



## Открытый междисциплинарный семинар «Научная среда»

Первая встреча осенней сессии 2015

Реципрокность и доверие в экономических отношениях

28 октября, среда

Факультет социологии СПбГУ, ауд. 229

19.00

*Татьяна Шишкина (СПбГУ)*

### Экономическая теория дарообмена

В течение второй половины XX и начала XXI веков значительно вырос интерес экономической теории к междисциплинарным исследованиям. Одной из наиболее перспективных областей междисциплинарной интеграции стала экономическая антропология, как предполагающая возможность исследования архаических экономических институтов современными методами экономической науки, так и открывающая перспективы экстраполяции полученного знания на современные рыночные реалии для более глубокого понимания действия рыночных институтов.

В фокусе нашего исследования находятся институты реципрокности, или возмездного дара. Изучение дарообмена как одновременно социального, экономического и культурного института позволяет проследить влияние убеждений и традиций на экономические действия, необходимость чего отмечалась многими выдающимися представителями неoinституционализма, в частности Дугласом Нортон. В задачи нашего исследования входило изучение особенностей генезиса и развития реципрокности и, таким образом, выявление причин неинтенциональности экономических институтов, а также определение характерных черт института дарообмена и решение ряда методологических вопросов, воплощенных в контроверзе между субстантивизмом и формализмом.

В ходе исследования были проанализированы три случая дарообмена: обмен кула Тробрианских островов, древненорвежский возмездный дар и дарообмен маори. Несмотря на значительную географическую и темпоральную удаленность данных обществ, был выделен ряд характерных особенностей, наблюдавшихся во всех изученных институтах, а именно: интроецированность участниками условий дарообмена (когда каждая вещь должна быть возмещена эквивалентно или с приростом); интегрированность этих условий в этический код племени; специфическое восприятие участвующей в дарообмене собственности как временной и совместной. Гипотеза о неинтенциональности института

подтвердилась (были отмечены частные случаи нормативного закрепления обязательств по реципрокности в судебных актах Гулатинга и Фростатинга, однако в этих эпизодах не было обнаружено данных, подтверждающих положение о функциональном характере возникновения института). Особое внимание было уделено методологическим особенностям изучения архаических экономик современными экономическими методами. Наконец, был предложен авторский способ разрешения контroversы между субстантивизмом и формализмом, основанный на рациональности процедур в трактовке Герберта Саймона.

Полученные выводы позволяют говорить о необходимости расширения дискурса экономической рациональности и включения в него категорий социальной и символической полезности. Перспективы экстраполяции полученных результатов на рыночные реалии обеспечивает возможность использования в изучении последних инструментов неинституционального анализа и эволюционной теории игр.

*Мария Иванова (магистерский профиль «Европейские общества, СПбГУ)*

### **Доверие на российском рынке экологически чистых продуктов питания**

Доверие – важный аспект многих общественных процессов, однако особую значимость оно приобретает в контексте рыночных обменов. Рыночные механизмы не могут функционировать, если уровень доверия между участниками рынка недостаточно высок. Наш основной исследовательский вопрос заключается в том, как формируется доверие к продукции на рынке.

В качестве теоретической базы исследования мы использовали сочетание двух научных традиций, ранее практически не использовавшихся в комбинации. С одной стороны, при операционализации концепции доверия мы опирались на подходы, предложенные Г. Зиммелем, Э. Гидденсом, Ф. Фукуямой и подчеркивающие иррациональный характер доверия, а также комплементарные концепции Н. Лумана, Дж. Коулмена и др. ученых, выделяющие, напротив, рациональность как основу доверительных отношений. С другой стороны, для концептуализации процессов формирования и поддержания доверия мы воспользовались наработками сетевых подходов (М. Грановеттер, М. Кастельс).

Для эмпирического анализа нами был выбран активно развивающийся в России и достаточно персонализированный, то есть основанный на личных знакомствах, рынок экологически чистых продуктов питания. В своем эмпирическом исследовании мы стремимся прояснить, как формируется доверие к подобной продукции. Актуальность данного вопроса связана, в первую очередь, с тем, что современные цены на экопродукты достаточно высоки, а государственные стандарты, регулирующие производство этих продуктов, отсутствуют, и, как следствие, риск обмана достаточно высок. Тем не менее, спрос на биопродукцию постоянно возрастает.

Мы исходим из гипотезы, что сети личных взаимоотношений, которые структурируют рынок, определяют воспроизводство доверия на рынке

экологически чистых продуктов питания. Иными словами, в решениях о покупке люди опираются на мнение своего ближайшего окружения, причем их доверие к этому окружению затем проецируется на продукт и его производителя. В качестве основных методов сбора данных были использованы анкетный опрос потребителей экопродукции и качественный анализ содержания страниц в интернет-сообществах производителей и любителей экопродуктов.

Анализ полученных данных в целом подтвердил наше предположение. Выяснилось, что уровень доверия потребителей к экопродукции достаточно высок, и это доверие зарождается в процессе осуществления личных контактов потребителя с производителем, а также благодаря рекомендациям, полученным от родственников, друзей, коллег и знакомых. Помимо этого важную роль в формировании потребительского доверия играет и интернет-коммуникация между потребителями и производителями.