

VR ВСТУПИТЕЛЬНОЕ СЛОВО ГЛАВНОГО РЕДАКТОРА



Представляем новый номер нашего журнала. В нём сразу несколько материалов посвящено разным аспектам проблематики потребления. Но затрагиваются и темы, менее обычные для нашего журнала, — например, проблемы правоприменения и социологического анализа художественной литературы.

В рубрике «**Интервью**» публикуется вторая часть беседы с профессором факультета социологии, директором Центра изучения хозяйства и общества Корнелльского университета *Виктором Ни*. В этой части Виктор Ни продолжает рассуждать о важности построения теорий среднего уровня для прогресса социологического знания. Важным условием для плодотворного развития социологии, по его мнению, является открытость для интеллектуального обмена между родственными дисциплинами. В качестве успешного опыта такого междисциплинарного взаимодействия Ни приводит исследова-

ния миграции, где экономисты, социологи, демографы и представители других научных направлений выстраивают весьма конструктивный диалог. Провёл интервью *А. Куракин*. На языке оригинала беседа публикуется в английском приложении данного номера.

В рубрике «**Новые тексты**» выходит статья *Д. Х. Ибрагимовой* (канд. ист. н., доцент кафедры экономической социологии, старший научный сотрудник ЛЭСИ НИУ ВШЭ) «Потребительские ожидания населения России (1996–2009): как взаимосвязаны когорты, поколения и возраст». Статья посвящена исследованию детерминант потребительских ожиданий населения. Среди многих социально-демографических характеристик отмечается влияние переменной «возраст» как смешение трёх факторов: (а) собственно возраста; (b) когорты, то есть условий социализации и становления жизненного опыта в определённых условиях; и (с) времени, отражающегося в социально-политических, экономических, информационных явлениях макросреды. Информационная база исследования — данные регулярных потребительских опросов, проводимых в течение 15-летнего периода по одной и той же методологии и выборке. Все 79 волн одномоментных опросов были конвертированы в «квазилонгитюдный дизайн» с общим количеством 182 507 человек. Исследование показало, что такой индикатор, как *индекс потребительских настроений* (ИПН), может быть одним из инструментов определения временных границ поколений.

В рубрике «**Новые переводы**» журнал публикует «Введение» к книге «Буржуа. Между историей и литературой», написанной профессором гуманитарных наук факультета английского языка Стэнфордского университета *Ф. Моретти* (Moretti, Franco). Предмет книги — буржуа как социокультурное явление, рассмотренное сквозь призму литературы. Обращаясь к произведениям западноевропейской литературы, Ф. Моретти пытается разобраться в причинах возникновения и расцвета буржуазной культуры, определить факторы, приведшие её к последующему затуханию и упадку. Кроме того, автор пытается прояснить вопрос, почему понятие «буржуазия» со временем вытеснило концепт среднего класса, а также почему буржуазия не смогла ответить политическим и культурным запросам современного западного общества. Публикуется с разрешения Издательства Института им. Е. Гайдара.

В нашей рубрике «**Расширение границ**» мы публикуем статью *К. Д. Тутаева* (ведущий научный сотрудник Института проблем правоприменения при Европейском университете в Санкт-Петербурге). На основании выборки из 10 тыс. судебных решений и цикла экспертных интервью автор статьи анализирует вероятность избрания обвиняемому меры пресечения в виде заключения под стражу, а также влияние этой меры на последующие решения суда. Основанием для исследования стала простая случайная выборка из решений, опубликованных районными судами в 2011 г. При помощи регресси-

онного анализа показывается, что предварительное заключение в России чаще всего назначается безработным, ранее судимым подозреваемым. Результаты исследований российской судебной системы соотносятся с практикой судов США.

В рубрике «**Профессиональные обзоры**» мы публикуем материал *Е. С. Бердышевой* (канд. соц. н., старший преподаватель кафедры экономической социологии, старший научный сотрудник ЛЭСИ НИУ ВШЭ) «Что мы знаем о восприятии цены потребителями? Исследования в социологии и маркетинге». Автор привлекает внимание коллег к результатам ценовых исследований, реализуемых в рамках маркетинговой науки. При этом акцент делается на социальных основаниях ценового поведения потребителей. Основная задача обзора состоит в том, чтобы, опираясь на имеющиеся результаты исследований, выявить пространство контекстов, в которых покупатели могут интерпретировать рыночные цены.

В рубрике «**Новые книги**» публикуется рецензия на книгу Виктора Ни и Сони Оппер «Капитализм снизу: рынки и институциональные изменения в Китае» (Nee V., Oppen S. 2012. *Capitalism from Below: Markets and Institutional Change in China*. Cambridge, MA: Harvard University Press). О содержании и успехе этой книги один из её авторов, Виктор Ни, рассказывал в первой части своего интервью, напечатанной в прошлом номере нашего журнала (см.: *Экономическая социология*. 2014. 15 (2): 11–21). Рецензия подготовлена *А. А. Куракиным*.

В рубрике «**Конференции**» публикуется репортаж о круглом столе «Состояние и перспективы развития рынка социологических исследований в России», который состоялся 4 апреля 2014 г. в рамках XV Апрельской международной научной конференции «Модернизация экономики и общества», проходившей в НИУ ВШЭ. Центральной темой круглого стола стали проблема изменения структуры и основные тенденции развития рынка социологических и маркетинговых исследований в России. Подробный материал о состоявшемся интересном обсуждении подготовлен *М. О. Спириной* (НИУ ВШЭ).

* * *

Похоже, это 70-й номер журнала «Экономическая социология». Цифры становятся всё более впечатляющими.