya po gosudarstvu v Bar-ents-regione [The Danger of Natural Resource Use: Fishery, King Crab and Nostalgia for the State in the Barents Region]. *Ethnographic Review = Etnograficheskoe obozrenie*, no 4, pp. 13–28 (in Russian).
- Goncharov N. S. (2021) “Sgushcheniya” prostranstva v protsesse sobiratel'stva, rybolovstva i okhoty: na pri-mere sela Zhigansk, Respublika Sakha (Yakutiya) [“Densifications” of Space in the Process of Gathering, Fishing and Hunting: On the Example of Zhigansk Village, Republic of Sakha (Yakutia)] *The Journal of Sociology and Social Anthropology = Zhurnal sotsiologii i sotsialnoy antropologii*, vol. 24, no 2, pp. 181–211 (in Russian).
- Granovetter M. (2002) Ekonomicheskoye deystviye i sotsial'naya struktura: problema ukorenennosti. [Eco-nomic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness]. *Journal of Economic Sociology = Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 3, no 3, pp. 44–58. Available at: [https:// https://ecsoc.hse.ru/2002-3-3.html](https://ecsoc.hse.ru/2002-3-3.html) (accessed 31 March 2023) (in Russian).
- Hardin G. (1968) The Tragedy of the Commons. *Science*, vol. 162, no 3859, pp. 1243–1248.
- Hong N. T., Saizen I. (2019) Forest Ecosystem Services and Local Communities: Towards a Possible Solution to Reduce Forest Dependence in Bach Ma National Park, Vietnam. *Human Ecology*, vol. 47, no 3, pp. 465–476.
- Kaganskiy V. L. (2001) *Kul'turnyye landshapht i sovetskoye obitayemoye prostranstvo* [The Cultural Land-scape and the Soviet Habitable Space], Moscow: New Literary Observer Publishing House (in Russian).



- Klokov K. B. (2020) Mezhdru gosudarstvom i rynkom: neformal'nyye praktiki prirodopol'zovaniya v sibirskikh selakh [Between the State and the Market: Economy, Fishing, Hunting, Informal Practices in the Use of Wildlife Resources in Siberian Reindeer Herding, Biological Villages]. *Ethnography = Etnografya*, vol. 1, no 7, pp. 142–165 (in Russian).
- Makkenzi R. (2008) Ekologicheskiy podkhod k izucheniyu chelovecheskogo soobshchestva [The Ecological Approach to the Study of Human Community]. *Philosophy of Social Sciences = Voprosy sotsial'noy teorii*. vol. 2, no 1, pp. 232–246 (in Russian).
- Mazyrina A. A. (2018) Zagotovka na zimu produktov sobiratel'stva i ogorodnichestva kak element pitaniya krest'yan Altayskogo kraya v gody Velikoy Otechestvennoy voyny (na primere ustnykh istochnikov) [Preparation for the Winter Food Gathering and Gardening as an Element of a Food of a Peasants of the Altay Krai during the Great Patriotic War (Using the Example of Oral Sources)]. *Bulletin of the Altai State Pedagogical University = Vestnik Altayskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta*, vol. 1, no 34, pp. 105–108 (in Russian).
- McLain R. J., Poe M. R., Urgenson L. S., Blahna D. J., Buttolph L. P. (2017) Urban Non-Timber Forest Products Stewardship Practices among Foragers in Seattle, Washington (USA). *Urban Forestry and Urban Greening*, no 28 (October), pp. 36–42.
- McLellan T., Brown M. (2017) Mushrooms and Cash Crops Can Coexist in Mountain Livelihoods: Wild Mushrooms as Economic and Recreational Resources in the Greater Mekong. *Mountain Research and Development*, vol. 37, no 1, pp. 108–120.
- Nakhshina M. (2012) 'Without Fish, There Would Be Nothing Here': Attitudes to Salmon and Identification with Place in a Russian Coastal Village. *Journal of Rural Studies*, vol. 28, no 2, pp. 130–138.
- North D. (1993) Instituty i ekonomicheskiy rost: istoricheskoye vvedeniye [Institutions and Economic Growth: An Historical Introduction]. *THESIS*, no 2, pp. 69–91 (in Russian).
- Ostrom E. (2010) *Upravlyaya obshchim: evolyutsiya institutov kollektivnoy deyatelnosti* [Governing the Common: The Evolution of the Institutions of Collective Action], Moscow: IRISEN; Mysl' (in Russian).
- Pejovich S. (1976) The Capitalist Corporation and the Socialist Firm; a Study of Comparative Efficiency. *Swiss Journal of Economics and Statistics*, vol. 112, no 1, pp. 1–25.
- Poe M. R., McLain R. J., Emery M., Hurley P. T. (2013) Urban Forest Justice and the Rights to Wild Foods, Medicines, and Materials in the City. *Human Ecology*, vol. 41, no 3, pp. 409–422.
- Polanyi K. (2002) Ekonomika kak institutsional'no ophormlennyy protsess [Economy as Instituted Process]. *Journal of Economic Sociology = Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 3, no 2, pp. 62–73. Available at: <https://ecsoc.hse.ru/2002-3-2.html> (accessed 31 March 2023) (in Russian).
- Poudel J. M. (2009) Cultural Understanding of Non-Timber Forest Products among the Babuban Community People of Eastern Nepal. *Occasional Papers in Sociology and Anthropology*, no 11, pp. 126–147.
- Pozanenko A. A. (2022) Vospriyatiye chelovekom svoey roli v okruzhayushchey prirode. Paradoks Primor'ya. [How People Perceive Their Role in the Natural Environment. The Primorye Paradox]. *Bulletin of Archaeology, Anthropology and Ethnography = Vestnik arkheologii, antropologii i etnografii*. vol. 3, no 58, pp. 165–173 (in Russian).

- Schunco C., Wild A. S., Brandner A. (2021) Exploring and Limiting the Ecological Impacts of Urban Wild Food Foraging in Vienna, Austria. *Urban Forestry and Urban Greening*, vol. 62, art. 127164. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.ufug.2021.127164> (accessed 14 May 2023).
- Scott J. (1999) Moral'naya ekonomika derevni [The Moral Economy of the Village]. *Neformal'naya ekonomika* [Informal Economy: Russia and the World] (ed. T. Shanin), Moscow: Logos, pp. 541–544 (in Russian).
- Shanin T. (1999) Ekspolyarnyye ekonomiki i politekonomiya obochin: Formy khozyaystva vne sistem [Expolar Economies and The Political Economy of Roadsides: Forms of Economy Outside Systems]. *Neformal'naya ekonomika* [Informal Economy: Russia and the World] (ed. T. Shanin), Moscow: Logos, pp. 545–554 (in Russian).
- Shcheglova T. K. (2021) Sobiratelstvo v sisteme pitaniya selskogo russkogo naseleniya yuga Zapadnoy Sibiri: adaptatsionnyye povsednevnyye praktiki kak phaktor pobedy v Velikoy Otechestvennoy voyne [Gathering in the Nutrition System of Rural Russian Population of the South of Western Siberia: Adaptation Everyday Practices as a Factor of Winning the Great Patriotic War]. *Historical Ethnology = Istoricheskaya etnologiya*. vol. 6, no 1, pp. 65–81 (in Russian).
- Sheko M., Kassa G., Abebaw D., Kassa H., Abdelkadir A. (2023) Importance of Socio-Economic and Institutional Factors in the Collection of Dry Forest Products: The Case of Gum and Resin in Jawi District, Northwest Ethiopia. *Trees, Forests and People*, no 11, art. 100379. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.tfp.2023.100379> (accessed 31 March 2023).
- Short Gianotti A. G., Hurley P. T. (2016) Gathering Plants and Fungi along the Urban-Rural Gradient: Uncovering Differences in the Attitudes and Practices among Urban, Suburban, and Rural Landowners. *Land Use Policy*, no 57, pp. 555–563.
- Stoian D. (2005) Making the Best of Two Worlds: Rural and Peri-Urban Livelihood Options Sustained by Nontimber Forest Products from the Bolivian Amazon. *World Development*, vol. 33, no 9, pp. 1473–1490.
- Weber M. (1996) Osnovnyye sotsiologicheskiye ponyatiya [Basic Sociological Concepts]. *Zapadno-evropeyskaya sotsiologiya XIX — nachala XX vekov* [Western European Sociology XIX — Early XX Centuries] (eds. V. P. Troshkin, V. I. Dobren'kov), Moscow: Izdatel'stvo Mezhdunarodnogo universiteta biznesa i upravleniia, pp. 455–491 (in Russian).
- Yermolin I. V. (2019) Predumyshlennyy prilov Kaspiyskogo tyulenyia i razvitiye nelegal'nogo rynka bioresursov v Dagestane: ekonomiko-sotsiologicheskii podkhod [Deliberate By-Catch of the Caspian Seal and the Development of Illegal Wildlife Trade (IWT) in Dagestan, Russia: A Socio-Economic Approach]. *Journal of Economic Sociology = Ekonomicheskaya sotsiologiya* vol. 20, no 1, pp. 83–122. Available at: <https://ecsoc.hse.ru/2019-20-1.html> (accessed 31 March 2023) (in Russian).

**Received:** March 31, 2023

**Citation:** Lavrusevich P. (2023) Zhit' borom ili zhit' v boru: praktiki sobiratel'stva i prisvoenie prostranstva (keys Karakanskogo bora) [To Live with a Pine Wood or to Live in a Pine Wood: Gathering Practices and Space Appropriation (The Case of Karakansky Pine Wood)]. *Journal of Economic Sociology = Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 24, no 3, pp. 73–94. doi: 10.17323/1726-3247-2023-3-73-94 (in Russian).

Г. А. Полынская

## Применение методики связанных ассоциаций для выявления эмоциональной компоненты на примере исследования удовлетворённости посетителей сегмента «бар»: анализ результативности применения



**ПОЛЫНСКАЯ Галина Андреевна** —

доцент кафедры маркетинга и рекламы Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ. Адрес: Россия, 109542, Москва, Рязанский пр., д. 99.

**Email:** [polynskaya-ga@ranepa.ru](mailto:polynskaya-ga@ranepa.ru)

*В статье предложено исследование сегмента общественного питания «Бар» при помощи авторского метода связанных ассоциаций. Цель исследования: определить комплекс когнитивных и эмоциональных факторов, влияющих на удовлетворённость посетителей сегмента «бар», и продемонстрировать возможности метода связанных ассоциаций в контексте выявления именно эмоциональных факторов. По сравнению с другими качественными методами исследования, данный метод достаточно прост в использовании и быстр в обработке; не требует специального оборудования или обучения; исследования проводятся с помощью стандартных программ для коммуникации, таких как Zoom, Skype или их аналоги; минимизирует искажения суждений относительно поведенческих детерминант со стороны респондентов; предоставляет подробные данные, которые можно анализировать различными способами, — такие как частота ассоциации, сила связи и направление связи. К преимуществу метода относится потенциал выявления всех типов ассоциаций к слову-стимулу: семантические ассоциации (ассоциации между словами или понятиями), аффективные ассоциации (ассоциации между эмоциями и стимулами) и неявные ассоциации (ассоциации, которые не распознаются сознательно).*

*Метод позволяет сформировать ассоциативное ядро и ассоциативную сеть к слову-стимулу. Применение ассоциативного метода дало возможность определить атрибуты, влияющие на удовлетворённость клиентов сегмента общественного питания «бар»: ориентация на алкоголь, атмосфера (музыка, интерьер и дизайн, контингент), социализация и развлечения (активный и пассивный отдых), цена, часы работы. Также метод выявляет причины посещения бара: общение, празднования, нетворкинг, знакомство с противоположным полом, развлечения, гастрономическое удовольствие, проба новых алкогольных напитков, расслабление, просмотр спортивных мероприятий, бегство от проблем. Кроме того, применение метода позволило обозначить межличностные проблемы, возникающие в пространстве заведения, а также определить основные риски, связанные с посещением бара, и факторы, вызывающие агрессивное поведение у посетителей.*

**Ключевые слова:** бар; факторы удовлетворённости; атрибуты; ассоциации, методы исследования, метод связанных ассоциаций.

## Введение

Большинство исследований в области общественного питания опираются на удовлетворённость потребителя, для оценки которой обычно выявляют отдельные атрибуты, влияющие на неё [Han, Ryu 2011; Arendt, Jun, Kang 2015; Jung et al. 2015; Hanks, Kim, Line 2016; Amoako, Commeey, Mohamed 2022]. Ранее при исследовании сегментов общественного питания также были выделены атрибуты с использованием различных методов маркетинговых исследований — контент-анализа, интервьюирования, опросов [Гордеихина, Полынская 2018; 2019; Полынская 2020а; 2020б]. Благодаря этим методам была составлена обобщённая для всех сегментов общественного питания модель, состоящая из семи групп факторов, объединяющих 62 выделенные характеристики [Полынская 2020а]: качество еды (14 характеристик); качество физического пространства (12 характеристик); сервис (14 характеристик) и сопутствующие услуги (8 характеристик); рациональные характеристики (четыре характеристики); локация и удобное расположение (три характеристики); новые впечатления (четыре характеристики); капитал бренда (три характеристики).

В этом контексте атрибуты удовлетворённости сегмента «бар» практически совпадают со стандартными атрибутами, которые применимы ко всем заведениям общественного питания, с учётом, безусловно, некоторой специфики: еда — закуски и снеки; напитки — алкоголь (пиво и коктейли); персонал — бармен (центральная фигура); атмосфера — свет и музыка; интерьер — барная стойка.

Практически все эти атрибуты относятся к когнитивным, однако эмоциональная составляющая удовлетворённости не менее важна. Так, многие исследователи определяют удовлетворённость как психологическое состояние потребителя [Oliver 1999; O'Dwyer, Gilmore 2018]. В связи с этим в ходе оценивания степени удовлетворённости необходимо помнить о том, что мнение клиента об услуге может быть сформировано на основании не только когнитивных, но и эмоциональных факторов [Desmet 2018]. Исследователи отмечают, что роль потребительских эмоций более важна в сфере услуг, где клиенты потребляют в гедонистических целях [Wakefield, Blodgett 1999]. Как правило, эмоции влияют на поведение человека в целом. Реагируя на какое-либо событие, он стремится сохранить позитивную эмоцию и избежать негативной эмоции [Liljander, Strandvik 1997].

Однако эмоциональная составляющая удовлетворённости плохо раскрывается в процессе применения стандартных методик. А. Г. Гринвальд и М. Р. Банаджи отмечают, что прошлый опыт влияет на суждение и будущие действия человека [Greenwald, Banaji 1995]. Тем не менее многие социально-психологические исследования показывают, что люди могут не знать, что приводит их к определённым предпочтениям и действиям [Nisbett, Wilson 1977]. По этой причине прямой опрос респондентов при изучении субъективных представлений людей часто неэффективен. Кроме того, респонденты с неохотой отвечали на личные прямые вопросы, связанные с посещениями бара, неприятными инцидентами и эмоциями, которые они вызвали. Основные причины, останавливающие респондентов, следующие: вопросы конфиденциальности (респондентам неудобно делиться личностной информацией с чужими людьми, особенно если они плохо их знают); страх осуждения; культурные и социальные нормы; эмоциональный дискомфорт (личные вопросы могут касаться болезненных или эмоциональных тем); время и контекст (респонденты могли чувствовать, что личные вопросы навязчивы или неуместны).

Существует ограниченное число исследований, качественно раскрывающих эмоциональную компоненту удовлетворённости заведениями общественного питания. Эти исследования сфокусированы на классических ресторанах и подтверждают, что (1) потребители ищут не только опыт наслаждения вкусными блюдами, но и новые впечатления от вызвавших восхищение экзотических интерьеров, планировки и атмосферы (например, от аутентичной музыки) [Uncles, Dowling, Hammond 2003]; (2) все утилитарные ценности прямо и косвенно влияют на эмоции потребления и удовлетворённость



клиентов ресторанов, тогда как гедонистическая ценность только косвенно воздействует на удовлетворённость клиентов через положительные эмоции [Qu, Song 2017]. Подобных исследований в сегменте «бар» обнаружить не удалось, что делает предпринятое исследование актуальным.

Для комплексного изучения когнитивных и эмоциональных факторов, влияющих на посещение бара, применялся ассоциативный метод исследования. Многие авторы склоняются к выводу, что наиболее действенным методом в таких исследованиях является использование свободных ассоциаций. В частности, результаты тестов неявной (подсознательной) ассоциации [Greenwald, McGhee, Schwartz 1998], показали, что с их помощью в различных областях, традиционно считающихся в значительной степени осознанными, таких как стереотипы и предрассудки, у респондентов могут быть выявлены реакции, отличающиеся от мнения при ответе на прямой вопрос.

*Цель исследования:* при помощи авторского метода связанных ассоциаций определить комплекс когнитивных и эмоциональных факторов, влияющих на удовлетворённость посетителей сегмента «бар», и продемонстрировать комплексность метода в контексте выявления именно эмоциональных факторов.

## Теоретические предпосылки исследования

Метод ассоциаций укоренён в древней философской традиции. Ещё Платон обсуждал концепцию ассоциации в диалоге «Теэтет» примерно в 369 г. до н. э. Он предположил, что знания и идеи ассоциативно связаны друг с другом и одна идея может привести к воспоминанию о другой [Платон 1936]. Примерно в это время Аристотель в работе «О памяти и воспоминании» обсуждал, как разум связывает идеи и воспоминания через сходные или контрастные качества [Аристотель 2004].

В конце XIX века ассоциативный метод стал применяться в психоанализе [Galton 1879a; 1879b]. Изначально использовался только классический метод свободной ассоциации, когда на стимулирующее слово респонденты как можно более быстро должны ответить одним словом-ассоциацией. Герман Эббингауз (1850–1909), немецкий психолог, провёл эксперименты с памятью и обучением и обнаружил, что ассоциации между идеями или понятиями можно усилить за счёт повторения и осмысленных связей [Ebbinghaus 1902; 1911].

При больших размерах выборки Дж. М. Кеттелл и С. Брайант смогли сравнить время, затрачиваемое на создание определённых типов ассоциаций [Cattell, Bryant 1889]. Это послужило основой серии ассоциативных исследований, в которых особое внимание уделялось времени реакции (*reaction time* — RT). В таких исследованиях участникам обычно предъявляют стимул (например, слово или изображение) и просят как можно быстрее дать конкретный ответ (например, нажать кнопку или произнести слово). Затем измеряется время реакции как время между предъявлением стимула и реакцией участника. О силе и скорости связи между стимулом и реакцией можно судить по времени реакции. Если реакция быстрая и точная, это свидетельствует о сильной связи между стимулом и реакцией. И наоборот, если ответ медленный или неточный, это предполагает более слабую связь. Время реакции можно использовать для измерения различных типов ассоциаций, таких как семантические ассоциации (между словами или понятиями), аффективные ассоциации (между эмоциями и стимулами) или неявные ассоциации (те, которые не распознаются сознательно).

При обработке полученных таким образом массивов ассоциаций исследователи заметили, что респонденты создают в своём сознании ассоциативные пути. Они относятся к ментальным связям или ассоциациям, которые люди выстраивают между различными концепциями или идеями. Такие пути формируются с помощью множества факторов, включая личный опыт, образование, культурное происхождение и социальные влияния. Когда люди сталкиваются с новой концепцией или идеей, они свя-



зывают её с уже существующими у них знаниями и воспоминаниями. Таким образом, формируется сеть ассоциаций, где разные узлы представляют различные концепции, а связи между ними — силу и направление ассоциаций [Anderson, Bower 1972].

Ч. Н. Кофер исследовал вопрос различий между контролируруемыми и свободными ассоциациями. Под контролируемой ассоциацией понимались ответы, выполненные с дополнительным условием. Например, респондента могут попросить связать слово «яблоко» с красным цветом или слово «собака» — с эмоцией счастья. Цель исследования контролируемой ассоциации состоит в том, чтобы изучить, как участники формируют ассоциации между понятиями и манипулируют ими в ответ на определённые инструкции. Задачи контролируемых ассоциаций можно противопоставить задачам свободных ассоциаций, в которых участников просят свободно генерировать ассоциации без каких-либо конкретных инструкций или ограничений. В результате сравнений ответов свободной и контролируемой ассоциаций Ч. Н. Кофер обнаружил, что половина полученных ассоциаций совпадают, но сильно различаются по частоте [Cofer 1968]. Оставшаяся часть выявленных управляемых ассоциаций не имеют пересечений со свободной ассоциацией, но добавляют дополнительные узлы, которые позволяют более детально раскрыть тему исследования и создать более широкую ассоциативную сеть.

Исследователи Л. Б. Салай и Дж. Диз разработали новый подход использования свободных ассоциаций — ассоциативный групповой анализ (*Associative group analysis* — AGA) [Szalay, Deese 1978]. Это исследовательский метод, используемый для выявления и анализа паттернов ассоциаций, существующих внутри группы людей. При ассоциативном групповом анализе участников просят предоставить список слов или понятий, которые они связывают с определённым стимулом (например, с торговой маркой или продуктом). Затем эти ответы анализируются с использованием статистических методов для выявления наиболее распространённых и сильных ассоциаций внутри группы. Для исследования формировалась однородная группа участников с объёмом выборки 50–100 респондентов. В течение минуты респонденты непрерывно генерировали ассоциации к одному слову-стимулу, после чего происходила смена слова-стимула. Созданные ассоциации впоследствии классифицировались и кодировались относительно валентности — положительной или отрицательной. Было замечено, что ассоциации респондентов могут существенно различаться в зависимости от возраста, пола и типа респондента. Особенностью метода стало взвешивание ассоциаций: самые ранние слова в списке считаются наиболее значимыми в сознании респондентов. Позже, в исследованиях множественной ассоциации, наиболее часто повторяемые слова, связанные со словом-стимулом и встречающиеся у всех респондентов, стали называть *центром периферии* [Guimelli 1993; Wagner, Valencia, Elejabarrieta 1996]. Центр периферии ассоциативной сети относится к понятию «когнитивная психология», описывающему организацию информации в долговременной памяти. Согласно этой концепции, информация в долговременной памяти организована в сеть узлов (или понятий), которые связаны между собой ассоциациями. Некоторые узлы сильно взаимосвязаны и расположены в центре сети, тогда как другие менее связаны и расположены на периферии сети. Первый тип узлов называется «концентраторы», а второй тип — «лучи».

Впоследствии большинство исследователей использовали в основном различные вариации множественных ассоциаций, так как множественные ассоциации позволяют более плотно показать свойства исследуемой темы [Steyvers, Tenenbaum 2005; Deyne, Storms 2008; Joffe, Elsey 2014].

В середине XX века концепции и методы из психоанализа стали применять и для исследований рынка. Ключевой фигурой в этом процессе стал Е. Дихтер, который был убеждён, что методы, включающие прямой опрос потребителей относительно их отношения к тем или иным продуктам, были неэффективными для выяснения мотивации потребителей [Dichter 1947; 1955]. В дальнейшем многие учёные подтвердили его мнение. В частности, М. Тадаевский установил, что постановка прямых вопросов для выстраивания рациональных суждений нередко приводила к ложным представлениям о подлинных детерминантах (факторах) поведения человека [Tadajewski 2006].

Наиболее эффективными при изучении предпочтений потребителей оказались различные методики ассоциаций, когда в качестве стимула используется какие-то продукт, бренд или компания. Ч. Н. Кофер исследовал влияние двух основных типов корпоративных ассоциаций на реакцию продукта (метод контролируемой ассоциации): ассоциации, связанные с корпоративными особенностями, возможностями; ассоциации связанные с социальной ответственностью компании. Кофер выявил, что информация о компании может повлиять на отношение потребителей к её новым продуктам; ассоциации, связанные с корпоративными особенностями, и ассоциации, связанные с социальной ответственностью компании, могут по-разному влиять на реакцию потребителей на продукты этой компании; продукты компаний с негативными ассоциациями не всегда показывают отрицательное отношение к этой компании [Cofer 1968].

Позже было установлено: потребители создают в своём сознании ассоциативные пути, что приводит к сетям соединений, то есть к множественным связям узлов, которые выражают характеристики определённых продукта, бренда или компании, их ценности для потребителя и эмоции, которые они вызывают. Хотя ассоциативные структуры могут содержать как словесные, так и невербальные элементы, большинство исследований сосредоточены на изучении словесных ассоциаций [Aaker 1991; Keller 1993; Cobb-Walgren, Ruble, Donthu 1995].

В 2013 г. появился метод ассоциативного паттерна (*the associative pattern method* — АРМ), позволяющий изучить предпочтения потребителя при помощи карты усреднённых свободных ассоциаций. Респонденту предлагалось составить свой путь предпочтений по узлам сетки свободных ассоциаций. В результате исследования было доказано, что итоговая модель имитирует реальные предпочтения покупателей [Luduena, Behzad, Gros 2014].

В последнее время приобретает популярность использование ассоциативных методов для определения эмоций и страхов человека. Э. Скерри и Р. Сакс выяснили, что эмоции организованы вокруг абстрактных признаков событий. Так, люди делают выводы о том, что чувствуют другие, основываясь на ситуациях, с которыми они сталкивались, и на пережитом опыте [Skerry, Saxe 2015]. Исследователи М. Дрику и С. Фрюхольц разработали нейрокогнитивную модель перцептивного принятия решений по эмоциональным сигналам [Dricu, Frühholz 2020]. Дж. Ланге с соавторами использовали словесные ассоциации для изучения структуры и содержания коллективного страха. Участников исследования просили назвать первое слово, которое пришло им на ум в ответ на вопросы, связанные со страхом. Результаты показали, что страх был связан с рядом понятий, включая опасность, уязвимость и неуверенность [Lange et al. 2020]. К. Малинакова с соавторами с помощью ассоциативного метода изучали нейронную репрезентацию эмоциональных выражений в мозгу человека [Malinakova et al. 2021]. Участникам исследования показывали изображения эмоциональных выражений (фотографии лиц с разными эмоциями) и просили назвать первое слово, которое пришло им на ум. Выяснилось, что эмоциональные выражения были связаны с определёнными словами и понятиями, и ассоциации различались в зависимости от эмоций [Malinakova et al. 2021].

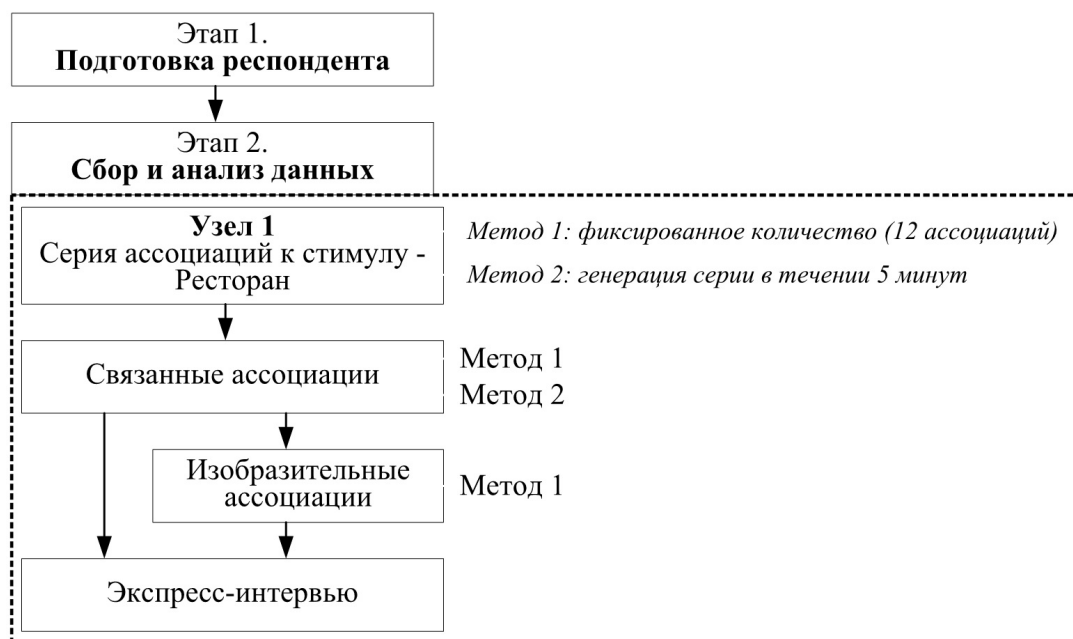
## Методология исследования

К изучению возможностей различных ассоциативных методов автор данной статьи приступила в 2015 г. Обычно исследователи используют отдельные ассоциативные методы, очень редко комбинируют их друг с другом. Автор решила посмотреть, какие результаты даст комплексный подход с использованием комбинации различных ассоциативных методов в изучении выделенного сегмента рынка. Метод связанных ассоциаций был разработан и апробирован в 2015–2019 гг. В 2021 г. вышла первая публикация с описанием и апробацией метода для исследования рынка фастфуда [Polynskaya 2021]. Преимущество метода состоит в возможности выявления всех типов ассоциаций к слову-стимулу: се-

мантические ассоциации (ассоциации между словами или понятиями), аффективные ассоциации (ассоциации между эмоциями и стимулами) и неявные ассоциации (ассоциации, которые не распознаются сознательно).

Изначально все ассоциативные исследования проводились при личном контакте с респондентом, что давало возможность установления взаимопонимания и доверия между исследователем и участниками. Считается, что личное взаимодействие позволяет наблюдать и понимать невербальные сигналы, такие как язык тела и тон голоса, что помогает создать более открытую и совместную исследовательскую среду.

В 2020 г. ситуация резко изменилась, пандемия усложнила проведение исследований, стало затруднительно организовывать личные встречи с респондентами. Вследствие чего было решено проводить онлайн-опросы респондентов с использованием платформ Zoom и MS Teams. Оказалось, что метод ассоциаций не теряет свою эффективность при проведении исследований дистанционно в формате видеоконференций. Более того, проводить исследования с молодой аудиторией 18–35 лет с образованием выше среднего стало даже проще. Эта аудитория соглашалась на участие в дистанционных исследованиях чаще, чем на личные встречи. Запись через платформу конференции абсолютно не смущала респондентов, само же исследование воспринималась, пожалуй, как игра. Однако возникла необходимость существенно изменить метод связанных ассоциаций для его адаптации под онлайн-опрос. Метод связанных ассоциаций состоит из нескольких этапов. На рисунке 1 показаны различия между очным и дистанционным подходами на различных этапах интервьюирования.



Источник: Составлено автором.

**Рис. 1.** Этапы комплексной ассоциативной методики.

Метод 1: сбор связанных ассоциаций при личной встрече с респондентом.

Метод 2: сбор связанных ассоциаций, адаптированный под онлайн-опрос

### Этап 1. Подготовка респондента

Первый этап остаётся неизменным в обоих методах. Подготовка респондента к исследованию является очень важным процессом, который будет гарантировать, что исследование проводится таким образом,

чтобы получать надёжные и достоверные данные, полезные для целей исследования. Основными причинами важности подготовки респондента являются: получение информированного согласия, установление доверия, снижение беспокойства.

Существует также необходимость объяснения сути метода: очень важно замерять скорость реакции, а не адаптации респондента. Поэтому частью подготовки респондента является объяснение сути метода и тренировка в генерации ассоциаций на разные слова-стимулы, не связанные с темой исследования. Необходимое условие для участия в исследовании — хорошее знание респондентом продукта и наличие опыта пользования им (использования его).

## **Этап 2. Ассоциативная сеть**

Ассоциативная сеть — это тип ментальной модели или когнитивной структуры, которую люди используют для организации и хранения информации в мозгу. Модель ассоциативной сети помогает объяснить, как люди извлекают и используют информацию. Когда человеку предоставляется понятие или часть информации, его мозг активирует узлы, наиболее тесно с ними связанные. Это может вызвать каскад связанных понятий и ассоциаций, что позволяет человеку получить доступ к соответствующей информации и установить связи между различными понятиями.

### **Узел 1: континентальная свободная ассоциация к слову-стимулу**

На первом узле респондентов просят предоставить список слов или понятий (ассоциаций), которые они связывают с определённым стимулом. Респондент должен отвечать максимально быстро. Затем производится замер времени, которое требуется на генерацию каждой ассоциации.

Как указывалось ранее, сбор связанных ассоциаций проводился двумя способами: при личной встрече с респондентом (здесь и далее — Метод 1) или посредством онлайн-опроса (здесь и далее — Метод 2):

- *Метод 1.* Респонденту предлагалось сформулировать 12 свободных ассоциаций. Количество ассоциаций ограничено шаблоном, который используется при сборе данных. Если респондент не может сгенерировать нужное количество ассоциаций к слову-стимулу, то он исключается из исследования. Опытным путём было установлено, что большинство респондентов могут сгенерировать 12 ассоциаций к хорошо знакомому им слову-стимулу (продукт часто используется респондентом), но генерация последних слов может быть достаточно долгой и занимать у респондента до 20 секунд; причём последние ассоциации являются более обдуманными, рациональными;
- *Метод 2.* Респонденту предлагаются сгенерировать серию свободных ассоциаций к слову-раздражителю. Респондент должен отвечать максимально быстро. Серия ассоциаций генерируется определённое время. В этом исследовании на генерацию выделено пять минут (по аналогии с исследователями Л. Б. Салаи и Дж. Дизом [Szalay, Deese 1978]). В дальнейшем ассоциации делятся на быстрые (генерируемые не дольше пяти секунд) — самые важные ассоциации, возникающие сразу после объявления слова-раздражителя, и на медленные (на их генерацию уходит более пяти секунд) — обдуманные, рациональные.

*Пример континентальной свободной ассоциации к слову-стимулу «бар» (респондент 2):*

Виски (быстрая ассоциация) / Алкоголь (быстрая ассоциация) / Отдых (быстрая) / Танцы (быстрая) / (пауза более пяти секунд) Музыка (медленная) / Шум (медленная) / Колготки (мед-

ленная) / Туфли (медленная) / Вино (медленная) / Друзья (медленная) / Вечер (медленная) / Кавалер (медленная) / Свидания (медленная) / Ночь (медленная) / Барная стойка (медленная).

Подтвердилось предположение о том, что чем чаще респондент соприкасается со словом-стимулом, тем больше ассоциаций он генерирует к нему и быстрее это делает.

По результатам анализа свободных ассоциаций, собранных в узле 1, можно сформулировать ассоциативное ядро («Центр периферии»; см. табл. 1). Для этого составляются четыре рейтинга:

- первая ассоциация по частоте упоминания. Считается повторение первой ассоциации (слово или выражение) к слову-стимулу у всех респондентов, участвующих в исследовании, производится ранжирование частот ассоциаций от большего к меньшему;
- частотный рейтинг с использованием всех континентальных свободных ассоциаций (ассоциации, собранные на первом узле у всех респондентов);
- частотный рейтинг быстрых ассоциаций (первые ассоциации после слова раздражителя, сгенерированные быстрее, чем за пять секунд);
- средневзвешенный рейтинг ассоциаций. В соответствии с утверждением Л. Б. Салаи и Дж. Диза, самые ранние слова в списке считаются наиболее значимыми в сознании респондентов [Szalay, Deese 1978], поэтому каждому слову-ассоциации присваивается собственный ранг. Чем выше в перечне находится ассоциация, тем больше она весит. Если респондент сгенерировал 10 свободных ассоциаций, то первая ассоциация имеет ранг 10 баллов; вторая — 9 баллов и т. д., а 10-й ассоциации присваивается 1 балл. Потом считается сумма баллов всех ассоциаций по всем респондентам и производится ранжирование частот ассоциаций от большего к меньшему.

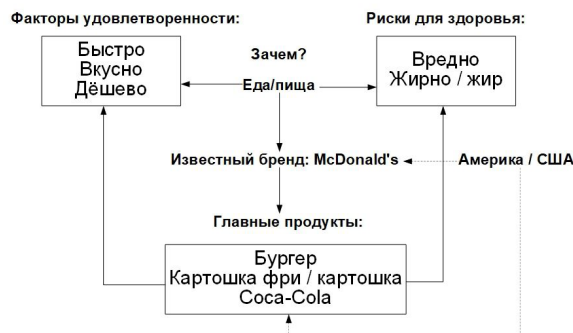
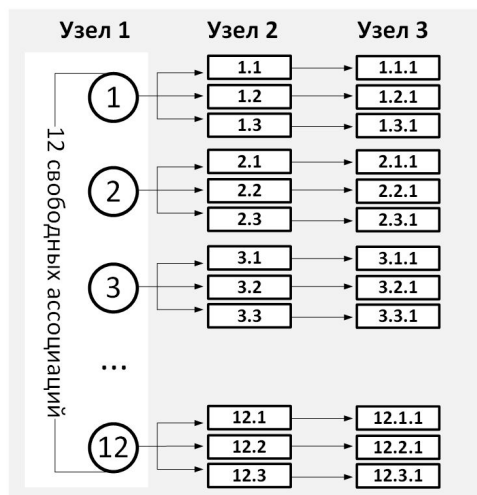
В каждом рейтинге выделяются первые самые значимые слова. В ассоциативное ядро включаются те слова, которые присутствуют как значимые во всех четырех рейтингах (см. рис. 4).

### **Узел 2 и последующие узлы ассоциативной сетки: связанные ассоциации**

Отправной точкой для идеи расширения ассоциативного поля при помощи сбора связанных ассоциаций послужил метод ассоциативного паттерна (*the associative pattern method* — АРМ) [Luduena, Behzad, Gros 2014], но существенным отличием применяемого здесь метода для узла 2 и последующих узлов от АРМ является не следование по пути предпочтений (выбор из имеющегося набора ассоциаций), а генерация новой ассоциации к предыдущей. *Пример связанных ассоциаций*: Ресторан → Еда → Стейк → Мясо.

- *Метод 1.* При сборе ассоциаций в узле 2 респонденту предлагалось сгенерировать три свободные ассоциации к 12 точкам соединения со словом-стимулом (узел 1: 12 ранее сгенерированных свободных ассоциаций к слову-стимулу): слово-стимул → ассоциация 1 → 3 ассоциации 1.1 / 1.2 / 1.3 (см. рис. 2).





Источник: Составлено автором.

Рис. 2. Метод 1: изображение ассоциативного поля

Три свободные ассоциации большинство респондентов называют достаточно быстро, и они чаще всего не являются слишком продуманными и рациональными. В результате исследований выяснилось, что на формулирование связанных ассоциаций респондент тратит обычно больше времени, чем на первом узле. Для упрощения процедуры сбора данных автор статьи отказалась от измерения времени на генерацию ассоциаций в узлах 2 и 3. В узле 3 респонденты формулировали только одну связанную ассоциацию: слово-стимул → ассоциация 1 → ассоциация 1.1 → ассоциация 1.1.1 (см. рис. 3).

Пример связанных ассоциаций в узле 1 (респондент-мужчина) представлен на рисунке 3.

Узел 1 →	Узел 2 →	Узел 3
	Официант →	Чаевые
Ожидание →	Раздражение →	Хамство
	Тишина →	Пустое помещение
	Круглый →	Ровный
Столы →	Устойчивый →	Нет салфетки под ножками
	Скатерть →	Белая
	Большой →	Просторный
Зал →	Светлый →	Тёплый
	Люстры →	Дизайнерские
	...	

Рис. 3. Реальный пример заполнения ассоциативного поля

— Метод 2. При использовании дистанционного сбора информации пришлось отказаться от расширения ассоциативной сети при помощи сбора трёх ассоциаций к элементам (слова и выражения), собранным в узле 1. При использовании платформы MS Teams, с помощью которой проводилось исследование, транскрибирование происходит автоматически, что существенно

ускоряет процесс обработки и анализа полученной информации. Но во время исследования трудно найти и безошибочно перечислить ассоциации, названные респондентом в узле 2, поэтому сбор данных был упрощён. После ассоциаций, собранных в узле 2, респонденту предлагалось сгенерировать серию свободных ассоциаций: слово-стимул → ассоциация 1.1 → ассоциация 1.2 → ... → ассоциация 1.N.

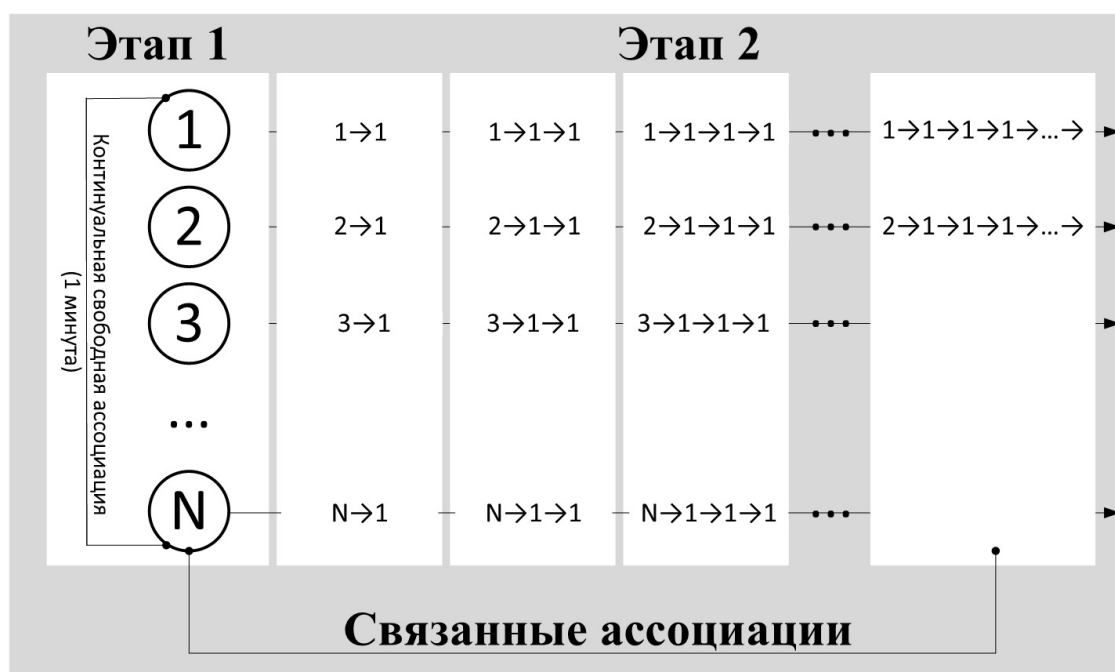
В результате длина цепочки к каждой континентальной ассоциации (ассоциации, собранные на первом узле) получается разной:

Друзья → Общение → Счастье / Радость → Смех;

Алкоголь → Друзья → Весело / Веселье → Танцы → Толкучка → Знакомства → Красотка → Флирт → Секс.

Все слова, собранные на всех узлах во время исследования, называются ассоциативным полем (см. рис. 4). Это набор ассоциаций, которые активируются в ответ на определённый стимул или концепцию. Предполагается, что при предъявлении респонденту стимула в его сознании автоматически активируется поле связанных понятий и идей. Эти ассоциации необязательно линейны или логичны, а представляют собой сеть связей и ассоциаций, которые активируются на основе предыдущего опыта, воспоминаний и знаний.

В узле 1 обычно генерируются ассоциации, лежащие на поверхности; в узле 2 появляются атрибуты к слову-стимулу, позволяющие существенно уплотнить ассоциативную сеть; в узле 3 появляются эмоции и отношение респондента к слову-стимулу; в узле 4 могут возникнуть последствия посещения или респондент возвращается к причинам посещения заведения, далее могут последовать атрибуты и эмоции. Когда ассоциации перестают перекликаться со словом-стимулом, серия ассоциаций останавливается, и происходит переход к следующему слову континентальной свободной ассоциации. Такой подход позволяет существенно расширить (уплотнить) ассоциативную сеть.



Источник: Составлено автором.

Рис. 4. Изображение ассоциативного поля

### *Этап 3. Контролируемые ассоциации*

Респонденту предлагалось сформулировать контролируемые ассоциации — отрицательные ассоциации к слову-стимулу (не менее пяти ассоциаций); при помощи ассоциаций охарактеризовать идеальное воплощение слова-стимула (количество ассоциаций не ограничивалось). Полученные ассоциации позволяют более глубоко исследовать проблемы изучаемой темы, уплотнить сетку ассоциаций и показать пути развития продукта (слова-стимула).

### *Этап 4. Экспресс-интервью*

В конце сбора информации с каждым респондентом проводилось небольшое интервью, собирались демографические данные (пол, возраст, место учёбы или работы, место проживания); выяснялись психографические (внутренняя мотивация посещения бара, жизненная позиция, ценности) и поведенческие характеристики респондента (частота посещения, желаемые преимущества, повод посещения, предпочтения и (или) лояльность к заведению).

### *Данные*

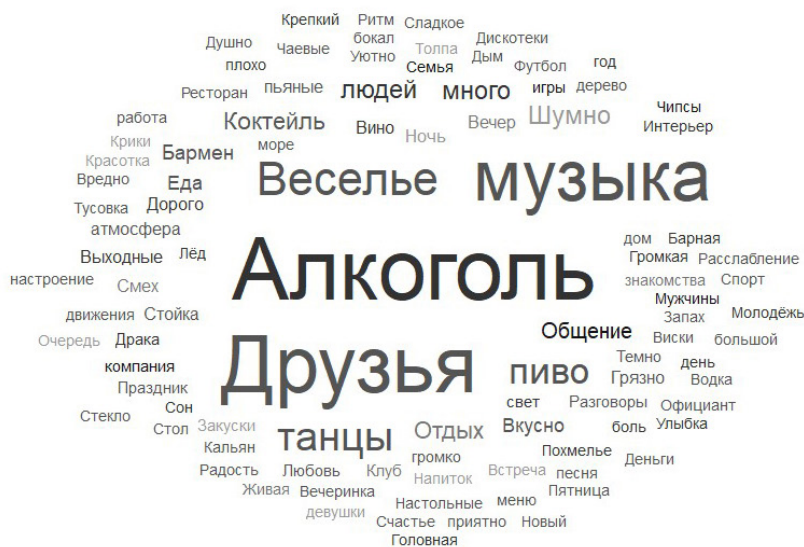
Вышеописанный метод использовался при изучении сегмента «бары», что, по мнению автора статьи, является новшеством, поскольку работы, посвящённые исследованиям сегментов общественного питания при помощи ассоциативных методов, обнаружены не были.

Сбор данных осуществлялся с 11 апреля 2021 г. по 30 ноября 2022 г. Среднее время проведения одного опроса составляло приблизительно 1 час (от 45 мин до 1 часа 17 мин). Выборка исследования средняя, количество опрошенных респондентов — 125 чел. Все респонденты проживают в Москве или ближайшем Подмосковье. Распределение по гендерному признаку равномерное: 61 мужчина; 64 женщины. Все респонденты соответствуют основной активной аудитории посетителей баров и имеют образование выше среднего. Это студенты высших учебных заведений или люди, имеющие высшее образование, в возрасте 18–35 лет.

Данное исследование является поисковым (качественным исследованием), поэтому имеет некоторые ограничения. Поскольку исследование фокусируется на небольшом количестве людей (125 респондентов), результаты могут быть неприменимы к более крупным группам населения. Кроме того, ассоциативные исследования опираются на интерпретацию данных исследователем, которая может быть предвзятой и субъективной. Для подтверждения результатов качественных исследований обычно используют результаты из других источников для подтверждения полученных выводов. Часть полученных результатов, выявленных трендов подтверждаются имеющейся вторичной информацией — разрозненными количественными исследованиями, динамикой показателей рынка и отдельных компаний.

### **Результаты исследования**

В результате исследования было собранно 125 ассоциативных карт (125 респондентов); в итоге получилось 10 712 элементов (слов и выражений), 221 уникальная полезная ассоциация, связанная со словом-раздражителем «бар» (наиболее часто встречающиеся ассоциации представлены на рисунке 5).



Источник: Составлено автором.

Рис. 5. Наиболее часто встречающиеся ассоциации к слову «бар»

### Ассоциативное ядро

Наиболее часто повторяемые слова или выражения, связанные со словом-стимулом и встречающиеся у всех респондентов, — это ассоциативное ядро. Оно используется для описания набора центральных понятий или идей, которые особенно сильно связаны друг с другом в ассоциативной сети.

Ассоциативное ядро (слова, содержащиеся во всех четырёх рейтингах) содержит 20 основных или главных ассоциаций к слову-стимулу «бар», то есть ассоциации, присутствующие во всех четырёх рейтингах (см. табл. 2). Методика составления рейтинга описана выше, в разделе «Методология исследования».

Таблица 1

**Ассоциативное ядро (центр периферии): пересечение главных ассоциаций, определённых различными методами**

«Первая ассоциация» по частоте упоминания	N*	Доля респондентов, упомянувших ассоциацию (%)	Частотный рейтинг с использованием всех свободных ассоциаций	N*	Доля респондентов, упомянувших ассоциацию (%)	Средневзвешенный рейтинг ассоциаций	Балл	Частотный рейтинг быстрых ассоциаций	N*	Доля респондентов, упомянувших ассоциацию (%)
Алкоголь	47	38	Музыка	88	70	Алкоголь	763	Алкоголь	62	50
Пиво	17	14	Алкоголь	81	65	Музыка	631	Музыка	29	23
Коктейли	8	6	Друзья	71	57	Друзья	534	Друзья	25	20
Музыка	8	6	Вечер / ночь	68	54	Пиво	418	Пиво	23	18
Танцы	4	3	Пиво	65	52	Вечер / ночь	363	Коктейли	19	15
Ирландский / английский	6	5	Бармен	48	38	Танцы	354	Танцы	14	11
Общение	4	3	Танцы	46	37	Коктейли	348	Еда	13	10
Виски	3	2	Барная стойка	40	32	Бармен	296	Ирландский / английский	12	10
Девушки	3	2	Атмосфера	39	31	Еда	257	Барная стойка	10	8
Друзья	3	2	Коктейли	38	30	Атмосфера	184	Закуски	9	7
KillFish	1	1	Пятница	34	27	Отдых	183	Отдых	9	7
Бармен	1	1	Еда	33	26	Ирландский / английский	178	Бармен	8	6
Весело /веселье	1	1	Общение	32	26	Шум	176	Общение	7	6
Вечер / ночь	1	1	Отдых	29	23	Закуски	165	Весело /веселье	6	5
Вечеринка	2	2	Выходные	29	23	Весело /веселье	153	Шум	6	5
Дикий Койот	1	1	Закуски	28	22	Пьяные	150	Вечеринка	6	5
Диско-шар	1	1	Футбол / спортивные трансляции	27	22	Общение	146	Атмосфера	5	4
Закуски	1	1	Освещение / свет	26	21	Выходные	137	Вечер / ночь	4	3
Запах	1	1	Ирландский / английский	25	20	Барная стойка	128	Виски	4	3
Знакомства	1	1	Весело /веселье	24	19	Футбол / спортивные трансляции	101	Вкусно	3	2

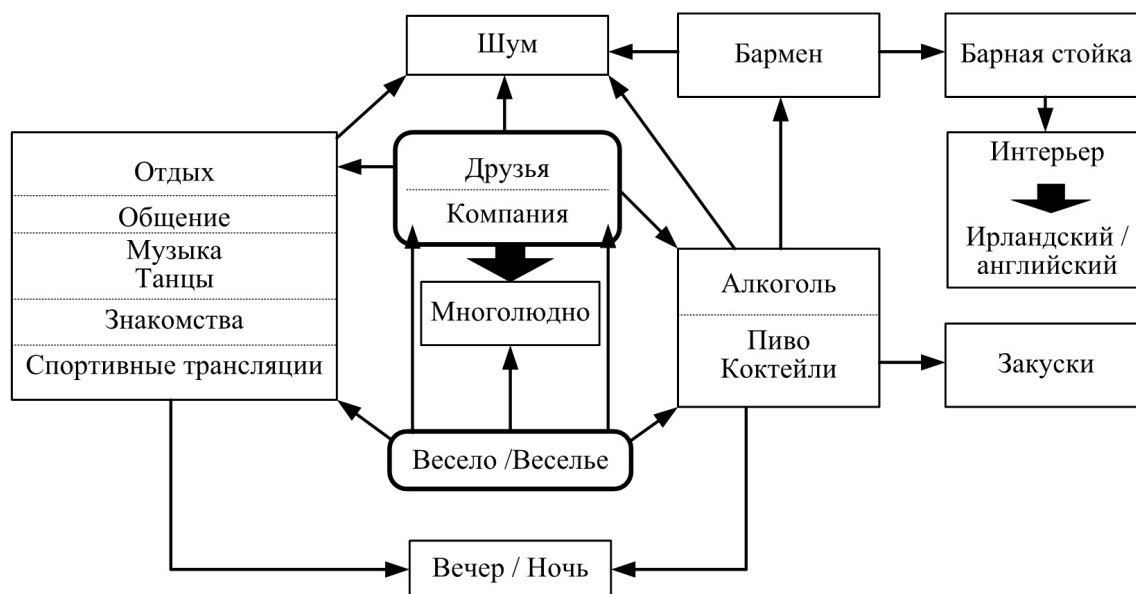


Таблица 1. Окончание

«Первая ассоциация» по частоте упоминания	N*	Доля респондентов, упомянувших ассоциацию (%)	Частотный рейтинг с использованием всех свободных ассоциаций	N*	Доля респондентов, упомянувших ассоциацию (%)	Средневзвешенный рейтинг ассоциаций	Балл	Частотный рейтинг быстрых ассоциаций	N*	Доля респондентов, упомянувших ассоциацию (%)
Интерьер	1	1	Шум	24	19	Многолюдно / толпа	97	Выходные	3	2
Компания	1	1	Многолюдно / толпа	23	18	Интерьер	97	Громкая музыка	3	2
Место для встречи	1	1	Официант	18	14	Стойка	90	Девушки	3	2
Мужчина	1	1	Меню	17	14	Виски	83	Знакомства	3	2
Отдых	1	1	Пьяные	16	13	Компания	81	Компания	3	2
Пятница	1	1	Кальян	16	13	Официант	78	Интерьер	2	2
Барная стойка	1	1	Компания	15	12	Меню	77	Кальян	2	2
Многолюдно / толпа	1	1	Вечеринка	14	11	Кальян	74	Меню	2	2
Футбол / спортивные трансляции	1	1	Интерьер	14	11	Выпивка	71	Прага	2	2
Чешский	1	1	Дерево (материал)	10	8	Знакомства	70	Пьяные	2	2
Шум	1	1	Знакомства	10	8			Свет	2	2
			Место для встречи	10	8			Многолюдно / толпа	2	2
Итого	125							Футбол / спортивные трансляции	2	2

\* N — частота упоминаний ассоциации среди всех респондентов (125 респондентов).

Основной целью посещения баров является весёлое времяпрепровождение (центральная ассоциация «Весело / веселье»), поэтому посещение заведения происходит в компании друзей и коллег, которые шумят и оживлённо проводят время. Бары посещают вечером и ночью, чтобы отдохнуть от работы и расслабиться. Питейные заведения предлагают множество способов расслабиться, среди которых есть и активные (танцы), и пассивные (общение, просмотр трансляций). Всё это сопровождается активным употреблением алкогольных напитков, что способствует поиску новых партнёров («знакомство»). Исследования подтверждают, что встречи с потенциальными сексуальными и (или) романтическими партнёрами для взаимного удовольствия — одна из главных причин, по которой молодые люди ходят в бары (см. рис. 6).



Источник: Составлено автором.

Рис. 6. Связи внутри ассоциативного ядра

### Ассоциативная сеть

Множественные связи между словом-стимулом и другой информацией, находящейся в памяти человека, — это ассоциативная сеть. Каждое понятие в ней представлено в виде узла, а связи между узлами представляют силу и направление связи между понятиями.

Бары сильно отличаются от других заведений общественного питания, в которых основными факторами удовлетворённости являются качество еды, физического пространства, обслуживания, цена, удобство расположения, капитал бренда, рекламные стимулы и приватность [Полынская 2020а]. Основными узлами в ассоциативной сети «бар» являются ориентация на алкоголь, атмосфера, социализация и развлечения, цена (дорого — 95 респондентов), часы работы (вечер или ночь — 68 респондентов). Далее разберём эти узлы подробнее.

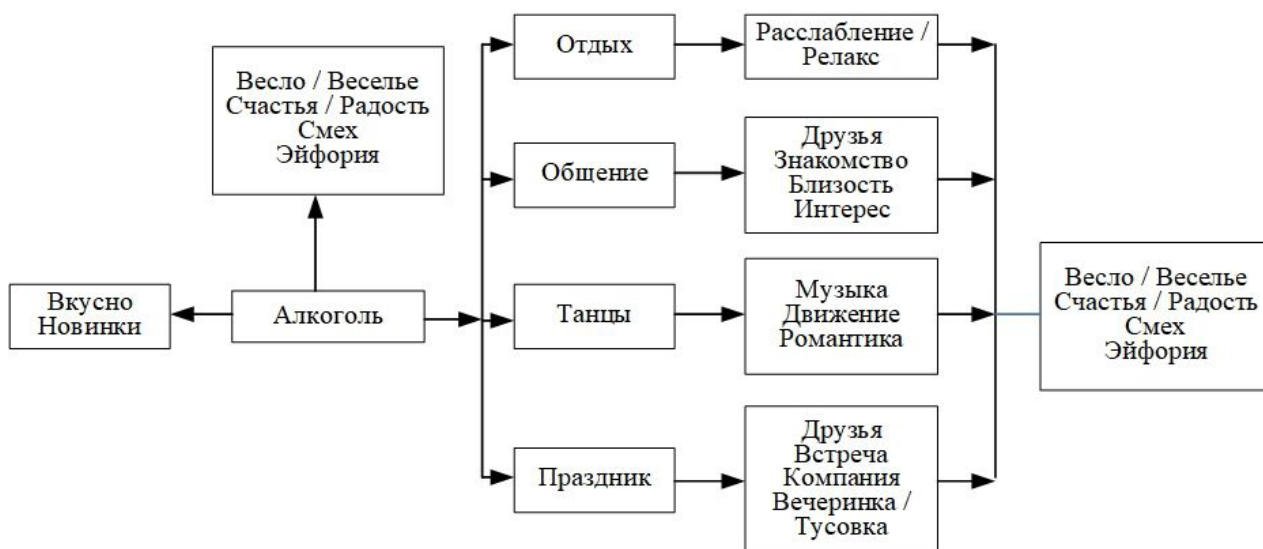
### Ориентация на алкоголь

Основное внимание в барах уделяется продаже алкогольных напитков. Часто встречаются ассоциации, подтверждающие, что бары создают атмосферу, которая побуждает (соблазняет) человека к чрезмерной покупке алкоголя: реклама алкоголя; специальные предложения (Бар → «Счастливые часы» → Алкоголь); приспособления для быстрого питья (рюмки — 12 респондентов, шоты — 21 респондент,

«пивные бонги» и большие кувшины и (или) бокалы — 22 респондента); использование барменами стратегической близости, флирта и поощрения покупать больше. По ассоциациям, бармен — дружелюбный, внимательный, красивый и (или) стильный, высокий молодой мужчина. Бармен является ключевой фигурой, его упомянул 81 респондент (64,8%), фактически вся женская аудитория (59 респондентов-женщин).

Из таблицы 1 видно, что алкоголь — главный элемент ассоциативного ядра «бар». Так, алкоголь был первой ассоциацией у 47 респондентов; данная ассоциация имеет самый большой вес среди всех других ассоциаций и выходит на первое место в частотном рейтинге. Основными алкогольными напитками в баре являются:

- коктейли: связка «Бар → Алкоголь → Коктейли» присутствовала у 32 респондентов (в ассоциативных полях коктейли упоминали 104 респондента, или 83,2% опрошенных);
- пиво: связка «Бар → Алкоголь → Пиво» (37 респондентов; в ассоциативных полях коктейли упоминали 125 респондентов, то есть 100% опрошенных);
- вино: связка «Бар → Алкоголь → Вино» (28 респондентов; в ассоциативных полях вино упоминали 64 респондента, или 51,2% опрошенных);
- крепкий алкоголь: связка «Бар → Алкоголь → Крепкий» (23 респондента). Среди крепких напитков упоминались: виски (40 респондентов), водка (30 респондентов), текила (9 респондентов).



Источник: Составлено автором.

Рис. 7. Положительные ассоциативные связи (узлы) с алкоголем

В соответствии с выявленными ассоциациями алкоголь — важная составляющая в барах, он помогает людям расслабиться и получить удовольствие. Употребление алкоголя часто связано с празднованием, отдыхом и общением, что характерно для баров. Кроме того, алкоголь имеет долгую историю употребления в качестве напитка; многие люди наслаждаются вкусом и эффектами, которые он производит (см. рис. 7).

В то же время многие респонденты выделяют отрицательные ассоциации с употреблением алкоголя в баре. На рисунке 8 показаны некоторые возможные последствия употребления алкоголя в баре, которые назвали респонденты.

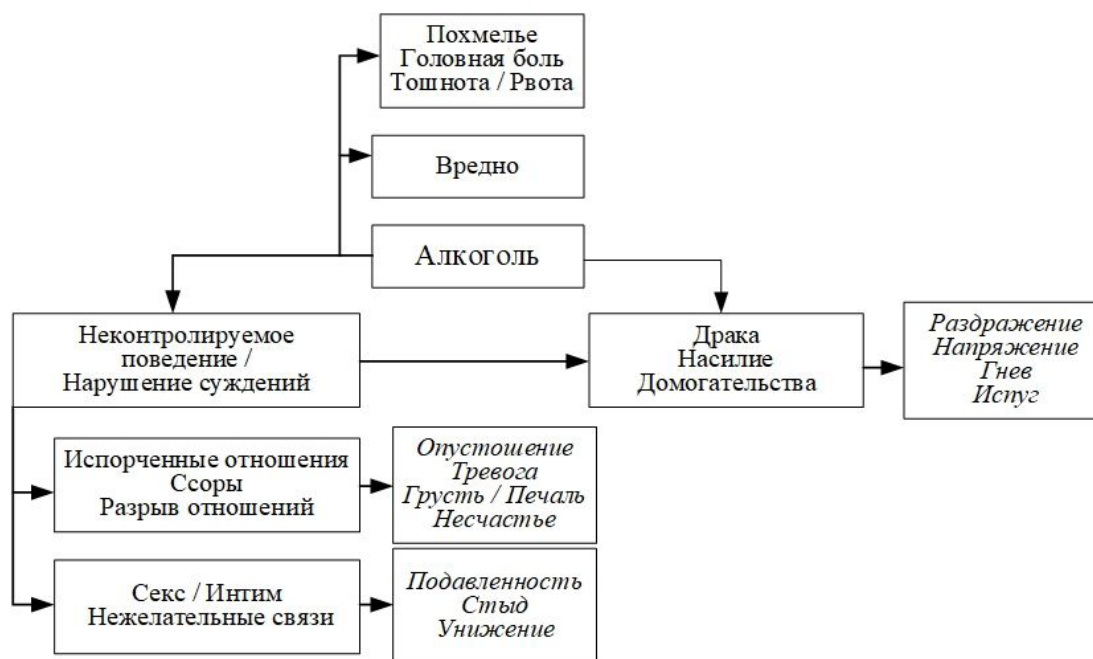


Рис. 8. Отрицательные ассоциативные связи (узлы) с алкоголем

*Неконтролируемое поведение (нарушение суждений)* означает, что алкоголь может ухудшить способность суждения и принятия решений, заставляя людей делать рискованный или опасный выбор. Среди женской аудитории упоминаются нежелательные связи, интим, секс (14 респондентов).

*Насилие:* употребление алкоголя может привести к агрессивному или насильственному поведению. Так, драку с алкоголем связали 68 респондентов; некоторые девушки отмечают домогательства и насилие со стороны мужской аудитории в барах (11 респондентов-женщин).

*Риски для здоровья:* респонденты понимают, что чрезмерное употребление алкоголя может привести к ряду проблем со здоровьем. Так, ассоциация «вредно» встречалась у 27 респондентов. Помимо этого, респонденты отмечают последствия приёма алкоголя: тошнота (7 респондентов), головная боль (37 респондентов), похмелье (40 респондентов).

*Социальные последствия:* некоторые респонденты отмечают, что алкоголь может привести к испорченным отношениям, таким как ссоры (7 респондентов), разрыв отношений и негативная репутация в обществе (некрасивые инциденты: танцы на барных стойках, приставания, неадекватное поведение).

### Атмосфера

Внешняя среда опосредует субъективное или социальное настроение. Атмосфера в баре может сильно различаться в зависимости от таких факторов, как стиль бара, время суток, местоположение и клиентура. Многие бары стремятся создать живую и энергичную атмосферу с помощью музыки, освещения и других элементов. Несмотря на оживлённую атмосферу, многие бары также стремятся создать непринуждённую обстановку, где посетители могут расслабиться и получить удовольствие. Можно выделить общие характеристики, которые часто ассоциируются с атмосферой в баре: (1) музыка; (2) интерьер и дизайн, (3) контингент, (4) социализация, (5) развлечения.

*Музыка* часто является ключевым элементом создания особой атмосферы в баре, что отметили 88 респондентов, или 70,4% опрошенных. Музыка входит в ассоциативное ядро, занимает второе место в средневзвешенном и частотном рейтингах (см. табл. 1). Музыка в баре может служить нескольким целям: например, создавать настроение или атмосферу, развлекать клиентов или способствовать социализации посетителей. В разных барах бывает и разная музыка, что зависит от целевой аудитории и атмосферы, которую хотят создать. В ассоциативном поле встречаются следующие типы музыки:

- живая музыка: в некоторых барах вживую выступают музыканты или группы либо в качестве основного развлечения, либо в качестве случайного мероприятия. Живая музыка в основном ассоциируется у респондентов с роком или металлом (связка: *Бар* → *Музыка* → *Живая* (21 респондент) → *Рок / Метал*);
- танцевальная музыка: в барах, предназначенных для более молодой и энергичной публики, может играть танцевальная музыка, например электронная, хип-хоп или поп, чтобы побудить посетителей встать и потанцевать; связка: *Бар* → *Танцы* (41 респондент) → *Музыка* → *Клубная / Энергичная / Ритмичная / Быстрая* (29 респондентов); связка: *Бар* → *Диджей* (15 респондентов) → *Музыка* → *Танцы*;
- фоновая музыка: тип музыки, обычно воспроизводимой с низкой громкостью и предназначенной для создания тонкой атмосферы или фонового шума. Это может быть инструментальная музыка, джаз или другие жанры, создающие расслабляющую или утончённую атмосферу; связка: *Бар* → *Музыка* → *Фоновая / Спокойная* (6 респондентов);
- караоке: в некоторых барах есть музыкальный автомат или караоке, что позволяет посетителям выбирать музыку или подпевать; связка: *Бар* → *Музыка* → *Караоке* (16 респондентов) / *Подпевать* (14 респондентов).

В зависимости от бара музыка может быть громкой, а общий уровень громкости — высоким: *Музыка* → *Громкая* (39 респондентов) / *Шум* (14 респондентов).

*Интерьер* (28 респондентов) и *дизайн* (15 респондентов): с точки зрения клиента, дизайн и интерьер бара играют решающую роль в создании комфортной и приятной атмосферы. Элементы дизайна, включая барную стойку (68 респондентов), освещение и (или) свет (50 респондентов), стулья (28 респондентов), витрину и (или) полки с напитками (19 респондентов), работают вместе, чтобы создать уникальное и запоминающееся впечатление для клиентов. Характеристика «интерьер и дизайн» может широко варьироваться в зависимости от стиля бара. Некоторые бары могут иметь минималистский или индустриальный дизайн, а другие будут богато украшены или иметь винтажный интерьер. Найденные связи:

*Интерьер / Дизайн* → *Необычный / Оригинальный* (5 респондентов)  
*Стильный* (4 респондента) / *Модный* (2 респондента)  
*Лофт* (4 респондента)  
*Под старину / Винтажный* (8 респондентов)

Барная стойка является центральным элементом многих баров (68 респондентов). Обычно это длинная приподнятая стойка, за которой клиенты могут сидеть, заказывая напитки или общаясь с барменом. Найденные связи:

*Барная стойка* → *Дерево* (48 респондентов)  
*Большая / Высокая / Широкая*  
*Удобная* (18 респондентов)  
*С высокими стульями / Стулья* → *Высокие*

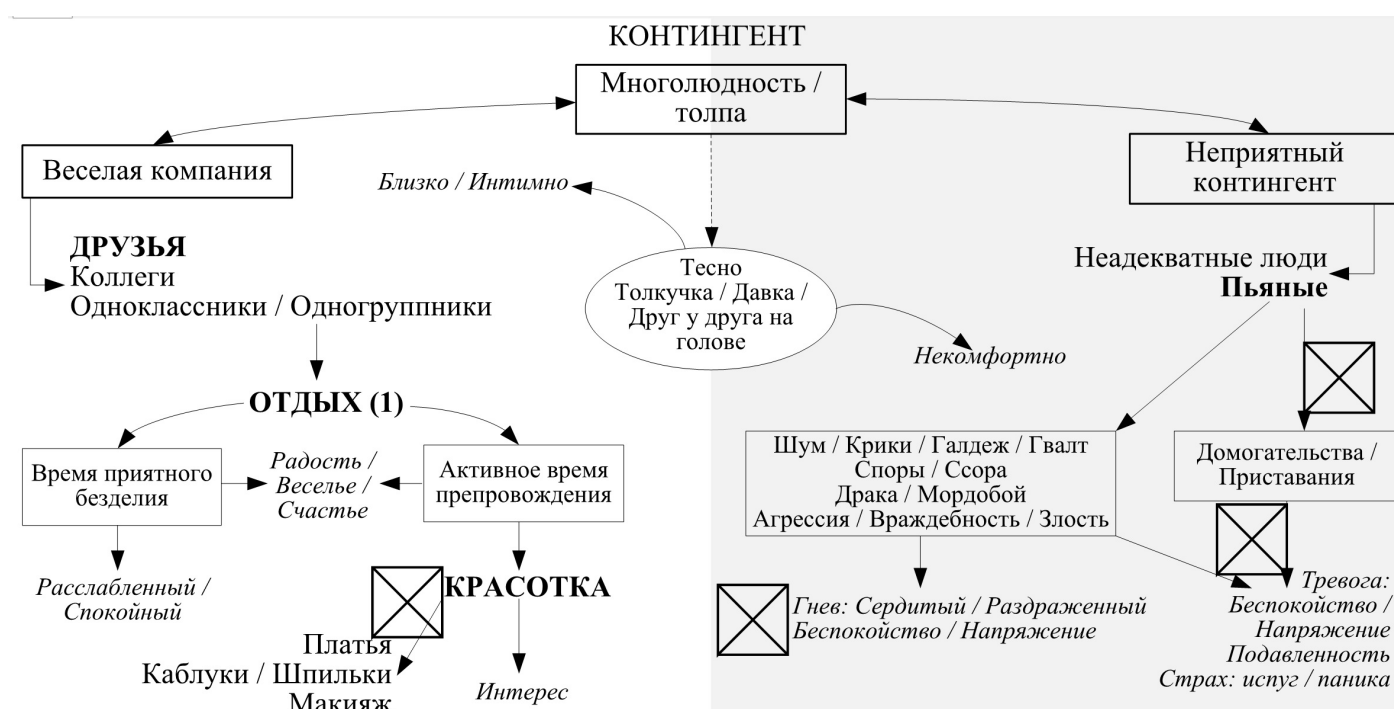


Как элемент дизайна освещение и (или) свет (50 респондентов) могут создать настроение и атмосферу в баре. Тусклое освещение формирует уютную и интимную атмосферу, более яркое освещение может сделать бар более оживлённым. Найденные связи:

Освещение / Свет → Тусклый / Приглушенный / Полумрак (11 респондентов)  
Яркий (4 респондента)

Контингент (см. рис. 9) — это люди, которые часто посещают бар и могут внести существенный вклад в его атмосферу. В целом, атмосфера в баре бывает сложной, там сосуществуют разные эмоции и переживания. Неоднородное скопление людей создаёт более яркую и динамичную атмосферу, а более однородное — непринуждённую. Тем не менее общение, оживлённость, расслабление и близость часто являются ключевыми составляющими барной атмосферы.

Одной из ключевых ассоциаций к слову «бар» является многолюдность (встречалось у 105 респондентов). Особенно в оживлённые ночи бары могут быть переполнены, люди борются за место в баре или за места за столиками; связь: Бар → Многолюдность / Толпа / Люди → Тесно / Толкучка / Давка.



Источник: Составлено автором.

Рис. 9. Ассоциативные связи (узлы) с контингентом в баре

Толпа в баре часто вызывает отрицательные ассоциации: пьяные (95 респондентов), неадекватные (8 респондентов), неприятный контингент (23 респондента). Также пьяные люди, по мнению респондентов, склонны к агрессии; связь: Пьяные → Шум (64 респондента) / Драка (45 респондентов) / Крики (9 респондентов).

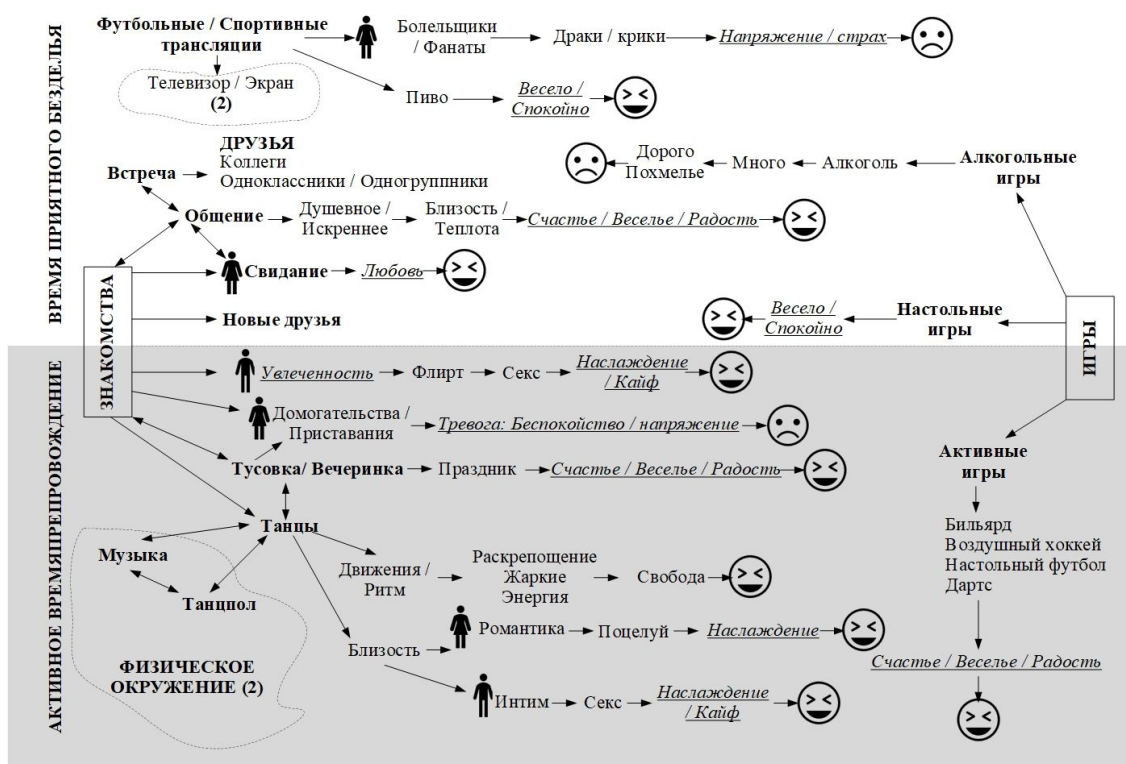
Социализация (см. рис. 10): бары часто рассматриваются как место для встреч, куда люди приходят, чтобы встретиться с друзьями (Встреча — 45 респондентов), завести новые знакомства и пообщаться (Общение — ассоциация встречается у всех респондентов):

- ассоциация «Друзья» находится на третьем месте в средневзвешенном рейтинге и встречалась у 83 респондентов (66,4% опрошенных);
- ассоциация «Компания» встречалась у 53 респондентов (42,4% опрошенных). Наиболее частая связка: *Бар → Весёлая компания* (или: *Бар → Компания → Весёлая*);
- ассоциация «Знакомства» встречалась у 45 респондентов (36% опрошенных).

Некоторые респонденты могут ходить в бары, чтобы найти романтических (больше женская аудитория) или сексуальных (больше мужская аудитория) партнёров; связки: *Бар → Знакомство → Любовь / Романтика → Поцелуй*; *Бар → Красотка → Интерес → Знакомство → Секс / интим*.

Ассоциации, связанные с одеждой при посещении бара, встречаются только у женской аудитории. Некоторые женщины могут красиво одеться для вечера в баре в надежде произвести более яркое впечатление на своих партнёров или новых знакомых; связка: *Платье* (12 респондентов-женщин), *Каблуки / Туфли* (15 респондентов-женщин) и, разумеется, *Макияж* (7 респондентов-женщин).

*Развлечения* (см. рис. 10): бары часто предлагают такие развлечения, как живая музыка, диджейские сетсы или другие представления, которые могут быть не так распространены в других заведениях общепита. Женщины, как и мужчины, ходят в бары по разным причинам, в том числе для общения с друзьями, знакомства с новыми людьми, наслаждения напитками или едой, прослушивания музыки, танцев или просто для отдыха от повседневных дел. Одни респонденты (обычно более взрослой возрастной категории, старше 30 лет) проводят в баре деловые встречи или обсуждают профессиональные вопросы. Некоторые мужчины могут ходить в бары, чтобы посмотреть спортивные мероприятия, поиграть, например в бильярд или в дартс, просто насладиться атмосферой оживлённого заведения. Другие мужчины и женщины ищут в баре романтических или сексуальных партнёров.



Источник: Составлено автором.

Рис. 10. Времяпрепровождение респондентов в баре

## Заключение и дискуссия

Настоящее исследование посвящено выявлению когнитивных и эмоциональных факторов удовлетворённости посетителей баров при помощи авторского метода связанных ассоциаций. Многие исследователи при изучении удовлетворённости заведениями общественного питания концентрируются на её отдельных атрибутах, и обосновывается это тем, что удовлетворённость влияет на поведенческие намерения покупателей [Mohi, Wu 2015; Khalili, Hassis, Mahmoud 2019; Kumar, Neha 2020; Rajput, Gahfoor 2020].

Основной особенностью метода связанных ассоциаций выступает возможность выявления эмоциональной компоненты. Метод эффективен для определения испытываемых респондентами чувств и эмоций; благодаря чему становится возможным комплексно изучить вопросы, которые волнуют респондентов сознательно и бессознательно. Преимуществом метода оказывается возможность фиксации всех типов ассоциаций к слову-стимулу: семантические ассоциации (ассоциации между словами или понятиями), аффективные ассоциации (ассоциации между эмоциями и стимулами) и неявные ассоциации (ассоциации, которые не распознаются сознательно).

### Семантические ассоциации

Было показано, что использование авторского метода позволяет комплексно выявить те же атрибуты, влияющие на удовлетворённость клиентов (посетителей), которые упоминаются в других исследованиях. Среди выделенных атрибутов, влияющих на удовлетворённость баром: (1) ориентация на алкоголь (разнообразие коктейлей и спиртных напитков); (2) атмосфера (музыка, интерьер и дизайн, контингент); (3) социализация (возможность пообщаться с друзьями, коллегами, барменом, новыми знакомыми); (4) развлечения (активный и пассивный отдых), цена, часы работы (отмечают вечер и ночь для посещения, поэтому ограничение посещения баров до 23:00 во время пандемии COVID-19 вызвало отрицательные ассоциации у некоторых респондентов: *не пойду / останусь дома*).

Также предложенный метод позволяет установить причины посещения бара:

- *общение*: бары часто рассматриваются как место, где можно пообщаться с друзьями, познакомиться с новыми людьми и поговорить за выпивкой в непринуждённой и неформальной обстановке; в баре можно расслабиться и повеселиться;
- *празднования*: бары часто являются популярным местом для празднования событий, таких как дни рождения, пятница (конец рабочей недели), особые случаи (достижения на работе и учёбе) и др. Это отличный способ отметить важное событие и его запомнить;
- *нетворкинг*: некоторые респонденты используют бары как место для общения и знакомства с новыми людьми (ассоциативная цепочка присутствовала только у трёх респондентов-мужчин), которые впоследствии могут помочь в построении карьеры (*Бар → Знакомство → Нужные / Полезные люди → Карьера*);
- *знакомство с противоположным полом*: место для нахождения потенциального сексуального партнёра для взаимного удовольствия;
- *развлечения*: танцы, караоке, живая музыка, диджей и другие развлечения, собирающие толпы людей. Это интересный и способ весело провести вечер и насладиться развлечениями;

- *гастрономическое удовольствие*: попробовать новые напитки. Бары предлагают широкий выбор алкогольных и безалкогольных напитков. Некоторые респонденты посещают бары, чтобы попробовать новые напитки и расширить свою палитру вкусов: *Бар* → *Алкоголь* → *Новинки* → *Интерес*;
- *расслабление*: некоторые респонденты посещают бары, чтобы расслабиться после долгого дня или рабочей недели (выявлено у пяти респондентов-мужчин старше 30 лет). Это возможность отдохнуть и насладиться любимым алкогольным напитком (часто виски) в комфортной обстановке;
- *просмотр спортивных мероприятий*: во многих барах есть телевизоры и экраны, на которых выведены спортивные трансляции (преимущественно футбольные). Болельщики могут собраться в баре, чтобы посмотреть, как играют их любимые команды, наслаждаясь напитками и едой;
- *бегство*: некоторые люди посещают бары, чтобы укрыться от повседневной рутины или личных проблем (выявлено у трёх респондентов-мужчин). Это временный отдых от стресса и забот повседневной жизни.

### *Аффективные ассоциации, или ассоциации между эмоциями и стимулами*

Большинство исследований выделяют сегмент «бар» из всего сектора общественного питания как обобщённое пространство, созданное для общения, развлечения и отдыха [Atmanagara, Nuraeny 2021] (центральная ассоциация «*Весело / веселье*»). В данной работе удалось расширить список развлечений, выделив две целевые группы (см. рис. 10): тех, кто предпочитает (1) приятное безделье (например, просмотр футбольных трансляций, свидание, встреча и общение с друзьями и коллегами, настольные игры); (2) активный отдых (например, танцы, активные игры (бильярд, воздушный хоккей, настольный футбол), караоке).

Основное внимание в барах уделяется продаже алкогольных напитков (*алкоголь* — центральная ассоциация к слову-раздражителю «бар»), в то время как другие заведения общественного питания (рестораны или кафе) могут предлагать более широкий выбор блюд и напитков. Бар прочно зарекомендовал себя как важное дополнение к отдыху во многих обществах, где употребляют алкоголь. Подтверждается предположение, что употребление алкоголя в барах в основном праздничное, сдержанное и беспроblemное [Green, Plant 2009]: *весело / веселье, счастье / радость, смех, эйфория* (см. рис. 7). Алкоголь также ассоциируется с общением и развлечениями, поэтому имеет большую популярность в обществе, где его употребление культурно приемлемо. Существуют исследования, показывающие, что алкоголь усиливал позитивное настроение. Алкоголь помогает людям расслабиться и снизить комплексы, что способствует созданию социально открытой атмосферы в барах [Bowdring, Sayette 2021]: *отдых / релакс / спокойствие*. Следует учитывать, что положительное ожидание от употребления алкоголя выступает важным предиктором чрезмерного потребления алкоголя и снижения контроля над своим поведением [Le, Malone, Li 2022]. В данной работе соглашаемся с мнением исследователей, утверждающих, что атмосфера в баре способствует увеличению употребления алкоголя [Buvik, Rossow 2015; Pechey et al. 2016; Lee et al. 2017; Tutenges, Vøhling 2019]. В ассоциативном поле к слову-раздражителю «бар» присутствуют все выявленные из вторичных данных предикторы, способствующие увеличению потребления алкоголя:

- разнообразие коктейлей на любой вкус, способных удовлетворить даже очень требовательно-го клиента;

- молодой и привлекательный персонал [Lee et al. 2017]: бармен — *дружелюбный, внимательный, красивый / стильный / высокий молодой мужчина*;
- использование барменами стратегической близости, флирта и поощрения покупать больше [Lee et al. 2017]: сексуальный бармен, с которым женской аудитории хочется поболтать (*болтать / флиртовать*);
- специальные предложения [Tutenges, Vøhling 2019]: «Счастливые часы» / «Всё, что вы можете выпить» и др.
- барная атмосфера [Buvik, Rossow 2015]: высокий уровень музыки (*громкая музыка, шум*) и плохое освещение (*тусклое / полумрак / темно*);
- приспособления для быстрого питья [Pechey et al. 2016]: большое разнообразие приспособлений для быстрого питья (*рюмки — 12 респондентов; шоты — 21 респондент и др.*).

В последнее время приобретает популярность использование ассоциативных методов для определения не только эмоций, но и страхов человека [Skerry, Saxe 2015; Dricu, Frühholz 2020; Lange et al. 2020; Malinakova et al. 2021].

Большинство исследователей утверждают, что бар — это место повышенной опасности [Chermak, Gruenewald 2015; Taylor, Keatley, Clarke 2020; Parks et al. 2020]. Как и многие исследователи [Collins, Leonard, Quigley 2003; Savard et al. 2019], приходим к выводу, что алкогольное опьянение может привести к агрессии, насилию, общественным беспорядкам и травмам (см. табл. 2). Выявлено подтверждение, что в основном агрессивное поведение характерно для мужской аудитории в состоянии алкогольного опьянения [Litherland et al. 2021]. Слово «драка» присутствовало в ассоциативном поле у 68 респондентов (54,4% опрошенных). При помощи ассоциативного метода удалось найти подтверждения следующих характеристик, вызывающих агрессивное поведение внутри бара: (1) потребление большого количества алкоголя (см. рис. 6); (2) физические характеристики бара (*шум, неяркое освещение*); (3) большое скопление людей (*многолюдность / толпа / люди*); (4) проблемы в межличностных отношениях, в том числе разочарование мужчины, вызванное отказом со стороны женщины; (5) защита себя, своих друзей, подруг и любимых (часто связано с нежелательными домогательствами пьяных посетителей бара); (6) оскорбительное поведение посетителей и персонала.

Полагаем, как и другие исследователи, что для удовлетворения посетителей и обеспечения их безопасности управление баром должно включать профилактическое вмешательство, снижающее уровень насилия в баре, с этой целью необходимо понимать причины возникновения агрессии [Graham et al. 2013; Chermak, Gruenewald 2015; Taylor, Keatley, Clarke 2020].



Таблица 2

**Факторы, вызывающие агрессивное поведение в барах, согласно использованным источникам**

К. Е. Леонард, Р. Л. Коллинз, Б. М. Куигли [Leonard, Collins, Quigley 2003]	Б. М. Куигли, Р. К. Е. Леонард, Л. Коллинз, [Quigley, Leonard, Collins 2003]	К. Грэм, С. Уэллс [Graham, Wells 2009]	Дж. Грин, М. А. Плант [Green, Plant 2009]	К. Грэхам и соавторы [Graham et al. 2013]	О. Тейлор, Д. А. Китли, Д. Д. Кларк [Taylor, Keatley, Clarke 2020]	К. Паркс и соавторы [Parks et al. 2020]
(1) потребление большого количества алкоголя;	Физические характеристики бара: (1) шум;	(1) конфликт с персоналом; (2) действия в баре (виды развлечений); (3) оскорбительное поведение посетителей; (4) проблемы в межличностных отношениях	(1) физические характеристики и атмосфера бара; (2) большое скопление людей (скученность); (3) организационные факторы (атмосфера вечеринки); (4) характеристики посетителей (например, пол, возраст); (5) выбор напитков	(1) достижение согласия; (2) выражение недовольства и (или) восстановление справедливости (3) достижение благоприятной социальной идентичности; (4) стремление к веселью и (или) возбуждению	(1) физические характеристики бара (шум, яркое освещение); (2) потребление большого количества алкоголя; (3) вмешательство персонала; (4) преобладание в баре мужской аудитории; (5) разочарование мужчины, вызванное отказом со стороны женщины	(1) физические характеристики бара (шум, яркое освещение); (2) отношение и установки мужчин, связанные с совершением сексуальной агрессии; (3) опыт женщины, связанный с сексуальной агрессией со стороны мужчины

**Неявные ассоциации**

Ассоциативный метод оказался достаточно эффективным для определения проблем межличностных отношений. Далеко не все респонденты ходят в бар, чтобы найти потенциального сексуального партнёра для взаимного удовольствия, как утверждают некоторые исследователи [Parks et al. 2020]. Ассоциация «Знакомства» встречалась только у 45 респондентов (36% опрошенных). Но женская аудитория подтверждает наличие проблемы домогательств со стороны мужчин, что вызывает негативные эмоции: тревога (*беспокойство / напряжение / подавленность*) и страх (*испуг / паника*).

Прослеживается явное различие в целях знакомства между респондентами женщинами и мужчинами:

Респонденты-женщины хотят длительных отношений, ищут партнёра для любви и романтики: *Бар → Знакомство → Любовь / Романтика → Поцелуй*.

Также в исследовании есть подтверждение сексуального возбуждения со стороны мужской аудитории. Но в отличие от женщин, мужчины желают получить кратковременное удовольствие без обязательств: *Знакомство → Увлечённость → Флирт → Секс / интим → Наслаждение / кайф*.

Некоторые респонденты-женщины подтвердили существование нежелательного секса или интима в алкогольном опьянении [Graham et al. 2013], который впоследствии вызывает стыд и сожаление: *Неконтролируемое поведение → Секс / Интим / Нежелательные связи → Подавленность / Стыд / Сожаление*.

Эффективность методики связанных ассоциаций была продемонстрирована на примере исследований в сегменте общественного питания «Бар», показана минимизация искажения суждений со стороны респондентов, особенно в отношении испытываемых чувств и эмоций. Методика позволила комплексно изучить вопросы, которые волнуют респондентов сознательно и бессознательно. Справедливость полученных результатов подтверждается другими исследователями. Сам метод связанных ассоциаций обладает следующими преимуществами:

- по сравнению с другими качественными методиками исследования данный метод прост в использовании, не даёт возможности ложного толкования и достаточно быстр в обработке;
- не требует специального оборудования или обучения;
- позволяет проводить исследования с использованием стандартных платформ коммуникаций Zoom и MS Teams;
- применим к большим группам людей;
- выявляет бессознательные ассоциации, что может дать ценную информацию о поведении потребителей, которую нельзя получить с помощью традиционных методов опроса;
- минимизирует возможные искажения суждений относительно поведенческих детерминант со стороны респондентов;
- предоставляет подробные данные, которые можно анализировать различными способами, — такие как частота ассоциации, сила связи и направление связи, что помогает лучше понять нюансы восприятия и отношения потребителей.

## Литература

- Аристотель. 2004. *Протрептик. О чувственном восприятии. О памяти.* СПб.: Издательство Санкт-Петербургского университета..
- Гордеихина И. И., Полынская Г. А. 2018. Создание ценностного предложения для ресторанов разных ценовых сегментов. *Маркетинг и маркетинговые исследования.* 3: 206–219. URL: <https://grebennikon.ru/article-8tom.html>
- Гордеихина И. И., Полынская Г. А. 2019. Выявление факторов, влияющих на удовлетворённость посетителей ресторанов. *Маркетинг и маркетинговые исследования.* 2: 146–157.
- Платон. 1936. *Тезет.* М.: Соцэкгиз.
- Полынская Г. А. 2020а. Выявление факторов, влияющих на удовлетворённость заведениями общественного питания, для разработки ценностного предложения. *Маркетинг и маркетинговые исследования.* 4: 302–318. URL: <https://grebennikon.ru/article-o5bd.html>
- Полынская Г. А. 2020б. Классификация посетителей традиционных ресторанов по уровню удовлетворённости: влияние когнитивных и эмоциональных составляющих. *Маркетинг и маркетинговые исследования.* 3: 218–229. URL: <https://grebennikon.ru/article-sjou.html>

- Aaker D. A. 1991. Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of a Brand Name. *Journal of Business Research*. 29 (3): 247–248.
- Amoako N. S., Comney V., Mohamed B. 2022. Determinant Factors of Consumers' Choice of Formal Full Service Restaurants in Ghana. *Journal of Hospitality Management and Tourism*. 13 (2): 38–47.
- Anderson J. R., Bower G. H. 1972. Recognition and Retrieval Processes in Free Recall. *Psychological Review*. 79: 97–123.
- Arendt S. W., Jun J., Kang J. 2015. Understanding Customers' Healthy Food Choices as Casual Dining Restaurants: Using the Value-Attitude-Behavior model. *International Journal of Hospitality Management*. 48: 12–21.
- Atmanagara T. S., Nuraeny E. A. 2021. A Speakeasy Bar in an Urban Settlement as a Heterotopia Space. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*. 673 (1): 012046.
- Bowdring M. A., Sayette M. A. 2021. The Effect of Alcohol on Mood Among Males Drinking with a Platonic Friend. *Alcohol: Clinical and Experimental Research*. 45 (10): 2160–2166.
- Buvik K., Rossow I. 2015. Factors Associated with Over-Serving at Drinking Establishments. *Addiction*. 110 (4): 602–609.
- Cattell J. M., Bryant S. 1889. Mental Association Investigated by Experiment. *Mind*. 14 (54): 230–250.
- Chermak S., Gruenewald J. A. 2015. Laying a Foundation for the Criminological Examination of Right-Wing, Left-Wing, and Al Qaeda-Inspired Extremism in the United States. *Terrorism and Political Violence*. 27 (1): 133–159.
- Clarke D. D., Keatley D. A., Taylor O. 2020. A Behavior Sequence Analysis of Perceptions of Alcohol-Related Violence Surrounding Drinking Establishments. *Journal of Interpersonal Violence*. 35 (9–10): 1982–1997.
- Cobb-Walgren C. J., Ruble C. A., Donthu N. 1995. Brand Equity, Brand Preference, and Purchase Intent. *Journal of Advertising*. 24 (3): 25–40.
- Cofer C. N. 1968. Free Recall of Nouns after Presentation in Sentences. *Journal of Experimental Psychology*. 78 (1): 145–152.
- Desmet P. 2018. Measuring Emotion: Development and Application of an instrument to Measure Emotional Responses to Products. In: Blythe M. A., Monk A, (eds) *Funology 2: From Usability to Enjoyment*. 2<sup>nd</sup> ed. Dordrecht: Kluwer Academic Publishers; 391–404.
- Deyne S. D., Storms G. 2008. Word Associations: Network and Semantic Properties. *Behavior Research Methods*. 40 (1): 213–231.
- Dichter E. 1947. Psychology in Market Research. *Harvard Business Review*. 25 (4): 432–443.
- Dichter E. 1955. What are the Real Reasons People Buy. *Sales Management*. 74: 36–89.
- Dricu M., Frühholz S. A. 2020. A Neurocognitive Model of Perceptual Decision-Making on Emotional Signals. *Human Brain Mapping*. 41 (6): 1383–1694.

- Ebbinghaus H. 1902. *Grundzüge der Psychologie*. B 1. Leipzig: Verlag von Veit & Comp.
- Ebbinghaus H. 1911. *Grundzüge der Psychologie*. B 2. Leipzig.
- Galton F. 1879a. Psychometric Facts. *Nineteenth Century*. 5: 425–434.
- Galton F. 1879b. Psychometric Experiments. *Brain*. 2: 149–162.
- Graham K. et al. 2013. Apparent Motives for Aggression in the Social Context of the Bar. *Psychology of Violence*. 3 (3): 218–232.
- Graham K., Wells S. 2009. Aggression Among Young Adults in the Social Context of the Bar. *Addiction Research and Theory*. 9 (3): 193–219.
- Green J., Plant M.A. 2009. Bad Bars: A Review of Risk Factors. *Journal of Substance Use*. 12 (3): 157–189.
- Greenwald A. G., Banaji M. R. 1995. Implicit Social Cognition: Attitudes, Self-Esteem, and Stereotypes. *Psychological Review*. 102 (1): 4–27.
- Greenwald A. G., McGhee D. E., Schwartz J. K. L. 1998. Measuring Individual Differences in Implicit Cognition: The Implicit Association Test. *Journal of Personality and Social Psychology*. 74 (6): 1464–1480.
- Guimelli C. 1993. Locating the Central Core of Social Representations: Towards a Method. *European Journal of Social Psychology*. 23 (5): 555–559.
- Han H., Ryu K. 2011. New or Repeat Customers: How does Physical Environment Influence their Restaurant Experience? *International Journal of Hospitality Management*. 30: 599–611.
- Joffe H., Elsej J. 2014. Free Association in Psychology and the Grid Elaboration Method. *Review of General Psychology*. 18 (3): 173–185.
- Jung J. M., Sydnor S., Lee S. K., Almanza B. A. 2015. A Conflict of Choice: How Customers Choose Where to Go for Dinner. *International Journal of Hospitality Management*. 45 (1): 88–98.
- Keller K. L. 1993. Conceptualizing, Measuring, and Managing Customer-Based Brand Equity. *Journal of Marketing*. 57 (1): 1–22.
- Khalili S. A., Hassis S. M., Mahmoud H. S. 2019. Customer Satisfaction Impact on Behavioral Intentions: The Case of Pizza Restaurants in Nablus City. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*. 20 (6): 709–728.
- Kumar N., Neha N. 2020. Service Quality and Behavioral Intention: The Mediating Effect of Satisfaction in Online Food Ordering Services. *e-journal — First Pan IIT International Management Conference–2018*.
- Lange J. et al. 2020. Toward an Integrative Psychometric Model of Emotions. *Perspectives on Psychological Science*. 15 (2): 444–468.
- Le T. M., Malone T., Li C.-S. R. 2022. Positive Alcohol Expectancy and Resting-state Functional Connectivity of the Insula in Problem Drinking. *Drug and Alcohol Dependence*. 231.

- Lee J. P. et al. 2017. Late Night Environments: Bar “Morphing” Increases Risky Alcohol Sales in On-Premise Outlets. *Drugs: Education Prevention and Policy*. 25 (5): 431–437.
- Leonard K. E., Collins R. L., Quigley B. M. 2003. Alcohol Consumption and the Occurrence and Severity of Aggression: An Event-Based Analysis of Male to Male Barroom Violence. *Aggressive Behavior*. 29 (4): 346–365.
- Liljander V., Strandvik T. 1997. Emotions in Service Satisfaction. *International Journal of Service Industry Management*. 2: 148–169.
- Line N. D., Hanks L., Kim W. G., 2016. Hedonic Adaptation and Satiation: Understanding Switching Behavior in the Restaurant Industry. *International Journal of Hospitality Management*. 52: 143–153.
- Litherland S. et al. 2021. Male Barroom Aggression among Members of the Australian Construction Industry: Associations with Heavy Episodic Drinking, Trait Variables and Masculinity Factors. *International Journal of Environmental Research and Public Health*. 18 (13): art. 6769.
- Ludena G. A., Behzad M. D., Gros C. 2014. Exploration in Free Word Association Networks: Models and Experiment. *Cognitive Processing*. 15 (2): 195–200.
- Malinakova K. et al. 2021. Using Photos of Basic Facial Expressions as a New Approach to Measuring Implicit Attitudes. *PLoS ONE*. 16 (5): art: e0250922.
- Mohi Z., Wu H. C. 2015. Assessment of Service Quality in the Fast-Food Restaurant. *Journal of Foodservice Business Research*. 18 (4): 358–388.
- Nisbett R. E., Wilson T. D. 1977. Telling More than We Can Know: Verbal Reports on Mental Processes. *Psychological Review*. 84 (3): 231–259.
- O’Dwyer M., Gilmore A. 2018. Value and Alliance Capability and the Formation of Strategic Alliances in SMEs: The Impact of Customer Orientation and Resource Optimization. *Journal of Business Research*. 87: 58–68.
- Oliver R. L. 1999. Whence Consumer Loyalty? *Journal of Marketing*. 63 (4, suppl. 1): 33–44.
- Parks K. A., Collins R.L., Graham K., Bernards S., Wells S. (2020). Bars as a Drinking Context for Sexual Aggression. In: Geffner R., White J.W., Hamberger L.K., Rosenbaum A., Vaughan-Eden V., Vieth V.I. (eds) *Handbook of Interpersonal Violence and Abuse Across the Lifespan*. Cham: Springer; 1–23.
- Pechey R. et al. 2016. Does Wine Glass Size Influence Sales for On-Site Consumption? A Multiple Treatment Reversal Design. *BMC Public Health*. 16 (390): 1660–1668.
- Polynskaya G. A. 2021. Application of Constrained Association Method for Determination of the Development Factors of the Quick Service Restaurant Industry. *Journal of Marketing Analytics*. 9: 328–348.
- Qu H., Song J. 2017. The Mediating Role of Consumption Emotions. *International Journal of Hospitality Management*. 66: 66–76.
- Quigley B. M., Leonard K. E., Collins R. L. 2003 Characteristics of Violent Bars and Bar Patrons. *NCBI*. 64 (6): 765–772.



- Rajput A., Gahfoor R. Z. 2020. Satisfaction and Revisit Intentions at Fast Food Restaurants. *Future Business Journal*. 6: art. 13.
- Savard D. M. et al. 2019. Violent Crime in Bars: A Quantitative Analysis. *Journal of Applied Security Research*. 14 (4): 369–389.
- Skerry A. E., Saxe R. 2015. Neural Representations of Emotion Are Organized around Abstract Event Features. *Current Biology*. 25 (15): 1945–1954.
- Steyvers M., Tenenbaum J. B. 2005. The Large-Scale Structure of Semantic Networks: Statistical Analyses and a Model of Semantic Growth. *Cognitive Science*. 29 (1): 41–78.
- Szalay L. B., Deese J. 1978. *Subjective Meaning and Culture: An Assessment through Word Associations*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Tadajewski M. 2006. Remembering Motivation Research: Toward an Alternative Genealogy of Interpretive Consumer Research. *Marketing Theory*. 6 (4): 429–466.
- Tutenges S., Böhling F. 2019. Designing Drunkenness: How Pubs, Bars and Nightclubs Increase Alcohol Sales. *International Journal of Drug Policy*. 70: 15–21.
- Uncles M. D., Dowling G. R., Hammond K. 2003. Customer Loyalty and Customer Loyalty Programs. *Journal of Consumer Marketing*. 20: 294–316.
- Wagner W., Valencia J., Elejabarrieta F. 1996. Relevance, Discourse and the “Hot” Stable Core of Social Representations—A Structural Analysis of Word Associations. *British Journal of Social Psychology*. 35 (3): 331–351.
- Wakefield K. L., Blodgett J. G. 1999. Customer Response to Intangible and Tangible Service Factors. *Psychology and Marketing*. 16: 51–68.

Galina Polynskaya

# Utilizing the Linked Associations Methodology: A Case Study on Assessing Patron Satisfaction in the “Bar” Segment. Analysis of Method Effectiveness and Results Obtained

**POLYNSKAYA, Galina**—

Associate Professor,  
Department of Marketing  
and Advertising, Russian  
Academy of National Economy  
and Public Administration  
under the President of the  
Russian Federation. Address:  
99 Ryazansky pr., Moscow,  
109542, Russian Federation.

**Email:** [polynskaya-ga@ranepa.ru](mailto:polynskaya-ga@ranepa.ru)

## Abstract

The article presents a research study on the catering segment known as the bar utilizing the author's constrained association method. This method, compared to other qualitative research approaches, offers simplicity in usage, minimizes the potential for misinterpretation, and allows for swift data processing after collection. It does not necessitate specialized equipment or extensive training, as it can be conducted using common communication platforms like Zoom, Skype, or similar alternatives. Furthermore, this method reduces the risk of distorting respondents' judgments regarding behavioral determinants. It yields detailed data that can be analyzed in various ways, such as association frequency, bond strength, and bond direction. A notable advantage of this method lies in its capacity to identify multiple types of associations with the stimulus word. These encompass semantic associations (between words or concepts), affective associations (between emotions and stimuli), and implicit associations that are not consciously recognized.

By employing the associative method, it becomes feasible to construct both an associative core and an associative network linked to the stimulus word. The utilization of this method has made possible the identification of key attributes that significantly impact customer satisfaction within the Bar segment. These attributes encompass a focus on alcohol; the atmosphere including elements such as music, interior design, and public ambience; socialization and entertainment options for both active and passive recreation; pricing; and the establishment's opening hours. Furthermore, this method has enabled the identification of various motivations for visiting a Bar, including socializing, celebrating special occasions, networking, dating, seeking entertainment, indulging in gastronomic pleasure by trying new alcoholic beverages, relaxation, watching sports events, and temporarily escaping from personal difficulties. Moreover, it has shed light on interpersonal challenges that arise within Bar settings, as well as the primary risks associated with visiting such establishments and the factors contributing to aggressive behavior among patrons.

**Keywords:** bar; alcohol; satisfaction; factors of satisfaction; attributes; conflicts in the bar; aggressive behavior; associations.

## References

- Aaker D. A. (1991) Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of a Brand Name. *Journal of Business Research*, vol.29, no 3, pp. 247–248.
- Amoako N. S. Commey V., Mohamed B. (2022) Determinant Factors of Consumers' Choice of Formal Full Service Restaurants in Ghana. *Journal of Hospitality Management and Tourism*, vol. 13, no 2, pp. 38–47.

- Anderson J. R., Bower G. H. (1972) Recognition and Retrieval Processes in Free Recall. *Psychological Review*, vol. 79, pp. 97–123.
- Arendt S. W., Jun J., Kang J. (2015) Understanding Customers' Healthy Food Choices as Casual Dining Restaurants: Using the Value-Attitude-Behavior model. *International Journal of Hospitality Management*, vol. 48, pp. 12–21.
- Aristotle. (2004) *Protrephtik. O chuvstvennom vospriyatii. O pamyati* [Protrephtik. On Sensible and the Sense. On Memory], St. Petersburg.: Izdatel'stvo Sankt-Peterburgskogo universiteta (in Russian).
- Atmanagara T. S, Nuraeny E. A. (2021) A Speakeasy Bar in an Urban Settlement as a Heterotopia Space. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, Sci. 673 012046.
- Bowdring M. A., Sayette M. A. (2021) The Effect of Alcohol on Mood Among Males Drinking with a Platonic Friend. *Alcohol: Clinical and Experimental Research*, vol. 45, no 10, pp. 2160–2166.
- Buvik K., Rossow I. (2015) Factors Associated with Over-Serving at Drinking Establishments. *Addiction*, vol. 110, no 4, pp. 602–609.
- Cattell J. M., Bryant S. (1889). Mental Association Investigated by Experiment. *Mind*, vol. 14 (54), pp. 230–250.
- Chermak S., Gruenewald J. A. (2015) Laying a Foundation for the Criminological Examination of Right-Wing, Left-Wing, and Al Qaeda-Inspired Extremism in the United States. *Terrorism and Political Violence*, vol. 27, no 1, pp. 133–159.
- Clarke D. D., Keatley D. A., Taylor O. (2020) A Behavior Sequence Analysis of Perceptions of Alcohol-Related Violence Surrounding Drinking Establishments. *Journal of Interpersonal Violence*, vol. 35, no 9–10, pp. 1982–1997.
- Cobb-Walgren C. J., Ruble C. A., Donthu N. (1995) Brand Equity, Brand Preference, and Purchase Intent. *Journal of Advertising*, vol. 24, no 3, pp. 25–40.
- Cofer C. N. (1968) Free Recall of Nouns after Presentation in Sentences. *Journal of Experimental Psychology*, vol. 78, no 1, pp. 145–152.
- Desmet P. (2018) Measuring Emotion: Development and Application of an instrument to Measure Emotional Responses to Products. *Funology 2: From Usability to Enjoyment* (eds. M. A. Blythe, C. J. Overbeeke, A. F. Monk, P. C. Wright), Dordrecht: Kluwer Academic Publishers, pp. Part of the Human-Computer Interaction Series book series (HCIS). Chapter 2; pp. 391–404.
- Deyne S. D., Storms G. (2008) Word Associations: Network and Semantic Properties. *Behavior Research Methods*, vol. 40, no 1, pp. 213–231.
- Dichter E. (1947) Psychology in Market Research. *Harvard Business Review*, vol. 25, no 4, pp. 432–443.
- Dichter E. (1955) What are the Real Reasons People Buy, *Sales Management*, vol. 74, pp. 36–89.
- Dricu M., Frühholz S. A. (2020) A Neurocognitive Model of Perceptual Decision-Making on Emotional Signals. *Human Brain Mapping*, vol. 41, no 6, pp. 1383–1694.

- Ebbinghaus H. (1902) *Grundzüge der Psychologie*, Band 1. Leipzig: Verlag von Veit & Comp.
- Ebbinghaus H. (1911) *Grundzüge der Psychologie*. Band 2. Leipzig.
- Galton F. (1879b) Psychometric Experiments. *Brain*, vol. 2, pp. 149–162.
- Galton F. (1879a) Psychometric Facts. *Nineteenth Century*, vol. 5, pp. 425–434.
- Gordeihina I. I., Polynska G. A. (2018) Sozdanie tsennostnogo predlozheniya dlya restoranov raznykh tsenovykh segmentov [Creating an Valuable Offer for Restaurants of Different Price Segments]. *Marketing i marketingovye issledovaniya*. 3: 206–219. Available at: <https://grebennikon.ru/article-8tom.html> (accessed May 23, 2023) (in Russian).
- Gordeihina I.I., Polynskaya G. A. (2019) Vyyavlenie phaktorov, vliyayushchikh na udovletvorennost' posetiteley restoranov [Discovering Factors of Restaurant Visitors' Satisfaction]. *Marketing and Marketing Research = Marketing i marketingovye issledovaniya*, no 2, pp. 146–157.
- Graham K., Bernards S., Wells S., Parks K.A., Collins R.L. (2020) 'Bars as a Drinking Context for Sexual Aggression', *Handbook of Interpersonal Violence and Abuse Across the Lifespan*, pp. 1–23.
- Graham K., Bernards S., Osgood D. W., Parks M., Abbey A., Felson R. B., Saltz R. F., Wells S. (2013) Apparent Motives for Aggression in the Social Context of the Bar. *Psychology of Violence*, vol. 3, no 3, pp. 218–232.
- Graham K., Wells S. (2009) Aggression Among Young Adults in the Social Context of the Bar, *Addiction Research and Theory*, vol. 9, no 3, pp. 193–219.
- Green J., Plant M. A. (2009) Bad Bars: A Review of Risk Factors. *Journal of Substance Use*, vol. 12, no 3, pp. 157–189.
- Greenwald A. G., Banaji M. R. (1995) Implicit Social Cognition: Attitudes, Self-Esteem, and Stereotypes. *Psychological Review*, vol. 102, no 1, pp. 4–27.
- Greenwald A. G., McGhee D. E., Schwartz J. K. L. (1998) Measuring Individual Differences in Implicit Cognition: The Implicit Association Test. *Journal of Personality and Social Psychology*, vol. 74, no 6, pp. 1464–1480.
- Guimelli C. (1993) Locating the Central Core of Social Representations: Towards a Method. *European Journal of Social Psychology*, vol. 23, no 5, pp. 555–559.
- Han H., Ryu K. (2011) New or Repeat Customers: How does Physical Environment Influence their Restaurant Experience? *International Journal of Hospitality Management*, no 30, pp. 599–611.
- Joffe H., Elsey J. (2014) Free Association in Psychology and the Grid Elaboration Method. *Review of General Psychology*, vol. 18, no 3, pp. 173–185.
- Jung J.M., Sydnor S., Lee S. K., Almanza B. A. (2015) A Conflict of Choice: How Customers Choose Where to Go for Dinner. *International Journal of Hospitality Management*, no 45, pp. 88–98.

- Keller K. L. (1993) Conceptualizing, Measuring, and Managing Customer-Based Brand Equity. *Journal of Marketing*, no 57, pp. 1–22.
- Khalili S. A., Hassis S. M., Mahmoud H. S. (2019) Customer Satisfaction Impact on Behavioral Intentions: The Case of Pizza Restaurants in Nablus City. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, vol. 20, no 6, pp. 709–728.
- Kumar N., Neha N. (2020) Service Quality and Behavioral Intention: The Mediating Effect of Satisfaction in Online Food Ordering Services. *e-journal — First Pan IIT International Management Conference–2018..*
- Lange J., Dalege J., Borsboom D., van Kleef G. A., Fischer A. H. (2020) Toward an Integrative Psychometric Model of Emotions, *Perspectives on Psychological Science*, vol. 15, no 2, pp. 444–468.
- Le T. M., Malone T., Li C-S. R. (2022) Positive Alcohol Expectancy and Resting-State Functional Connectivity of the Insula in Problem Drinking. *Drug and Alcohol Dependence*, vol. 231.
- Lee J. P., Pagano A., Morrison C., Gruenewald P. J., Wittman F. D. (2017) Late Night Environments: Bar “Morphing” Increases Risky Alcohol Sales in On-Premise Outlets. *Drugs: Education Prevention and Policy*, vol. 25, no 5, pp. 431–437.
- Leonard K. E., Collins R. L., Quigley B. M. (2003) Alcohol Consumption and the Occurrence and Severity of Aggression: An Event-Based Analysis of Male to Male Barroom Violence. *Aggressive Behavior*, vol. 29, no 4, pp. 346–365.
- Liljander V., Strandvik T. (1997) Emotions in Service Satisfaction. *International Journal of Service Industry Management*, no 2, pp. 148–169.
- Line N. D., Hanks L., Kim W. G. (2016) Hedonic Adaptation and Satiation: Understanding Switching Behavior in the Restaurant Industry. *International Journal of Hospitality Management*, no 62, pp. 143–153.
- Litherland S., Miller P., Droste N., Graham K. (2021) Male Barroom Aggression among Members of the Australian Construction Industry: Associations with Heavy Episodic Drinking, Trait Variables and Masculinity Factors. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, vol. 18, no 13, art. 6769.
- Ludueno G. A., Behzad M. D., Gros C. (2014) Exploration in Free Word Association Networks: Models and Experiment. *Cognitive Processing*, vol. 15, no 2, pp. 195–200.
- Malinakova K., Korinek R., Tavel P., Solcova I. P., Koenig H. G., van Dijk J. P., Reijneveld S. A. (2021) Using Photos of Basic Facial Expressions as a New Approach to Measuring Implicit Attitudes. *PLoS ONE*, vol. 16, no 5: art. e0250922.
- Mohi Z., Wu H. C. (2015) Assessment of Service Quality in the Fast-Food Restaurant. *Journal of Foodservice Business Research*, vol. 18, no 4, pp. 358–388.
- Nisbett R. E., Wilson T. D. (1977) Telling More than We Can Know: Verbal Reports on Mental Processes. *Psychological Review*, vol. 84, no 3, pp. 231–259.



- O'Dwyer M., Gilmore A. (2018) Value and Alliance Capability and the Formation of Strategic Alliances in SMEs: The Impact of Customer Orientation and Resource Optimization. *Journal of Business Research*, vol. 87, pp. 58–68.
- Oliver R. L. (1999) Whence Consumer Loyalty? *Journal of Marketing*, vol. 63, no 4 (suppl. 1), pp. 33–44.
- Pechey R., Couturier D.-L., Hollands G. J., Mantzari E. (2016) 'Does Wine Glass Size Influence Sales for On-Site Consumption? A Multiple Treatment Reversal Design. *BMC Public Health*, no 16: art. 390, pp. 1660–1668.
- Platon (1936) *Teyetet* [Theaetetus], M.: Sotsekgiz (in Russian).
- Polynskaya G. A. (2020a) Vyyavlenie faktorov, vliyayushchikh na udovletvorennost' zavedeniyami obshchestvennogo pitaniya, dlya razrabotki tsennostnogo [Identification of Factors Influencing Restaurant Satisfaction to Develop a Value Proposition]. *Marketing and Marketing Research = Marketing i marketingovye issledovaniya*, no 4, pp. 302–319 (in Russian)..
- Polynskaya G. A. (2020b) Klassifikatsiya posetiteley traditsionnykh restoranov po urovnyu udovletvorennosti: vliyanie kognitivnykh i emotsional'nykh sostavlyayushchikh [An Classification of Traditional Restaurant Visitors by Satisfaction Degree: Influence of Cognitive and Emotional Elements]. *Marketing and Marketing Research = Marketing i marketingovye issledovaniya*, no 3, pp. 218–229. Available at: <https://grebennikon.ru/article-sjou.html> (accessed March 13, 2023) (in Russian).
- Polynskaya G. A. (2021) Application of Constrained Association Method for Determination of the Development Factors of the Quick Service Restaurant Industry. *Journal of Marketing Analytics*, no 9, pp. 328–348.
- Qu H., Song J. (2017) The Mediating Role of Consumption Emotions. *International Journal of Hospitality Management*, vol. 66, pp. 66–76.
- Quigley B. M., Leonard K. E., Collins R. L. (2003) Characteristics of Violent Bars and Bar Patrons, *NCBI*, vol. 64, no 6, pp. 765–772.
- Rajput A., Gahfoor R. Z. (2020) Satisfaction and Revisit Intentions at Fast Food Restaurants. *Future Business Journal*, no 6: art. 13.
- Savard D. M., Kelley T. M., Jaks J. J., Kennedy D. B. (2019) Violent Crime in Bars: A Quantitative Analysis. *Journal of Applied Security Research*, vol. 14, no 4, pp. 369–389.
- Skerry A. E., Saxe R. (2015) Neural Representations of Emotion Are Organized around Abstract Event Features. *Current Biology*, vol. 25, no 15, pp. 1945–1954.
- Steyvers M., Tenenbaum J. B. (2005) The Large-Scale Structure of Semantic Networks: Statistical Analyses and a Model of Semantic Growth. *Cognitive Science*, vol. 29, no 1, pp. 41–78.
- Szalay L. B., Deese J. (1978) *Subjective Meaning and Culture: An Assessment through Word Associations*, Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Tadajewski M. (2006) Remembering Motivation Research: Toward an Alternative Genealogy of Interpretive Consumer Research. *Marketing Theory*, vol. 6, no 4, pp. 429–466.

Tutenges S., Bøhling F. (2019) Designing Drunkenness: How Pubs, Bars and Nightclubs Increase Alcohol Sales. *International Journal of Drug Policy*, vol. 70, pp. 15–21.

Uncles M. D., Dowling G. R., Hammond K. (2003) Customer Loyalty and Customer Loyalty Programs. *Journal of Consumer Marketing*, vol. 20, no 4, pp. 294–316.

Wagner W., Valencia J., Elejabarrieta F. (1996) Relevance, Discourse and the “Hot” Stable Core of Social Representations—A Structural Analysis of Word Associations. *British Journal of Social Psychology*, vol. 35, no 3, pp. 331–351.

Wakefield K. L., Blodgett J. G. (1999) Customer Response to Intangible and Tangible Service Factors. *Psychology and Marketing*, vol. 16, no 1, pp. 51–68.

**Received:** March 23, 2023

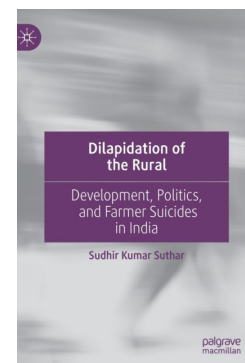
**Citation:** Polynskaya G. (2023) Primenenie metodiki svyazannykh assotsiatsiy dlya vyyavleniya emotsional'noy komponenty na primere issledovaniya udovletvorennosti posetiteley segmenta “bar”: analiz rezul'tativnosti primeneniya [Utilizing the Linked Associations Methodology: A Case Study on Assessing Patron Satisfaction in the “Bar” Segment. Analysis of Method Effectiveness and Results Obtained]. *Journal of Economic Sociology = Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 23, no 3, pp. 95–129. doi: [10.17323/1726-3247-2023-3-95-129](https://doi.org/10.17323/1726-3247-2023-3-95-129) (in Russian).

## НОВЫЕ КНИГИ

А. А. Куракин

# Самоубийства в сельской Индии<sup>1</sup>

Рецензия на книгу: Suthar S. K. 2022. *Dilapidation of the Rural: Development, Politics, and Farmer Suicides in India*. London: Palgrave Macmillan, 210 p.



**КУРАКИН Александр Александрович** — кандидат социологических наук, старший научный сотрудник Лаборатории экономико-социологических исследований (ЛЭСИ) НИУ ВШЭ; старший научный сотрудник Центра аграрных исследований РАНХиГС. Адрес: 101000, Россия, Москва, ул. Мясницкая, д. 11.

**Email:** [akurakin@hse.ru](mailto:akurakin@hse.ru)

Рецензия посвящена книге Судхира Кумара Сутара о сельских самоубийствах в Индии. Данная проблема известна в среде аграрников и исследователей села несколько десятков лет. Однако автор не удовлетворён существующими объяснениями причин сельских самоубийств, большинство из которых ищут в экономике. С. Сутар предлагает своё, дюркгеймовское по духу, объяснение, заключающееся в разрушении социальной структуры традиционной сельской Индии, которая уже не может выполнять функцию предохранения членов сообществ от самоубийств. Автор рассматривает, что же именно было разрушено и какое содержательное влияние это оказало на практику самоубийств. Особое внимание он уделяет общественным пространствам и тому, как они теряют свои прежние функции укрепления социальной солидарности. Эрозии подвергаются также традиционные коллективные действия сельских сообществ и семейные отношения. Основными агентами трансформации (и разрушения) традиционной сельской Индии являются рынок и государство, которые с разных сторон разрывают её социальную ткань. Автор подробно рассматривает, как рыночные, капиталистические отношения и модернизационная политика государства вытесняют и порой подменяют собой традиционные социальные отношения на селе.

**Ключевые слова:** сельская Индия; самоубийства; аграрная политика; крестьянство; сельские сообщества; публичные пространства.

Проблема сельских самоубийств в Индии периодически возникает в дискурсе сельских социологов, антропологов, политэкономов и в целом аграрников всевозможного академического происхождения. Книга Судхира Сутара о данной проблеме не является открытием этого феномена. Академические публикации по данной теме начали появляться несколько десятков лет назад [Mohanty 2005; Meeta, Rajivlochan 2006; Kumar 2016]<sup>2</sup>. Проблема сельских самоубийств в Индии, обнаружившаяся где-то в середине 1990-х гг.<sup>3</sup>, однако, осталась.

Автор отмечает, что подобные самоубийства можно заметить не только в Индии и не только в так называемых странах третьего мира, однако именно Индия стала главным местом этой драмы из-за масштабов проблемы. Так,

<sup>1</sup> Исследование осуществлено в рамках Программы фундаментальных исследований НИУ ВШЭ в 2023 г.

<sup>2</sup> Более полная библиография представлена в книге С. Сутара.

<sup>3</sup> По крайней мере, в это время она была замечена.

С. Сутар приводит ссылки на то, что ежедневно в сельской Индии кончают жизнь самоубийством 25 фермеров, а в 1995–2017 гг. было зафиксировано 270 тысяч случаев самоубийств фермеров. Здесь, конечно, не хватает сравнительной перспективы, так как люди ежедневно совершают самоубийства как в сёлах, так и в городах разных стран. Тем не менее тема самоубийств в сельской Индии была замечена и освещена в академической литературе.

Перед тем как перейти к содержанию книги, нужно оговорить особенности перевода. Дословно в книге речь идёт о самоубийствах фермеров (*farmer suicides*), однако в русском языке слово «фермер» имеет сейчас значение индивидуального (семейного) предпринимателя, природа которого отличается как от корпоративной структуры (хозяйственной организации), так и от личных подсобных хозяйств населения. Также на законодательном уровне фермерское хозяйство у нас идентично крестьянскому<sup>4</sup>. В то же время содержательно оно имеет другую природу, нежели исторические крестьянские хозяйства нашей страны. В свою очередь, в англоязычной литературе словом *farmer* часто обозначают всех, кто занимается сельскохозяйственным производством, а понятие «крестьянин» является историческим (не юридическим) термином. Так, до сих пор идут споры о том, остались ли крестьяне в современном мире, а если да, то где именно [Shanin 1987; Шанин 1992; Бернстайн 2016; Плуг 2017]<sup>5</sup>. Чтобы избежать путаницы, мы будем говорить о самоубийствах сельхозпроизводителей в сельской Индии или просто о сельских самоубийствах. Это, разумеется, в большинстве своём мелкие сельхозпроизводители, которых у нас определяли бы, скорее всего, как традиционных крестьян, товарные личные подсобные хозяйства или мелких фермеров. Сам же автор определяет ядро тех сельских домохозяйств, которые наиболее подвержены самоубийствам, как «крестьяне, занимающие промежуточное положение в кастово-классовой структуре» (с. 7).

Как мы упоминали выше, теме сельских самоубийств в Индии уже были посвящены академические исследования. Для чего же С. Сутар написал ещё одну книгу на данную тему? Ответ довольно простой: он не удовлетворён существующими объяснениями причин сельских самоубийств. Прежде всего, объяснения с помощью лежащих на поверхности экономических факторов признаются автором негодными или недостаточными. Действительно, производительность труда в сельском хозяйстве и уровень бедности слабо связаны с уровнем самоубийств. А данный экономикоцентричный дискурс ведёт своё начало в Индии ещё с 1960-х гг., со времени «зелёной революции». Сельский кризис в Индии конца XX века «стал неожиданным потрясением для популярного нарратива экономического роста, повышения производительности сельского хозяйства и развития сельских территорий» (с. 3). Скептически автор относится и к финансовой задолженности как фактору самоубийств, так как экономические трудности, зачастую переходящие в самые настоящие страдания, были характерны для всей истории ведения сельского хозяйства в Индии.

Несмотря на то что автор отрицает чисто экономические объяснения сельских самоубийств, он исходит из системного, структурного подхода, когда микроуровень описывается через макропроцессы. Подобный макротейоретический подход автор сочетает с качественной (мягкой) методологией сбора данных. Книга основана на неформализованных интервью в трёх регионах Индии. Таким образом, никакой обоснованной теории. Интервью нужны автору для того, чтобы увидеть, как макропроцессы проявляют себя на микроуровне.

Таким макропроцессом является переход сельского хозяйства Индии от традиционного уклада к капиталистическому. Однако просто указать на этот процесс явно недостаточно, чтобы представить хоть

<sup>4</sup> Деятельность фермерских хозяйств регламентирует Федеральный закон от 11 июня 2023 г. № 74-ФЗ «О крестьянском (фермерском) хозяйстве».

<sup>5</sup> В ходе презентации своей книги на семинаре ЛЭСИ С. Сутар заявил, что применительно к современной Индии понятие «крестьянство» является вполне актуальным, а сама Индия представляет собой яркий пример страны, где крестьянство сохранилось в своём традиционном, историческом виде.

сколько-нибудь убедительное объяснение феномена сельских самоубийств. К тому же этот переход наблюдается и описывается довольно давно, а сельское хозяйство Индии до сих пор в существенной мере можно назвать традиционным, крестьянским.

Автор выделяет в этом переходе — транзите — то, что он назвал словом *dilapidation*, вынесенным в заглавие книги, то есть разрушение, упадок, обветшание, запустение и т. п. Заметим, что эти слова довольно часто встречаются и в российском сельском дискурсе, для которого характерен высокий уровень алармизма<sup>6</sup>. Выбранное слово автор применяет не к хозяйству, а к социальной структуре сельской Индии. По словам автора, не добившись экономических результатов трансформации по европейскому образцу, «сельская Индия потеряла свою сущность и идентичность» (с. 4). Иными словами, не достигли того, к чему стремились, а по дороге потеряли то, что имели. С. Сутар явно идёт по стопам дюркгеймовской аномии и марксового отчуждения, впрочем, не используя эти понятия напрямую. «Упадком села мы называем постепенное исчезновение деревни как социально-культурного и пространственного образования. Процесс упадка сельской Индии включает постепенное разрушение связей между деревней как сообществом, семьёй как ячейкой и фермером как индивидом, что приводит к разрушению самой идеи сельского общества» (с. 5). Социальные связи разрушаются как на семейном уровне, так и на уровне сельских сообществ в целом. В этом тоже просматривается дюркгеймовская логика: разрушение общественных связей приводит к тому, что человек теряет социальную защиту и терапию и гораздо чаще принимает решение о самоубийстве под грузом повседневных обстоятельств.

Будучи политологом, С. Сутар, разумеется, рассматривает процесс трансформации сельской Индии и её упадок через призму категорий, которые он называет политическими. Само политическое автор трактует через подход Карла Шмидта как процесс определения друзей и врагов. «Политика определяется как социальная деятельность и процесс разрушения, создания или воссоздания пространств, которые способствуют чувству включения или исключения в рамках сельского сообщества или подавляют это чувство» (с. 13). Заметим: то, что для политолога является политическим, для социолога оказывается социальным, в том числе политика как таковая, поэтому социолог может смело рассматривать подход автора как социологический.

Политическое (социальное) переопределение деревни автор напрямую связывает с деятельностью государства в ходе «взаимодействий крестьян с местной бюрократией, сотрудниками банков, агентами, членами политических партий и партийными управленцами» (с. 13). Автор утверждает, что такое ежедневное воздействие государства в лице разных своих представителей изменило социальную природу сельской Индии, или, в терминах П. Бурдьё, хабитус сельских жителей.

Безусловно, упрощая основной тезис автора, можно сказать, что социальная структура традиционной сельской Индии разрывается совместными действиями рынка и государства, когда традиционные механизмы экономической, социальной и психологической поддержки заменяются рыночными (капиталистическими) отношениями, а также государственной помощью и перераспределением. Автор не противопоставляет рынок и государство, а рассматривает государство как проводник рынка через осуществление экономической политики, вполне в духе Карла Поланьи. Однако подобные рыночно-государственные субституты оказались неспособны выполнять функцию предохранителя, которую выполняли институты традиционной сельской общины. В результате те слои сельского населения, которые не смогли найти себя в изменившемся сельском обществе, стали чаще заканчивать жизнь самоубийством.

Первой переменной, подвергшейся трансформации и эрозии, стали семейные отношения и положение мужчин, так как именно мужчины составляют подавляющее большинство покончивших с собой кре-

<sup>6</sup> Это касается не только современной России, но и советского периода (писатели-деревенщики), а также дореволюционного (например, Глеб Успенский).



стьян. Сельские мужчины оказываются между сциллой изменившихся и возросших ожиданий вследствие социально-экономических трансформаций и харибдой норм маскулинности, когда мужчина рассматривается как глава семьи и главный добытчик, который должен справляться с трудностями в одиночку.

Описывая процесс размывания сельского социального капитала, С. Сутар уделяет особое внимание публичным пространствам, которые служили традиционным механизмом поддержания социальных связей — соседских, дружеских — внутри сельских сообществ, а также коллективных действий (праздникам, фестивалям и т. п.). Автор показывает, каким образом рыночные отношения и политические партии подменяют собой или используют в своих целях эти традиционные механизмы сельской солидарности.

Гражданская активность, традиционно неразрывно связанная с принадлежностью к своему сельскому сообществу, также всё больше захватывается государством и политическими партиями, которые вместо сельской солидарности проводят дополнительные разделительные линии внутри сельских сообществ. Мы, конечно, можем провести параллели из нашей истории времён революции и Гражданской войны, когда деревня оказалась также разделённой на «красных», «белых», «зелёных», батраков и кулаков, колхозников и единоличников. Разумеется, такого накала в сельской Индии нет, но вот масштабные сельские протесты стали привычными в политической жизни Индии. Кстати, протест, бунт, наряду с наркоманией и алкоголизмом, являются альтернативой самоубийству.

Мы описали лишь в общих чертах основные линии аргументации в книге. Без деталей полного понимания будет достичь непросто. Слишком уж сильно отличается сельская Индия от сельской России. Одна только кастовая структура чего стоит. Она, кстати, сохраняется по сей день, несмотря на то что исследователи отмечают ее постепенное размывание. Например, межкастовые браки до сих пор затруднены, особенно в сельской местности. Лишь в крупных городах такие случаи стали возникать всё чаще.

Книга представляет собой зарисовки трансформации традиционной деревни в реальном времени — процесс, который прошли многие страны, включая Россию, поэтому проведение параллелей, аналогий и попытки сделать выводы, выходящие за пределы какой-либо отдельной страны, с нашей точки зрения, более чем оправданы.

## Литература

- Бернстайн Г. 2016. *Социальная динамика аграрных изменений*. М.: «Дело» РАНХиГС.
- Плуг Я. 2017. *Крестьянство и искусство сельского хозяйства: чаяновский манифест*. М.: «Дело» РАНХиГС.
- Шанин Т. (сост.) 1992. *Великий незнакомец: крестьяне и фермеры в современном мире*. М.: Прогресс.
- Kumar N. 2016. *Unraveling Farmer Suicides in India: Egoism and Masculinity in Peasant Life*. New Delhi: Oxford University Press.
- Meeta, Rajivlochan. 2006. *Farmer Suicides: Facts and Possible Policy Interventions*. Pune: Yashwantrao Chavan Academy of Development Administration.
- Mohanty B. B. 2005. 'We are like the living Dead': Farmer Suicides in Maharashtra, Western India. *The Journal of Peasant Studies*. 32 (2): 243–276.
- Shanin T. (ed.) 1987. *Peasants and Peasant Societies*. Oxford: Basil Blackwell.

## NEW BOOKS

Alexander Kurakin

# Suicides in Rural India

**Book Review:** Suthar S. K. (2022) *Dilapidation of the Rural: Development, Politics, and Farmer Suicides in India*, London: Palgrave Macmillan, 210 p.

**KURAKIN, Alexander** — PhD, senior research fellow, Laboratory for Studies in Economic Sociology, HSE University; senior research fellow, Center for Agrarian Studies, RANEPA. Address: 20 Myasnitskaya str., Moscow, 101000, Russian Federation.

**Email:** [akurakin@hse.ru](mailto:akurakin@hse.ru)

### Abstract

This review presents Sudhir Kumar Suthar's book addressing the issue of farmer suicides in India. The problem of farmer suicides in India is widely recognized by agrarian and rural scholars for several decades. However, the author disputes the proposed explanations of farmer suicides, which tend to primarily focus on economic factors. S.Suthar suggests his own explanation, somewhat Durkheimian in nature, which points to the deterioration of the social structure of traditional rural India. This decay results in the social structure's inability to support and safeguard rural community member, preventing them from committing suicides. The author provides a detailed analysis of the specific aspects that have deteriorated and how these changes have impacted suicides. He underscores the importance of public spaces and extensively describes how they are losing their function of strengthening social solidarity. He

explores the decline of the traditional collective actions within rural communities and the erosion of family relations. The main catalysts of transformation, and also destruction, of traditional rural India are the market and the state, which are tearing apart its social fabric from different angles. The author thoroughly considers how market capitalist relations, as well as the state policies promoting rural modernization, displace and substitute traditional social bonds in rural India.

**Keywords:** rural India; suicides; agrarian policy; peasantry; rural communities; public spaces.

### Acknowledgements

Support from the Basic Research Program of the HSE University is gratefully acknowledged.

### References

- Bernstein H. (2016) *Sotsial'naya dinamika agrarnykh izmeneniy* [Class Dynamics of Agrarian Change], Moscow, «Delo» RANEPA (in Russian).
- Ploeg J. (2017) *Krest'yanstvo i iskusstvo sel'skogo khozyaystva: chayanovskiy manifest* [Peasants and the Art of Farming: A Chayanovian Manifesto], Moscow, «Delo» RANEPA (in Russian).
- Shanin T. (sost.) (1992) *Velikiy neznakomets: krest'yane i phermery v sovremennom mire* [A Great Stranger: Peasants and Farmers in the Modern World], Moscow, «Progress» (in Russian).
- Kumar N. (2016) *Unraveling Farmer Suicides in India: Egoism and Masculinity in Peasant Life*, New Delhi: Oxford University Press.

Mohanty B. B. (2005) 'We are Like the Living Dead': Farmer Suicides in Maharashtra, Western India. *The Journal of Peasant Studies*, vol. 32, no 2, pp. 243–276.

Meeta, Rajivlochan (2006) *Farmer Suicides: Facts and Possible Policy Interventions*, Pune: Yashwantrao Chavan Academy of Development Administration.

Shanin T. (ed.) (1987) *Peasants and Peasant Societies*, Oxford: Basil Blackwell.

**Received:** May 11, 2023

**Citation:** Kurakin A. (2023) Samoubiystva v sel'skoy Indii [Suicides in Rural India. Book Review on Suthar S. K. (2022) *Dilapidation of the Rural: Development, Politics, and Farmer Suicides in India*, London: Palgrave Macmillan, 210 p.]. *Journal of Economic Sociology = Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 24, no 3, pp. 130–135. doi: [10.17323/1726-3247-2023-3-130-135](https://doi.org/10.17323/1726-3247-2023-3-130-135) (in Russian).

**Экономическая  
социология**  
Т. 24. № 3.  
Май 2023

Электронный журнал  
[www.ecsoc.msses.ru](http://www.ecsoc.msses.ru)  
[www.ecsoc.hse.ru](http://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](mailto:ecsoc@hse.ru)



**Journal of  
Economic Sociology**  
Vol. 24. No 3.  
May 2023

Electronic journal  
[www.ecsoc.msses.ru](http://www.ecsoc.msses.ru)  
[www.ecsoc.hse.ru](http://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](mailto: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>