

М.А. ШАБАНОВА

## ТРАДИЦИОННЫЕ И НОВЫЕ СОЛИДАРНОСТИ В ПРОСТРАНСТВЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ БЛАГ И РЕСУРСОВ

---

ШАБАНОВА Марина Андриановна — доктор социологических наук, профессор, ведущий научный сотрудник Центра исследований гражданского общества и некоммерческого сектора Национального исследовательского университета “Высшая школа экономики”, Москва, Россия (mshabanova@hse.ru).

---

**Аннотация.** В статье рассматриваются разные виды социально-экономических солидарных практик в контексте упрочения/расширения гражданского общества в России. Ставится цель продвинуться в понимании природы и факторов развития новых практик на основе их сравнения с традиционными (денежными пожертвованиями, добровольческим трудом, передачей нуждающимся вещей), а также общественно-политическими. В качестве первых рассматривается социально ответственное (этичное) потребление, природа которого остается пока неясной. Представлены результаты репрезентативного эмпирического исследования (2014 г. N=2000), показывающие степень прикосновения, общие и особенные факторы развития разных солидарных практик. Показано, что новые социально-экономические практики чаще возникают на основе традиционных, расширяя каналы солидарности. Делается вывод о менее просоциальной природе новых солидарных практик по сравнению с традиционными, а также о необходимости создания дополнительных условий для их развития на основе объединения усилий со стороны органов власти, бизнеса, некоммерческих организаций, средств массовой информации.

**Ключевые слова:** социальная солидарность. денежные пожертвования. добровольческий труд. новые социальные практики. этичное/ответственное/устойчивое потребление. гражданское общество. НКО

DOI:

Гражданское общество (ГО) в России принято характеризовать как недостаточно развитое. В то же время имеется немало эмпирических подтверждений тому, что ГО не столь слабое, как можно заключить исходя из уровня развития организованной [Кордонский, 2005] или/и пульсирующей [Андреев, 2013: 77]. Не вдаваясь в дискуссию, будем исходить из того, что у каждой формы гражданской солидарности есть свои преимущества и ограничения и немало точек для конструктивных взаимодействий друг с другом.

Массовость практик ГО в пространстве потребительских благ и ресурсов, ставших уже традиционными, подтверждается данными Центра исследования гражданского общества и некоммерческого сектора НИУ ВШЭ<sup>1</sup>. Так, в разных формах денежных пожертвований в год, предшествующий опросу, участвовало 57% россиян (а без учета подававших лишь милостыню — 40%); 39% занимались добровольческим трудом — без принуждения и вознаграждения не для членов семьи и не для близких родственников; 31% передавали нуждающимся людям одежду, мебель, бытовую технику и пр. Причем большинство включались в эти солидарности без посредничества НКО

---

Статья подготовлена в рамках Программы фундаментальных исследований Национального исследовательского университета “Высшая школа экономики” (НИУ ВШЭ).

<sup>1</sup> Опрос репрезентирует население России по полу, возрасту и уровню образования (2 тыс. чел., июль 2014 г.).

или других формальных структур: 70% передавали деньги из рук в руки или через родных и окружение нуждающихся (20% жертвовали через организации, еще 10% — сочетали обе формы); 70% из числа добровольно и безвозмездно трудившихся на благо других людей (не родственников) делали это только в одиночку, самостоятельно, при этом 18% — только по организованным каналам, еще 12% сочетали обе формы.

В последние годы к этим традиционным солидарным практикам в пространстве потребительских благ и ресурсов (будем называть их социально-экономическими) добавились новые — так называемые этические покупки и бойкоты потребителей. Основанные на “голосовании деньгами” в поддержку или против тех или иных производителей эти практики выступают доступным по сути каждому способом проявления солидарности, каналом участия в ослаблении локальных, региональных, общечеловеческих проблем. Так, часто в сочетании с ценой и качеством, соблюдение (нарушение) производителями тех или иных этических норм, среди которых — бережное отношение к окружающей среде, отказ от тестирования косметических препаратов на животных, соблюдение прав работников и пр. (подробнее см.: [Шабанова, 2015]). Однако природа новых практик, как и область соприкосновения с ГО, остаются неясными. Будучи опосредованными фактом покупки (отказа от покупки) товаров, эти практики могут продвигаться не только заботой об общем благе (благое других), но и в какой-то мере соотношениями индивидуальной выгоды (соотношением цены и качества, экономией денег и времени, заботой о личном здоровье и пр.), что актуализирует наличие особых условий для их развития.

Пролить свет на природу новых практик помогает, в частности, выявление роли просоциальных факторов (ценностей, установок, реальной активности) в их развитии в сравнении с традиционными социально-экономическими солидарностями. Продвигаются ли новые солидарности схожими или отличными факторами по сравнению с традиционными? Означает ли их развитие расширение гражданского общества “извне” (за счет притока новых участников) или/и укрепление его “изнутри” (за счет прежними активистами обретения еще одного канала влияния)? Цель данной работы — выявить уровень и факторы включения россиян в традиционные и новые виды солидарностей, а также степень их пересечения; обосновать условия и потенциал дальнейшего развития солидарных практик в пространстве потребительских благ и ресурсов.

## Теоретико-методологические и методические основания

Феномен солидарности — одна из значимых областей социологии с момента ее возникновения. Не останавливаясь на разных трактовках и подходах в этой области, обозначим те элементы, на которых базируется проведенное нами исследование. Поскольку нас интересуют деятельностные аспекты солидарности, то наиболее подходящим представляется их трактовка П. Сорокиным. Солидарным (солидаристическим) будет всякое взаимодействие, где стремления обеих сторон совпадают, где одна из них не только не мешает, но, напротив, помогает достижению стремлений другой. Примерами солидарных взаимодействий служат явления взаимопомощи, кооперации, другие взаимодействия, где индивиды, не испытывая принуждения (угрозы наказания), преследуют одну цель (согласно мыслят, согласно действуют) [Сорокин, 1991 (1920): 16–18]. К сотрудничеству как деятельностному уровню солидарности относят взаимодействие между двумя участниками, если оно предусматривает такое изменение стратегий их поведения по сравнению со *status quo*, при котором бездействие одного из них было бы невыгодно другому [Полтерович, 2015: 45].

Растет число эмпирических подтверждений тому, что современные сдвиги в процессе общественного развития (технологические изменения, включая Интернет, повышение толерантности и радиуса доверия, распространение альтруизма и др.) приводят к изменению соотношения трех основных типов

координации — конкуренции, власти и сотрудничества — в пользу последнего [Полтевич, 2015]. В частности, сотрудничая *одновременно* и с бизнесом, и с потребителями, НКО не только подталкивают компании к разработке и внедрению “зеленых” технологий, но и помогают создавать спрос на эти инновации, отвечающие целям устойчивого развития [Kong et al., 2002; Fuchs, Lorek, 2005, Church, Lorek, 2007; Ariztía et al., 2014 и др.]

У каждой формы солидарности — организованной и неорганизованной, — есть свои достоинства и ограничения. Так, *организованные* структуры участвуют в общественной жизни на более профессиональной и долговременной основе, исправляя недостатки и повышая эффективность *неорганизованного* гражданского участия. Среди недостатков последнего выделяют: “филантропическую недостаточность” (неадекватные масштабам задач добровольные пожертвования), “филантропическую ограниченность” (концентрацию усилий на удовлетворении нужд только отдельных групп), “филантропический патернализм” (постоянная безвозмездная поддержка отдельных граждан и/или групп лишает их стимулов к самостоятельности) или “филантропическое любительство” (отсутствие профессионализма и, следовательно, эффективности в процессе предоставления услуг) [Salamon, 1987; Аузан, Тамбовцев, 2005: 34]. Среди же преимуществ *неорганизованной* солидарности — оперативная самоорганизация, краудфандинг, инновационные идеи, отсутствие диктата со стороны власти, более высокое доверие со стороны населения, экономия времени и денег (не надо вести отчетность, арендовать помещение и пр.) [Демакова и др., 2014]. Целям общественно-развития отвечает развитие обеих форм солидарности, которые дополняют и усиливают друг друга. Как те, так и другие создают такие новые ресурсы (финансовые, материальные, трудовые), которые иначе вообще не могут появиться [Wallis, Killerby, 2004: 253]; решают задачи с меньшими издержками, ослабляют провалы как государства, так и рынка и пр.

Разные виды социально-экономических солидарностей в разных институциональных средах изучены неодинаково. В области этичного потребления основная часть работ (90%) приходится на Северную Америку и Европу [Cotte, Trudel, 2009], однако в последние годы появляются работы и по другим странам [Ariztía et al., 2014; Deng, 2013, 2012; Abdul-Muhmin, 2007], включая Россию. Это делает возможным сопоставлять факторы развития новых и традиционных солидарных практик и на этой основе продвигаться в понимании природы и потенциала первых, а также их вклада в укрепление (расширение) гражданского общества.

Учитывая накопленное знание о факторах развития солидарных практик, периферийное положение *новых* социально-экономических солидарностей в культурном и информационном пространствах российского общества (отсутствие формальных и неформальных санкций, положительных и отрицательных, слабая информированность и др.), сформулируем ряд гипотез.

H1: Между факторами включения в разные виды *традиционных* социально-экономических солидарностей больше сходств, чем отличий, но они значимо отличаются от факторов включения в *новые* солидарности в пространстве потребительских благ. В частности, в *новые* практики чаще включаются лица с более высоким образованием и уровнем информированности, озабоченные общечеловеческими проблемами, благополучием людей и природы, а в *старые* — носители закрепленных в культуре просоциальных ценностей и установок в отношении помощи людям “здесь и сейчас”, с более “конкретным” адресатом (трудная жизненная ситуация, стихийные бедствия и пр.);

H2: Экономические факторы играют неодинаковую роль во включении в разные виды традиционных солидарностей. В частности, чем выше материальный статус семьи, тем ниже вероятность участия в добровольческом труде и выше — в практиках денежных пожертвований и передаче нуждающимся одежды, техники и пр.;

Н3: Поскольку *организованные* гражданские структуры (НКО) слабо представлены в сфере развития этичного потребления в России, то членство и участие в их деятельности оказывает значимое влияние лишь на включение в *традиционные* (и не влияет на включение в *новые*) солидарные практики;

Н4: Чем выше многообразие востребованных (освоенных) *традиционных* социально-экономических солидарностей, тем выше вероятность включения и в *новые* их виды (этичные покупки и бойкоты);

Н5: По роли просоциальных факторов в развитии солидарных практик *новые социально-экономические* превосходят *традиционные*, но уступают *общественно-политическим*.

### Социально-экономические солидарности: новые и старые

Хотя бы в один из трех видов *традиционных* социально-экономических солидарностей — денежные пожертвования (“деньги”), добровольческий труд не для членов семьи или близких родственников (“труд”), передача нуждающимся одежды, мебели, бытовой техники и пр. (“вещи”), — за последний перед опросом год включались 74% (а без учета осуществлявших денежные пожертвования только в форме милостыни — 67%). *Новые* солидарные практики редко возникают обособленно от *традиционных*: 83% совершавших этичные покупки/бойкоты за этот же период участвовали в одной или нескольких *традиционных* солидарностях. В то же время исследование показало, что включение в *традиционные* солидарности в большинстве случаев “не гарантирует” включения в *новые*: для этого нужны дополнительные факторы и условия. В целом по массиву в течение года перед опросом 55% участвовали только в *традиционных* социально-экономических солидарностях (от 1 до 3), 4–5% — только в *новых*, а 19% — как в тех, так и в других. За последний год только 22% россиян не участвовали ни в одном из четырех видов солидарной активности (табл. 1).

Разные виды практик сочетаются друг с другом в разных пропорциях. Чаще всего отдельные практики соседствуют с *денежными* пожертвованиями как наиболее массовой практикой (табл. 2). На втором месте — добровольческий труд, на третьем — передача вещей. Последние две практики чаще сочетаются с новыми (31–32%), чем денежные пожертвования (26%), хотя, казалось, логичнее ожидать обратного. Не вдаваясь в детали, отметим, что разные практики денежных пожертвований сопряжены с новыми солидарными практиками в неодинаковой мере. Так, среди тех, кто в течение года перед опросом делал пожертвования более крупных размеров (свыше 2 тыс. руб. в год), доля участников этичных покупок/бойкотов достигает 37%, а среди тех, кто ограничился мелкими пожертвованиями лишь в виде милостыни, — 21%.

Таблица 1

**Включенность участников отдельных солидарных практик в другие их виды в пространстве потребительских благ и ресурсов (% по столбцу)**



Сумма практик	“Деньги”		“Труд”		“Вещи”		“Покупки”		Все
	да	нет	да	нет	Да	нет	да	нет	
0	0	51	0	36	0	32	0	29	22
1	31	31	16	41	12	40	17	35	31
2	36	15	41	18	35	23	30	26	27
3	25	3	32	5	38	5	34	10	15
4	8	0	12	0	15	0	20	0	5

Таблица 2

**Области пересечения отдельных солидарных практик с другими в пространстве потребительских благ и ресурсов (% по столбцу)**

Доля участников данной практики	“Деньги”	“Труд”	“Вещи”	“Покупки”
“деньги”	X	67	72	63
“труд”	46	X	52	52
“вещи”	39	42	X	43
“покупки”	26	31	32	X

\*Примечание. Сумма по столбцу не равняется 100%, т.к. участник каждой практики одновременно мог быть включен в несколько других практик.

### Социально-экономические и неэкономические солидарности

Наряду с солидарностями на социально-экономической основе развиваются солидарности **в основном** неэкономического (общественно-политического или гражданско-правового) характера. Имеющиеся в нашем распоряжении данные позволяют отнести к ним: участие в акциях протеста, митингах, пикетах (1,4% в течение года перед опросом); мирных демонстрациях (2,8%); публичных слушаниях (2,4%); собраниях жильцов дома или подъезда (16%); письменное обращение в государственные органы, учреждения с коллективной петицией (5%); публичное высказывание своего мнения в Интернете: на сайтах госорганов, магазинов, СМИ, на веб-странице, в интернет-дневнике, на специальных тематических площадках (3%); высказывание своего мнения на собраниях, в госучреждениях и других инстанциях (4%); организация коллектива для решения той или иной проблемы (4,4%). За исключением участия в собраниях дома или подъезда, все эти практики малочисленны (не более 5%). Однако в общей сложности за последний год в них включались 26% россиян.

Два пространства социальной солидарности заметно пересекаются. Большинство участников **неэкономических** солидарностей (92,5%) в течение года перед опросом включались в солидарности и на экономической основе. Обратное наблюдается гораздо реже: только 31% участников социально-экономических солидарных практик включались и в общественно-политические. В целом более половины респондентов (54%) включались только в социально-экономические солидарности, 2% — только в **неэкономические**, 24% — как в те, так и в другие, а 20% — ни в какие. По доле причастных к 3–4 **социально-экономическим** солидарностям за последний год “смешанная группа” (экономические и неэкономические солидарности) превосходит “чистую группу” (только экономические солидарности) в 2 раза (39 против 19%), а по доле включавшихся в **новые** практики — в 1,5 раза (38 против 26%).

Таким образом, по многообразию реализуемых видов солидарной активности в пространстве потребительских благ и ресурсов участники **новых** практик (этичные покупки/ бойкоты), как правило, либо не отстают (“передача вещей”), либо заметно опережают участников **традиционных** социально-экономических солидарностей (денежные пожертвования, добровольческий труд) (табл. 2). В еще более широком солидаристическом пространстве функционируют участники как экономических, так и **неэкономических** практик: они активнее продвигают традиционные и пытаются конструировать новые модели социальных взаимодействий, не дожидаясь создания способствующей институциональной среды.

## Факторы включения в разные виды солидарностей: регрессионный анализ

Для оценки влияния различных факторов на вероятность включения индивидов в разные виды солидарных практик использовался аппарат бинарной логит-регрессии. Зависимая переменная принимала два возможных значения: 1 — участник той или иной солидарной практики в течение года перед опросом и 0 — остальные индивиды. Среди солидарных практик: этические покупки/бойкоты (модели 1, 6–8, табл. 4–5), денежные пожертвования (модель 2), добровольческий труд (модель 3), передача вещей (модель 4), общественно-политические солидарности (модели 5, 9–10). Независимые переменные характеризуют широкий спектр факторов, которые можно объединить в пять групп (см. Приложение). В таблицах 3 и 4 приведены средние предельные эффекты (APE — average partial effects), рассчитанные на основе 10 бинарных логит-регрессий. Они показывают, на сколько процентных пунктов (п.п.) в среднем меняется вероятность включения индивида в данный вид солидарных практик при единичном изменении той или иной независимой переменной при условии, что все остальные независимые переменные остаются неизменными.

Несмотря на некоторые различия, факторы включения в традиционные социально-экономические солидарности во многом схожи и существенно отличаются от факторов включения как в новые экономические, так и в общественно-политические практики. Так, вероятность включения в первые повышается по мере усиления установок на помощь другим и ответственности за других: у тех, кто разделяет 4–6 просоциальных суждений в этой области, вероятность включения в традиционные солидарные практики выше на 16–23 п.п. (модели 2–4), а в новые — только на 7.7 п.п. (модель 1) по сравнению с базовой группой (табл. 3). Вероятность участия в традиционных солидарных практиках повышает и членство в разных НКО или участие в их деятельности (на 7.4.-21.5 п.п. по сравнению с базовой группой), в то время как на включении в новые практики оно вообще не сказывается (гипотеза НЗ не отвергается). Сближает разные виды традиционных солидарностей и характер зависимости участия в них от возраста (с минимальной вовлеченностью в самых младших и старших возрастных группах), а также незначимость влияния уровня образования индивидов, и, кроме того, готовности объединяться, если интересы и цели совпадают.

Таблица 3

### Средние предельные эффекты включения в разные солидарные практики (усеченный набор регрессоров)<sup>2</sup>


Независимые переменные	Новые	Традиционные социально-экономические			Модель 5 "НЕ-экономика"
	Модель 1 "покупки"	Модель 2 "деньги"	Модель 3 "труд"	Модель 4 "вещи"	
1.1. Пол (1 — мужчины)	-.068*** (.019)	-.085*** (.021)		-.141*** (.020)	-.040** (.019)
1.2. Возраст Квадрат возраста		.013** (.003)	.014*** (.003)	.018*** (.003)	.012*** (.003)
		-.0001*** (.0000)	-.0001*** (.0000)	-.0002*** (.0000)	-.0001** (.0000)

<sup>2</sup>Поскольку ставилась задача не прогноза, а выявления (сопоставления) характера связи с зависимыми переменными ограниченного (одинакового для разных моделей) набора независимых переменных, это привело к снижению качества моделей. Но в целом оно оказалось приемлемым.

Таблица 3 (продолжение)

Независимые переменные	Новые	Традиционные социально-экономические			Модель 5 "НЕ-экономика"
	Модель 1 "покупки"	Модель 2 "деньги"	Модель 3 "ТРУД"	Модель 4 "вещи"	
1.3. Образование: <i>неполное среднее</i> — база					
- школа, ПТУ	<b>.108**</b> (.051)				<b>.093**</b> (.047)
- техникум	<b>.160***</b> (.050)				<b>.146***</b> (.046)
- вуз	<b>.206***</b> (.052)	<b>.085*</b> (.046)			<b>.160***</b> (.048)
2.1. Наличие в значимом пространстве <i>НАД</i> индивидуальных ценностей: 0 — база					
1 ценность	<b>.043**</b> (.020)			<b>.060***</b> (.022)	<b>.081***</b> (.021)
2–3 ценности	<b>.071***</b> (.027)	<b>.063*</b> (.035)	<b>.055*</b> (.033)	<b>.124***</b> (.029)	<b>.117***</b> (.027)
2.2. Наличие индивидуалистических ценностей	<b>-.055***</b> (.020)		<b>-.089***</b> (.023)		<b>-.091***</b> (.020)
2.3. Распространяют ответственность за производство этических товаров и на <i>обыч-</i> ных граждан					
	<b>.073***</b> (.023)		<b>.071***</b> (.027)	<b>.069***</b> (.024)	
2.4. Готовность объединяться	<b>.055***</b> (.020)		<b>.041*</b> (.022)		<b>.084***</b> (.020)
2.6. Вероисповедание и участие в богослужениях	<b>.064***</b> (.021)	<b>.175***</b> (.026)			
2.7. Установки на помощь другим и ответственности за других: 0–1 — база					
2–3 позитивных суждения	<b>.059**</b> (.028)	<b>.077***</b> (.027)	<b>.143***</b> (.028)	<b>.115***</b> (.029)	<b>.079***</b> (.028)
4–6 позитивных суждений	<b>.077***</b> (.029)	<b>.234***</b> (.028)	<b>.168***</b> (.030)	<b>.160***</b> (.030)	<b>.097***</b> (.029)
3.2. Материальный статус семьи: <i>средний</i> — база					
1 — ниже среднего		<b>-.092***</b> (.026)	<b>.047*</b> (.025)		
3 — выше среднего	<b>.049**</b> (.024)			<b>.106***</b> (.026)	
4.1. Членство в общественных организациях		<b>.158***</b> (.044)	<b>.215***</b> (.039)	<b>.074**</b> (.033)	<b>.185***</b> (.030)
5.1. Социальный капитал в окружающей среде: <i>низкий</i> — база					
Высокий				<b>.057**</b> (.025)	
5.2. Тип населенного пункта: 0 — города более 500 тыс. чел. — база					
города менее 500 тыс. <i>чел.</i> и села	<b>.101***</b> (.022)		<b>.168***</b> (.024)		

Таблица 3 (окончание)

Независимые переменные	Новые	Традиционные социально-экономические			Модель 5 “НЕ-экономика”
	Модель 1 “покупки”	Модель 2 “деньги”	Модель 3 “труд”	Модель 4 “вещи”	
Число наблюдений	1998	1998	1998	1998	1998
Вероятность > хи-квадрат	.0000	.0000	.0000		.0000
Pseudo R <sup>2</sup>	.0889	.1014	.0826	.0955	.1004
% correctly classified	77.43	65.57	65.17	71.12	75.23

*Примечание.* \*\*\*  $p < 0.01$ , \*\*  $p < 0.05$ , \*  $p < 0.1$ . В скобках приведены робастные стандартные ошибки. Модели оценивались с полным набором переменных, но в таблице приведены только значимые в данной модели. Переменные, которые оказались незначимыми во всех моделях, не представлены совсем: социальный капитал в окружающей среде — средний; доверие к большинству окружающих людей.

Ряд факторов значимо дифференцируют участников разных традиционных солидарностей экономического профиля. Членство в общественных организациях или участие в их деятельности гораздо слабее сказывается на вероятности включения в практику передачи вещей, чем в практики “деньги” или “труд”. Первая, по-видимому, носит относительно менее формализованный характер, продвигаясь более высоким социальным капиталом в окружающей среде, а также присутствием в значимом пространстве участников надындивидуальных ценностей. Так, наличие в ценностном ядре 2–3-х надындивидуальных ценностей в среднем повышает вероятность включения в практику передачи вещей на 12.4 п.п. по сравнению с теми, у кого таких ценностей нет. Женщины с большей вероятностью включаются в практики передачи вещей (на 14 п.п.) и денежных пожертвований (на 8,5 п.п.) на фоне незначимых отличий от мужчин по участию в добровольческом труде. Вероисповедание и участие в богослужениях повышает вероятность денежных пожертвований на 17.5 п.п. (по сравнению с теми, кто в богослужениях не участвует даже изредка или вообще не считает себя верующим) на фоне незначимого влияния на включение в другие практики. По-разному сказывается и материальный статус семьи: низкий материальный статус снижает вероятность включения в практику денежных пожертвований, но увеличивает — в добровольческий труд. А вот высокий материальный статус семьи повышает вероятность включения лишь в мало-затратную (как правило, не предполагающую заметных усилий и расходов) практику передачи нуждающимся вещей (на 10.6 п.п. по сравнению с людьми со средним материальным статусом семьи) на фоне незначимого влияния на участие в других практиках (гипотеза H2 в этой части не подтвердилась). Наконец, еще один дифференцирующий фактор — тип населенного пункта. Проживание в городах с населением менее 500 тыс. и селах повышает вероятность участия в добровольческом труде на 16.8 п.п. (по сравнению с проживающими в крупнейших городах) на фоне незначимого влияния на включение в другие традиционные практики.

Что касается драйверов новых экономических, как, впрочем, и общественно-политических солидарностей, то прежде всего отметим более высокий уровень образования и готовности объединяться с другими для каких-либо совместных действий в случае совпадения интересов (табл. 3). Положительно сказывается и наличие в ценностном ядре надындивидуальных ценностей, причем для общественно-политических солидарностей это влияние выше, чем для новых социально-экономических (11.7 п.п. против 7.1 п.п.), что вкпе с различной степенью значимости членства в НКО косвенно указывает на более эгоистичную природу последних.



Поскольку для развития новых солидарных практик, которые пока не заняли заметного места в социокультурном и институциональном пространствах, важное значение имеет уровень информированности покупателей о соблюдении производителями тех или иных этических норм (бережное отношение к окружающей среде, соблюдение прав работников, отказ от тестирования косметики на животных и пр.), в одну из спецификаций модели (модель 6, табл. 4) были введены факторы важности и достаточности информации в этой области при покупке товаров. По сравнению с базовой группой — россиянами, указавшими одновременно на два «не» (НЕважность и НЕдостаточность данной информации), вероятность включения в этические покупки/бойкоты примерно на 18 п.п. выше у тех, кто оценивает эту информацию важной, но недостаточной. А у тех, кто рассматривает эту информацию и важной, и достаточной, — вероятность стать этическими потребителями еще выше (почти на 30 п.п. по сравнению с базовой группой).

Таблица 4

**Средние предельные эффекты включения в новые социально-экономические и общественно-политические практики**

Независимые переменные	Новые социально-экономические			Общественно-политические	
	Модель 6	Модель 7	Модель 8	Модель 9	Модель 10
1.1. Пол (1 — мужчины)	-.046** (.018)	-.061*** (.019)	-.060*** (.019)		
1.2. Возраст (старше 60 лет — база)					
18–22 лет				-.064* (.038)	-.064* (.038)
23–30 лет	.058* (.030)	.069** (.031)	.071** (.031)	-.052* (.031)	-.052* (.031)
51–60	.050* (.029)		.051* (.030)		
1.3. Образование: неполное среднее — база					
- школа, ПТУ	.102** (.048)	.110** (.050)	.108** (.050)	.101** (.044)	.098** (.044)
- техникум	.142*** (.047)	.157*** (.049)	.159*** (.049)	.147*** (.043)	.144*** (.043)
- вуз	.184*** (.049)	.204*** (.051)	.202*** (.052)	.158*** (.046)	.156*** (.046)
2.1. Наличие в значимом пространстве НАДы индивидуальных ценностей: 0 — база					
1 ценность	.036* (.020)	.040** (.020)	.040** (.020)	.070*** (.020)	.070*** (.020)
2–3 ценности	.060** (.026)	.062** (.027)	.064** (.027)	.094*** (.026)	.092*** (.026)
2.2. Наличие индивидуалистических ценностей	-.037* (.020)	-.050** (.020)	-.052*** (.020)	-.082*** (.020)	-.086*** (.020)
2.3. Распространяют ответственность за производство этических товаров и на обычных граждан					
	.054** (.021)	.064*** (.022)	.068*** (.022)		
2.4. Готовность объединяться	.049*** (.019)	.054*** (.019)	.054*** (.019)	.079*** (.020)	.078*** (.020)



Таблица 4 (продолжение)


Независимые переменные	Новые социально-экономические			Общественно-политические	
	Модель 6	Модель 7	Модель 8	Модель 9	Модель 10
2.6. Вероиспове-да-ние и участие в богослужениях	<b>.041**</b> (.020)	<b>.065***</b> (.021)	<b>.058***</b> (.021)		
2.7. Установки на помощь другим и ответственности за других: 0–1 — база					
2–3 позитивных суждения			<b>.050*</b> (.028)	<b>.045*</b> (.028)	
4–6 позитивных суждений		<b>.062**</b> (.029)	<b>.060**</b> (.029)	<b>.048*</b> (.029)	
3.2. Материальный статус семьи: <i>средний</i> — база					
1 — ниже среднего					
3 — выше среднего		<b>.039*</b> (.024)	<b>.044*</b> (.023)		
4.1. Членство в общественных организациях				<b>.141***</b> (.030)	<b>.145***</b> (.029)
5.2. Тип населенного пункта: 0 — <i>города более 500 тыс. чел.</i> — база					
города менее 500 тыс. чел. и села	<b>.099***</b> (.022)	<b>.087***</b> (.022)	<b>.094***</b> (.022)		
4.2. Денежные пожертвования, включая милостыню			X	<b>.074***</b> (.020)	X
4.3. Доброволь-че-ский труд	<b>.046**</b> (.019)	<b>.060***</b> (.019)	X	<b>.111***</b> (.019)	X
4.4. Передача одежды, мебели, техники	<b>.049***</b> (.019)	<b>.058***</b> (.019)	X	<b>.074***</b> (.020)	X
4.5. Сумма традиционных солидарностей (4.2–4.4), 0 — <i>нет</i> — база					
1 вид	X	X		X	<b>.122***</b> (.023)
2 вида	X	X	<b>.050*</b> (.026)	X	<b>.187***</b> (.025)
3 вида	X	X	<b>.100***</b> (.035)	X	<b>.292***</b> (.035)
5.3. Информирование: база- <i>неважно и недостаточно</i>					
неважно и достаточно	<b>.218***</b> (.032)	X	X	X	X
важно, но недостаточно	<b>.182***</b> (.021)	X	X	X	X
важно и достаточно	<b>.299***</b> (.036)	X	X	X	X

Таблица 4 (окончание)

Независимые переменные	Новые социально-экономические			Общественно-политические	
	Модель 6	Модель 7	Модель 8	Модель 9	Модель 10
Число наблюдений	1998	1998	1998	1998	1998
Вероятность > хи-квадрат	.0000	.0000	.0000	.0000	.0000
Pseudo R <sup>2</sup>	.1514	.1001	.0950	.1337	.1349
% correctly classified	78.98	77.73	77.53	76.53	76.23

*Примечание.*\*\*\*  $p < 0.01$ , \*\*  $p < 0.05$ , \*  $p < 0.1$ . В скобках приведены робастные стандартные ошибки. Приведены только значимые в данной модели переменные. Не приведены переменные, которые оказались незначимыми во всех моделях: социальный капитал в окружающей среде; доверие к большинству окружающих людей.

### Заключительные соображения

Распространение различных солидарных практик в пространстве потребительских благ и услуг (пусть чаще неорганизованных, чем организованных) свидетельствует о том, что ГО в России не столь слабое, как можно заключить исходя из участия населения в деятельности НКО. Что касается новых практик, то пока они в большей степени укрепляют ГО "изнутри" (за счет увеличения числа практик, в которых одновременно участвуют прежние активисты), чем расширяют его "извне" (за счет притока новых сил). Последнее тоже имеет место: ведь без малого каждый пятый участник новых практик не включался за последний год ни в одну традиционную солидарную практику. Однако для превращения новых практик в действенный экономический катализатор развития ГО нужны дополнительные условия. Нет оснований ожидать, что "исчерпанность" ("освоенность") традиционного солидаристического пространства сама по себе подтолкнет россиян к освоению новых областей. Хотя гипотеза (H4) о том, что рост многообразия востребованных традиционных солидарностей повышает вероятность включения в новые виды солидарностей посредством этических покупок/бойкотов, не отвергается, эта зависимость проявляется в гораздо большей степени применительно к общественно-политическим, а не к экономическим солидарностям (табл. 4, модели 8 и 10).

Сравнение факторов включения в новые и традиционные солидарные практики указывает на менее "просоциальную природу" первых (по крайней мере, в современных условиях) (гипотеза H5 в этой части не подтвердилась). Они намного слабее продвигаются установками на помощь другим и ответственности за других, а также реальной вовлеченностью в деятельность НКО (табл. 3).

Поскольку новые социальные практики повсеместно удел более продвинутых групп, то активнее в них включаются более образованные и информированные граждане (гипотеза H1 в этой части не отвергается) (табл. 3, 4). Эта зависимость свойственна и общественно-политической солидарности. А вот на включении россиян в традиционные экономические солидарности уровень образования не влияет: "включаются" культурные механизмы — установки на помощь другим и ответственности за других (все традиционные практики), религиозная активность (денежные пожертвования), просоциальные ценности (передача вещей) (гипотеза H1 не отвергается).

Несмотря на большую схожесть факторов включения в традиционные солидарные практики, между ними немало отличий, что указывает на важность разработки дифференцированных стратегий НКО в сфере взаимодействия с неорганизованными гражданами сообщениями. Особого внимания заслуживает также активность НКО в сфере продвижения новых практик. Слабая представленность НКО в сфере содействия развитию этического потребления сказывается на незначимости членства в НКО как факторе включения в новые практики (гипотеза H3 не отвергается).

Поскольку новые социально-экономические солидарности (этичные покупки/бойкоты) уступают общественно-политическим солидарностям по роли просоциальных факторов (ценностных ориентаций, установок, реальной активности) в их развитии (гипотеза Н5 не отвергается) (табл. 4), есть основания полагать, что в случае активизации информационно-просветительских работы (как властью, так и НКО) ряды социально ответственных потребителей будут пополняться в первую очередь за счет нынешних участников общественно-политических практик.

Более слабая значимость просоциальных факторов в развитии новых экономических практик по сравнению с общественно-политическими (табл. 4) косвенно указывает на более эгоистичную природу первых. В сравнении же с традиционными экономическими солидарностями их позиции неоднозначны. С одной стороны, социально ответственные потребители чаще озабочены общечеловеческими проблемами по сравнению с участниками традиционных экономических практик ГО. С другой, — нельзя исключить, что часть из них настроена менее бескорыстно, чем традиционные активисты. Все это актуализирует объединение усилий со стороны разных заинтересованных сторон (власти, бизнеса, НКО, СМИ и пр.) в развитии способствующей среды для новых солидарных практик. Есть также основания полагать, что даже простое налаживание просветительно-информационных потоков положительно скажется не только на активизации ответственного потребления, но и на усилении значимости просоциальных факторов во включении россиян в него.

## ПРИЛОЖЕНИЕ

Перечень независимых переменных, представленных в табл. 3 и 4.

I. Социально-демографические характеристики и образование: пол (1 — мужской); возраст (лет), возраст в квадрате; образование (неполное среднее — база).

II. Ценностные ориентации и установки: включение в ядро жизненных ценностей (не более 5 из 15) *надындивидуальных* ценностей: благополучие всех людей и природы; гордость за Россию как родину, ее мощь и процветание; помощь нуждающимся (0 — нет ни одной, 1 — какая-нибудь одна, 2–3 ценности); *индивидуалистических* ценностей: материальный достаток, благосостояние семьи; личная безопасность (своя и близких) (бинарная, 1 — есть хотя бы одна ценность); отношение к суждению “Ответственность за производство товаров, не наносящих вреда природе, людям, животным, целиком лежит на государстве и бизнесе; обычные покупатели не должны думать об этом” (1 — не согласны — безусловно / скорее, 0 — остальные); *готовность объединяться с другими* для каких-либо совместных действий в случае совпадения идей и интересов (1 — готовы безусловно / скорее, 0 — остальные); религиозная активность (1 — православный + участвует в богослужениях/жизни прихода; мусульманин, 0 — остальные); *установки на помощь другим и ответственности за других*<sup>3</sup> (число позитивных согласий / несогласий: 0–1 (база), 2–3, 4–6).

III. Экономические факторы и ограничения: материальный статус семьи (база — средний: “на одежду, обувь денег хватает, но крупную бытовую технику купить не можем”; 1 — ниже среднего: “денег не хватает даже на питание” или “на питание денег хватает, но одежду, обувь купить не можем”; 3 — выше среднего: “на бытовую технику денег хватает, но автомобиль купить не можем” или “на автомобиль денег хватает, но квартиру или дом купить не можем” или “на квартиру или дом денег хватает”).

<sup>3</sup> *Согласие* с суждениями: “Лично для меня очень важно помогать людям, попавшим в трудную жизненную ситуацию”; “Я расстраиваюсь, если не могу помочь другому, чье материальное положение хуже моего”; “Я жертвую на социальные нужды независимо от того, кто занимается решением этих проблем — государство или бизнес”; *Несогласие* с суждениями: “Люди должны сами о себе заботиться и не стóит сильно волноваться о других”; “Каждый сам за себя”; “Я не считаю нужным давать деньги на мероприятия, от которых сам(а) не получу никакой выгоды”.

IV. *Реальная солидарная активность*: членство в общественных организациях, участие в их деятельности (бинарная, 1 — члены каких-либо общественных организаций)<sup>4</sup>; *разнообразие традиционной солидарной активности* в течение последнего года (модели 8 и 10): от 0 (база) до трех практик (помощь незнакомым людям деньгами, включая просящих милостыню, участие в благотворительных пожертвованиях за последний год; занятие добровольческим трудом не для членов семьи и родственников за последний год; более-менее регулярно отдают нуждающимся старую одежду, мебель, бытовую технику);

V. *Оценка “способствующего потенциала” социальной среды*: уровень социального капитала в окружающей среде (низкий (база), средний, высокий<sup>5</sup>); тип населенного пункта (1 — города с населением менее 500 тыс. чел. и села, 0 — крупнейшие города); оценка важности и достаточности информации о соблюдении производителями этических норм в момент покупки товаров (база — “неважно и недостаточно”) (модель 6).

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Андреев А.Л. Российский социум как “другая” Европа // *Общественные науки и современность*. 2013. № 6. С. 70–79.
- Аузан А., Тамбовцев В. Экономическое значение гражданского общества // *Вопросы экономики*. 2005. № 5. С. 28–49.
- Демакова К., Маковецкая С., Скрыкова Е. Неполитический активизм в России // *Pro et Contra*. 2014, май-август. С. 148–163.
- Кордонский С. Государство, гражданское общество и коррупция // *Отечественные записки*. 2005. № 6. URL: <http://www.strana-oz.ru/2005/6/> (дата обращения: 17.12.16).
- Полтерович В.М. От социального либерализма к философии сотрудничества // *Общественные науки и современность*. 2015. № 4. С. 41–64.
- Сорокин П. Система социологии. Т. 1. Социальная аналитика. Ч. 2. Сыктывкар: Коминвест, 1991 [1920].
- Шабанова М.А. Этичное потребление как инновационная практика гражданского общества в России // *Общественные науки и современность*. 2015. № 5. С. 19–34.
- Abdul-Muhmin A.G. Explaining consumers' willingness to be environmentally friendly // *International Journal of Consumer Studies*. 2007. Vol. 31. No.3: 237–247.
- Ariztia T., Kleine D., Brightwell D.G.S.L., Agloni N., Afonso R., Bartholo R. Ethical consumption in Brazil and Chile: Institutional contexts and development trajectories // *Journal of Cleaner Production*. 2014. Vol. 63: 84–92.
- Church C., Lorek S. Linking policy and practice in sustainable production and consumption: an assessment of the role of NGOs // *International Journal. Innovation and Sustainable Development*. 2007. Vol. 2. No. 2: 230–240.
- Cotte J., Trudel R. Socially conscious consumerism. A systematic review of the body of knowledge. Network for Business Sustainability Knowledge Project Series, University of Western Ontario/ Boston University, 2009.
- Deng X. Factors influencing ethical purchase intentions of consumers in China // *Social Behavior and Personality*. 2013. Vol. 41. No. 10: 1693–1703.
- Deng X. Understanding consumer's responses to enterprise's ethical behaviors: an investigation in China // *Journal of Business Ethics*. 2012. Vol. 107. No.2: 159–181.
- Fuchs D., Lorek, S. Sustainable consumption governance — a history of promises and failures' // *Journal of Consumer Policy*. 2005. Vol. 28: 261–288.

<sup>4</sup>Членство в ТСЖ, садовых и дачных товариществах, а также профсоюзах здесь не учитывалось, т.к. в современных условиях оно часто носит формальный характер.

<sup>5</sup>Оценка уровня социального капитала базировалась на двух признаках, перекодированных в зависимости от степени выраженности интересующего свойства. В результате их отдельные позиции получили следующие баллы. По признаку *согласия, сплоченности в окружающей среде* — безусловно согласия, сплоченности — 3 балла, скорее согласия, сплоченности — 2 балла, скорее несогласия, разобщенности — 1 балл, безусловно несогласия, разобщенности — 0 баллов. По признаку *готовности помогать друг другу*: очень часто — 3 балла, довольно часто — 2 балла, довольно редко — 1 балл, очень редко — 0 баллов. Неопределившиеся по этим вопросам в обоих случаях получали 0 баллов. После сложения баллов по двум признакам *высокий* уровень социального капитала был присвоен тем, кто набрал 4–6 баллов, *средний* — 3 балла и *низкий* — 0–2 балла.

- Kong N., Salzmann O., Steger U, Ionescu-Somers A. Moving Business/Industry Towards Sustainable Consumption: The Role of NGOs // *European Management Journal*. 2002. Vol. 20. No. 2: 109–127.
- Salamon L. Of Market Failure, Voluntary Failure and Third-Party Government: Toward a Theory of Government-Nonprofit Relations in the Modern Welfare State // *Journal of Voluntary Action Research*. 1987. Vol. 16. No. 1/2: 29–49.
- Wallis J., Killerby P. Social economics and social capital // *International Journal of Social Economics*. 2004. Vol. 31. No. 3: 239–258.

Статья поступила: 27.03.17. Принята к печати: 24.04.17.

## TRADITIONAL AND NEW SOLIDARITY PRACTICES IN THE UNIVERSE OF CONSUMER GOODS AND RESOURCES

SHABANOVA M.A.

*National Research University Higher School of Economics, Russia*

Marina A. SHABANOVA, Dr. Sci.(Soc.), Professor, Lead Research Associate, the Center for Studies of Civil Society and the Nonprofit Sector, National Research University Higher School of Economics, Moscow, Russia (mshabanova@hse.ru).

**Abstract.** The paper addresses various types of socio-economic solidarity practices within the framework of strengthening/expanding civil society in Russia. It aims to advance in conceptualizing the nature of the new solidarity practices and the factors fostering their development based on the comparison of the new practices with the traditional (monetary donations, volunteer labor, donating clothes and other articles to the people in need) and socio-political ones. The new practices are represented by the socially responsible (ethical) consumption whose nature remains unclear, thus far. The data of a representative empirical survey (2014 N=2000) are provided indicating the degree of an overlap, common and specific factors that affect the development of various solidarity practices. The analysis shows that new socio-economic practices are more likely to evolve on the basis of the traditional ones, thereby expanding the traditional solidarity channels. The paper concludes that the new socio-economic practices are by nature less pro-social as compared to the traditional ones. The argument is made for the need to create additional conditions fostering the development of the new practices through the concerted efforts of authorities, corporate, nongovernmental organizations and the media.

**Keywords:** social solidarity, monetary donations, volunteer labor, new social practices, ethical / responsible / sustainable consumption, civil society, NGOs.

### REFERENCES

- Andreev A.L. (2013) Russian Socium as "Other" Europe. *Obshchestvennye Nauki i Sovremennost'* [Social Sciences and Modernity]. No. 6: 70–79. (In Russ.)
- Abdul-Muhmin A.G. (2007) Explaining Consumers' Willingness to Be Environmentally Friendly. *International Journal of Consumer Studies*. Vol. 31. No.3: 237–247.
- Aritzía T., Kleine D., Brightwell D.G.S.L., Agloni N., Afonso R., Bartholo R. (2014) Ethical Consumption In Brazil And Chile: Institutional Contexts And Development Trajectories. *Journal of Cleaner Production*. Vol. 63: 84–92.
- Church C., Lorek S. (2007) Linking Policy and Practice in Sustainable Production and Consumption: an Assessment of the Role of NGOs. *International Journal. Innovation and Sustainable Development*. Vol. 2. No. 2: 230–240.
- Cotte J., Trudel R. (2009) *Socially Conscious Consumerism. A Systematic Review of the Body of Knowledge*. Network for Business Sustainability Knowledge Project Series, University of Western Ontario/Boston University.
- Demakova K. Makovetskaya S., E. Skryakova (2014). Non-political Activism in Russia. *Pro et Contra*. May-August:148–163. (In Russ.)
- Deng X. (2013) Factors Influencing Ethical Purchase Intentions of consumers in China. *Social Behavior and Personality*. Vol. 41. No.10: 1693–1703.
- Deng X. (2012) Understanding Consumer's Responses to Enterprise's Ethical Behaviors: an Investigation in China. *Journal of Business Ethics*. Vol. 107. No. 2: 159–181.
- Fuchs D., Lorek S. (2005) Sustainable Consumption Governance — a History of Promises and Failures. *Journal of Consumer Policy*. Vol. 28: 261–288.
- Kong N., Salzmann O., Steger U, Ionescu-Somers A. (2002) Moving Business/Industry Towards Sustainable Consumption: The Role of NGOs. *European Management Journal*. Vol. 20. No. 2: 109–127.
- Kordonskii S. (2005) State, civil society and corruption. *Otechestvennye zapiski* [National Annals]. No. 6. <http://www.stranaz.ru/2005/6/> (accessed 17.12.16). (In Russ.)
- Polterovich V. (2015). From Social Liberalism Towards the Philosophy of Collaboration *Obshchestvennye Nauki i Sovremennost'* [Social Sciences and Modernity]. No. 4: 41–64. (In Russ.)
- Shabanova M.A. (2015). Ethical Consumption as an Innovative Practice of Civil Society in Russia. *Obshchestvennye Nauki i Sovremennost'* [Social Sciences and Modernity]. No. 5: 19–34. (In Russ.)
- Salamon L. (1987) Of Market Failure, Voluntary Failure and Third-Party Government: Toward a Theory of Government-Nonprofit Relations in the Modern Welfare State. *Journal of Voluntary Action Research*. Vol. 16. No. 1/2: 29–49.
- Sorokin P. (1991 [1920]) *Sistema Sotsiologii*. [A System of Sociology]. Vol. 1. Social analytics. Part 2. Syktyvkar: Kominvest. (In Russ.)
- Wallis J., Killerby P. (2004) Social Economics and Social Capital. *International Journal of Social Economics*. Vol. 31. No.3: 239–258.

Received: 27.03.17. Accepted: 24.04.17.