НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
Институт экономики и менеджмента

ИНСТИТУЦИОНАЛЬНАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ ЭКОНОМИКИ: ЧЕЛОВЕК И СОЦИУМ (ИТЭ-ЧС 2021)

**Материалы
VII Международной научной конференции**

Томск, 21–23 октября 2021 г.

Ответственный редактор М.В. Чиков

Томск
Издательство Томского государственного университета
2021

2) В разработке аналогичного, по содержанию, формального института участвуют зарубежные консультанты и эксперты и/или представители иностранных или наднациональных организаций.

Институты, возвращенные, получившие распространение и адаптированные к определенной институциональной среде начинают функционировать в других странах, вставших на путь структурных и институциональных реформ и «догоняющего институционального развития». Зачастую институты импортируются «пакетно», создавая, по сути, новую институциональную структуру, в которой меняются не только формальные «правила игры», но и механизмы мотивации и управления объектами модернизации; культурная среда как внутри модернизируемых структур, так и вокруг них.

Под влиянием специфики национальной институциональной среды импортированные институты трансформируются. В этой связи элементами методологии оценки такой трансформации являются: 1) Выявление параметров и характеристик (в частности особенностей, специфических черт и т.д.) национальной институциональной среды 2) Выявление импортируемых институтов, изменяющихся (адаптированных) под влиянием институциональной среды 3) Измерение параметров импортируемых институтов и институциональной среды, в том числе их взаимовлияние 4) оценка результатов измерения, как качественная (бинарная), так и количественная.

Выявление того, в какой степени институциональная среда меняется с точки зрения взаимодействия с импортируемыми институтами, можно осуществить через легитимность институтов, определяемая через опросы адресатов норм и экспертов. При этом институты условно можно разделить на мета-институты, составляющие каркас «институциональной матрицы» и функциональные, относящиеся к формированию «правил игры» в определенной подсистеме.

Применительно к первым речь идет о базовых институтах капитализма – предпринимательству и частной собственности. Оценить их успешность под влиянием институциональной среды возможно через опросы, в частности ИС РАН, которые показывают, что отношение россиян к базовым экономическим институтам Y-матрицы – предпринимательству и частной собственности неоднозначно.

Если рассматривать в качестве примера функционального уровня импортированных институтов сферу высшего образования, то наблюдаются эффекты экзотации и дисфункции импортируемых в духе менеджериализма институтов («эффективные контракты», внедрение практикоориентированного обучения и др.). Результатом является рост транзакционных издержек и преимущественно адаптационная стратегия в поведении акторов.

Публикация подготовлена по результатам исследований, выполненных за счет бюджетных средств по государственному заданию Финансового университета при правительстве Российской Федерации по теме «Участие России в экспорте и импорте институтов»

УДК 330

DOI: 10.17223/978-5-907442-40-5-2021-52

Е.А. Капогузов, Р.И. Чупин

*Омский государственный университет им. Ф. М. Достоевского,
Институт экономики и организации промышленного производства СО РАН*

НАРРАТИВНАЯ РЕГУЛЯЦИЯ БРАЧНОГО ПОВЕДЕНИЯ В РОССИИ: ОПЫТ КОЛИЧЕСТВЕННОЙ ОЦЕНКИ

Ключевые слова: семья, брак, ценности, нарративная регуляция, советская модель семьи

В современной России среди различных ориентиров, формирующих идеалы и образ семьи в общественном сознании, массмедиа остается одним из ключевых. В Общественном

проекте «Концепции государственной семейной политики Российской Федерации», на период до 2025 г., ослабление института и традиционных семейных ценностей в России, прямо увязывается с неблагоприятным информационным фоном. В предыдущих исследованиях, посвященных трансформации института семьи, а также способам институционального регулирования семейных отношений в России, выдвинута гипотеза о влиянии нарративов на сохранение традиционных семейных ценностей. В данном контексте семейные отношения могут образовывать множество нарративов, как историй с началом, серединой и финалом, содержащие некий социальный опыт. Однако, в случае с эмпирическим подтверждением влияния нарративов на формирования правил и регуляцию поведения экономических агентов, а также отделения этого влияния от иных институциональных условий, следует использовать более прочную методологическую базу.

При исследовании нарративов важно через употребление тех или иных «знаков» и интонации их употребления, уловить связь с правилом, которое в данном нарративе отображается. Представляется возможным использовать предложенный Греймасом и его последователями инструментарий для анализа преобладающих в российском обществе нарративов, с целью определения тенденций деинституционализации брака, в контексте различных форм семейных отношений. Для проверки тезиса, что государство «не совсем» должным образом использует имеющийся в его распоряжении инструмент институциональной регуляции – медиадискурса, далее предлагается частотный анализ наиболее популярной программы о семье, браке и замужестве на «Первом канале», а именно – передачи «Давай поженимся». Частотный анализ представляется наиболее простым и доступным методом обработки сюжетов программы, в результате применения которого выделяется список наиболее встречающихся слов, характеризующих доминирующий нарратив

Основой выборки выступила сетка выпусков передачи на официальном Youtube-канале «Давай поженимся». В процессе построения выборки генеральная совокупность дифференцировалась по годам выпуска с подразделением на главных участников ток-шоу женихов или невест. Общий объем выборочной совокупности составил 232 выпуска.

В результате проведенного анализа отмечается явная динамика в расширении нарратива как для «женихов» (далее – m-нарратив), так и для «невест» (далее – w-нарратив). Как и в российских СМИ, в передаче «Давай поженимся» для укрепления рациональности традиционной семьи используется антитеза в виде дурного примера иных (нетрадиционных) форм семейных отношений, в числе которых сожительство (пробный брак), гостевой (экстерриториальный) брак, синдром «вечной молодости». Как и в случае с другими СМИ, в передаче критика альтернатив модели идеальной семьи часто смешивается с пониманием брака среди населения, способствуя тем самым тенденциями деинституционализации. Основой для расщепления института через нарративы медиа является смысловой подлог ценностей, которые, несмотря на их позитивную роль в других сферах, считаются разрушительными в браке.

Выводится ключевая причина вступления/заключения брака – социальное взросление, которое гарантирует в случае соблюдения норм и правил, приписываемых традиционными ценностями. Семейное счастье рассматривается как возможность заместить материальный эгоистичный достаток одиночества путем рождения детей, заботы о них и получения самостоятельного имущества. В противоречии указанных ценностей раскрывается суть кризиса, ускоряющего тенденции деинституционализации брака. С одной стороны, иллокутив рождения ребенка свойственен традиционным ценностям, с другой, также характеризует двойственное гендерное начало, в рамках которого смещается роль женщины в семье. При этом доминирующие нарративы семейных отношений ретранслируют все из указанных ценностей, в большей степени смещая фокус внимания общества от традиционных догм. Дело в том, что в современном российском обществе семья сама по себе утрачивает функции экономического фундамента, трансформируясь в источник возникновения деприваций. Ценностный кризис обнажает очень тревожные и болезненные процессы, и было бы неправильно не замечать и не говорить о них. Но также неправильно было бы считать, что все про-

странство ценностного кризиса сводится сегодня к разводам, насилию над детьми, неконтролируемым сексуальным связям и брошенным старикам с упором на деинституционализацию брака. Реальный кризис строится на фундаментальном противоречии внутри традиционных ценностей и в попытке его разрешения посредством культивации «внешнего врага», в виде западной «ложной» модели семьи. Подлинный ценностный кризис развивается вокруг советской модели семьи, у которой не было собственности, но имелись общие цели, ради которых женщине вменялась помимо всего прочего необходимость работать, и условно обновленной христианской модели, где семейные отношения базируются на прочном фундаменте собственности, но женщина лишена многих прав. Христианская традиция была популярна в докризисный период, когда реальные доходы россиян находились в стабильном росте, тогда как замещения традиционных ценностей на советские идеалы стало происходить после усугубления геополитической ситуации в 2014 г. и падения доходов россиян. В условиях же COVID-19 возникла попытка объединить эти модели и усилить нападки на внешний образ. Однако, как в медиадискурсе, так и в социальной реальности, объединение изначально противоречивых идей в единый нарратив приводит к конфликту внутри самой традиции и чейлдфри/аффеക്ഷонадо и феминизацию нарративов.

УДК 338.2

DOI: 10.17223/978-5-907442-40-5-2021-53

А.Л. Карпов

Омский государственный университет им. Ф. М. Достоевского

ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ВАКЦИНАЦИИ

Ключевые слова: институциональные проблемы, государственная политика, вакцинация

Вакцинация является основным инструментом борьбы со многими вирусными заболеваниями, в том числе и с коронавирусом. Решение проблемы обеспечения высокого уровня вакцинации является ключевым вопросом в процессе обеспечения безопасности и здоровья населения.

Российская Федерация является одной из первых стран, которая смогла создать собственную вакцину от коронавируса. Но при этом уровень вакцинации в Российской Федерации на настоящий момент плохо выглядит по сравнению с другими странами. На 26 августа 2021 г. полностью привиты в РФ 24,4% населения и 29,5% от населения привито хотя бы одним компонентом прививки. Этот показатель выглядит очень слабо по сравнению с рядом других стран.

При этом следует отметить тот факт, что проблема обеспечения высокого уровня вакцинации не является темой исключительно медицинских исследований. Экономисты также сделали существенный вклад в исследование этой проблемы. Одно из наиболее известных исследований принадлежит нобелевским лауреатам А. Банерджи и Э. Дуфло [1]. В рамках данного исследования они проводят эксперимент, в результате которого проверяют силу влияния дополнительных факторов, которые могут создать стимулы для родителей, принимающих решение о вакцинации детей. При этом исследователи предлагают воздействовать и на условия предложения, и на условия спроса.

Государственная власть в ряде развитых стран использовала данный опыт в ходе проведения вакцинации. Посмотрим, как в России использовали данные стимулы в ходе проведения вакцинации.

Воздействие на спрос. В России до июля месяца со спросом на вакцинацию были большие проблемы. Большинство населения не торопилось ставить вакцину. Причиной этого были не только различные страхи и опасения по отношению к вакцине, но и среди