

Социальная политика. Социальная структура

© 2020 г.

В.В. КАРАЧАРОВСКИЙ, О.И. ШКАРАТАН

КОГДА БЛАГО БЛАГУ РОЗНЬ: ДВЕ ГРАНИ СОЦИАЛЬНОГО ВЫБОРА

КАРАЧАРОВСКИЙ Владимир Владимирович – кандидат экономических наук, доцент Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики», Москва, Россия (vvk@hse.ru);
ШКАРАТАН Овсей Ирмович – доктор исторических наук, ординарный профессор.

Аннотация. В статье обсуждаются результаты применения количественного подхода к оценке общественно одобряемой структуры социально значимых благ, реализованного на данных представительного опроса населения России. Основу анализа составляет задаваемая респонденту гипотетическая ситуация по справедливому распределению коллективных средств между государственными облигациями разного социального назначения, связанного с финансированием тех или иных социально значимых благ. Социальный выбор рассматривается с двух сторон – с точки зрения общей величины спроса на разные типы благ и расслоения общества при выборе таких благ. Показано, что блага «гуманитарного» характера, служащие удовлетворению насущных потребностей членов общества, пользуются большим спросом по сравнению с «охранительными» благами, составляющими основу этакратической модели общества, и благами «постиндустриального» типа, выполняющими инвестиционную функцию в развитии общества. Продемонстрированы случаи, когда высокий агрегированный спрос на социально значимые блага сопровождается и высоким расслоением общества по величине индивидуального спроса. Выявлено, что индивидуально воспринимаемое в качестве справедливого распределение средств между различными типами социально значимых благ определяется гендерной идентичностью, материальным благополучием и демографической нагрузкой семьи.

Ключевые слова: социальные предпочтения • социальный выбор • мериторные блага • общественные блага

DOI: 10.31857/S013216250008810-4

Социальные предпочтения и феномен общественной легитимности. При изучении вопроса об общественной легитимности управляемых социальных изменений главным предметом исследования становятся ценности и установки, мониторинг которых позволяет показать, к каким видам изменений общество готово, а к каким – нет. Отдельной задачей в данном случае является переход от анализа ценностей к анализу предпочтений как детерминантов общественного выбора. Чтобы осуществить такой переход, нужны инструменты, позволяющие не только выявлять и ранжировать базовые ценности, но и устанавливать между ними количественные соответствия.

В наиболее общем виде социальные предпочтения могут быть заданы функцией общественного выбора, в которой «взвешены» полезности, приписываемые членами общества разным направлениям общественного строительства или другим социальным объектам, – так называемая функция Бергсона – Самуэльсона [Suzumura, Samuelson, 2005: 336–338; Kreps, 1990: 159–160]. Расчет весовых коэффициентов такой функции позволяет получить дополнительный теоретический инструмент, помогающий приблизить политику проводимых в обществе изменений к идеи «модернизации для всех» [Лапин, 2018: 128], учитывающей интересы всех субъектов и слоев общества, или – к логике «морального общественного выбора», предполагающего «синтез политики с этикой» [Kolm, 1996: 117–121].

Эмпирическая оценка таких конструкций, как весовая функция общественного выбора, важна также и потому, что она дает ориентир для механизмов рынка, которые сами по себе не способны оптимизировать «распределение социальной справедливости» [Krishnaswamy, 2004: 1129]. Это как раз тот случай, когда «желательно заменить рынок общественным процессом принятия решений» [Эрроу, 1993: 55], чтобы обеспечить легитимность развития социума по заданному пути.

Построение такой функции возможно как агрегация количественно измеренных индивидуальных полезностей членов общества, которые зависели бы не только от индивидуального, но и от коллективного потребления. В этой связи говорят об «индивидуальных функциях общественного благосостояния» [Некипелов, 2006: 258–262], о «социальных предпочтениях» как о количественной мере ориентации индивидов на коллективные интересы [Fehr, Fischbacher, 2002: C2], а также о дистрибутивной справедливости как мере легитимности распределения в обществе вознаграждений, тягот или инвестиций [McKee, 1981: 5; Markovsky, 1985: 823; см. также: Rawls, 1999]. Однако важно, чтобы сами по себе социальные предпочтения существовали в обществе как таковые, – чтобы на индивидуальном уровне справедливыми признавались определенные «жертвы» в личном потреблении в пользу коллективных интересов. В этом смысле превращается в важный социальный императив, казалось бы, простая игра понятий: представления о справедливости должны быть справедливыми.

Чтобы добиться этого, необходимо наличие в обществе основы, предeterminантов просоциального мышления и дистрибутивной справедливости. К таковым относятся исходно «сложившиеся дистрибутивные отношения» [Черныш, 2014], «формы предоставления информации» о тех или иных сторонах функционирования социума, непосредственно связанных с выбором, который обществу предстоит сделать [Калинин, Девятко, 2019], степень расхождения социальных фактов с эталонными представлениями о справедливости [Jasso, 2008; Каракаровский, Шкаратан, 2017: 7–13], распространенность в обществе социальных антиблат (бед), которое члены общества вынуждены компенсировать за свой счет [Бородкин, Кудрявцев, 2003: 152], общественная оценка категорий «национальной гордости», «стыда» и «превосходства» [Fabrykant, Magun, 2019], представление о сферах национального строительства, которые нужно развивать в первую очередь [Тихонова, 2018: 80–104], и др.

Наконец, отметим, что элиминация идеи справедливости и игнорирование выраженных в искомой функции общественного выбора социальных предпочтений из ключевых принципов социально-экономической политики разрушает то, что точнее всего можно обозначить как «экономическую конституцию» [Бёй и др., 2007: 35], которая на протяжении всего XX века в странах Восточной Европы, и особенно в России, базировалась именно на принципах справедливости. При этом для России и посткоммунистических стран идея справедливости играет особую направляющую роль, являясь, по данным эмпирических обследований, ключевым критерием легитимности социально-политического устройства как такового [Kluegel, Mason, 2004].

Методология. В целях эмпирической оценки весовых коэффициентов функции общественного выбора для разных благ или направлений национального строительства можно использовать в качестве основного элемента стимульного материала – вопрос о том, как потратить заданный бюджет, предложив респонденту варианты ответов, охватывающие

различные сферы потребления или вложений [Тихонова, Мареева, 2009: 273–274; Карачаровский, 2013: 76]. Но оценить функцию социального выбора с помощью такой гипотетической ситуации возможно тогда, когда, во-первых, перед индивидом ставится задача установления количественных соотношений между тестируемыми сферами потребления или вложений (например, требуется указать конкретные объемы благ) и, во-вторых, индивид поставлен перед необходимостью распределять общественные средства между сферами коллективного потребления, т.е. мнение респондента относительно справедливого распределения средств «затрагивает общественные интересы» [Горшков, Шереги, 2012: 101].

В настоящем исследовании в рамках гипотетической ситуации респондент должен принять решение о распределении общественных средств между государственными центральными бумагами (облигациями) разного социального назначения. Респонденту предлагается выступить в роли работника, делегируемого предприятием для приобретения облигаций на выделенную предприятием сумму 1 млн руб. По условию задачи, все облигации одинаковы по начальной стоимости (100 тыс. руб.), имеют одну и ту же доходность и один и тот же срок погашения (5 лет). Можно приобрести любой вид облигаций в любом количестве, но с соблюдением общего бюджетного ограничения (10 облигаций в сумме).

Тестируется набор, составленный из 11 типов социальных облигаций, приобретение каждой из которых означает финансирование на соответствующую сумму (на стоимость облигации) определенного мериторного или общественного блага. Перечень тестируемых благ приведен в табл. 2 и включает три подгруппы благ: а) «гуманитарные» блага, которые непосредственно приближены к насущным потребностям членов общества (здравые годы жизни, демография, охрана материнства и детства), б) «постиндустриальные» блага, составляющие инвестиционную основу современных обществ (образование, наука, экология, культура) и в) «охранительные» блага, являющиеся доминантными в элакратической модели общества с превалированием понимания социальной значимости в категориях «державности» (в разрезе военно-промышленного потенциала и идеино-политической гегемонии страны). Обратим внимание, что для тестируемого набора благ бюджет, которым должен распорядиться респондент, является дефицитным (не хватает денег как минимум на одно благо). Это не дает возможности респонденту сделать совершенно нейтральный выбор, купив по одной облигации каждого типа.

Анализ ставит целью проверить три основные гипотезы. Первая дифференцирует три введенных подгруппы благ и утверждает, что спрос на «гуманитарные» блага превышает спрос на «постиндустриальные» и «охранительные» блага.

H1: Блага гуманитарного характера пользуются большим спросом, чем любой другой вид благ.

Дизайн гипотетической ситуации позволяет ввести в анализ дополнительную характеристику социального выбора – степень расслоения общества при финансировании социально значимых благ различных типов. Показатель расслоения может быть рассчитан по аналогии с индексом Джини, если взять за основу количество приобретенных респондентами социальных облигаций каждого типа. Проверяется гипотеза о большем расслоении общества при финансировании «охранительных» благ по сравнению с «гуманитарными» и «постиндустриальными».

H2: Степень расслоения общества при финансировании благ гуманитарного характера выражена меньше, чем при финансировании любого другого вида благ.

Наконец, тестируется гипотеза о связи социального выбора (выраженного в распределении респондентами средств между социальными облигациями разного социального назначения) с признаками социального статуса индивида.

H3: Индивидуально воспринимаемое в качестве справедливого распределение ресурсов при финансировании коллективных благ определяется социальным статусом индивида.

Обнаружение соответствующей статистической связи означало бы, что дифференциация между группами респондентов с различным социальным выбором определяется

характером укорененности соответствующих групп в социально-экономических отношениях, т.е. по своей природе такие социальные группы близки к реальным.

Информационная база. Гипотетическая ситуация реализуется в рамках массового опроса населения, проведенного в мае–июне 2018 г. на основе общероссийской репрезентативной квотной выборки для федеральных округов (ФО) и в целом для РФ с соблюдением квот по округам, типам поселений, полу респондентов, социально-профессиональному составу населения. Модель выборки включает все округа и 18 типичных для них субъектов РФ, 56 населенных пунктов, включая Москву, Санкт-Петербург, города, являющиеся республиканскими, краевыми или областными центрами, города, не являющиеся таковыми, поселки городского типа, деревни и села. Объем выборочной совокупности – 700 респондентов в возрасте 18 лет и старше. В табл. 1 приведены основные характеристики выборки.

Таблица 1

Характеристики выборочной совокупности

Показатели	Значение
Мужчины (%)	46,9
Возраст (лет) ¹	43,0 (12,6)
Доход на 1 члена семьи (тыс. руб.) ²	18,3
Законченное высшее образование (%)	31,9
Проживание в мегаполисах и региональных центрах (%)	40,9
Социализация и проживание вне мегаполисов и региональных центров (%) ³	53,3
Имеют подчиненных (%)	22,3
Имеют двоих или более детей (%)	41,4

Примечания.¹ Среднее (стандартное отклонение). ² Указана медиана. ³ Респондент пошел в школу и проживает на текущий момент в населенном пункте, не являющемся мегаполисом, республиканским, краевым и областным центром.

Опрос населения проводился в форме персонального интервью с привлечением профессиональных интервьюеров, в соответствии с разработанной репрезентативной квотной выборкой.

Общественно одобряемая структура социально значимых благ. В табл. 2 сведены результаты тестирования гипотетической ситуации о приобретении респондентами социальных облигаций (СО) с различным целевым назначением. Приводятся следующие характеристики сделанного выбора: доля респондентов (*d*), вложивших средства в каждый тип облигаций, среднее количество приобретенных облигаций каждого типа в расчете на одного респондента (\bar{G}_i), суммарное по выборке количество приобретенных облигаций каждого типа ($\sum G_i$) и их доля в общем числе приобретенных облигаций всех типов ($\sum G_i / G_{\max}$). Социальные облигации тестируемого набора упорядочены по мере убывания спроса на каждую из них.

Прежде всего отметим, что значения Z-статистики критерия Уилкоксона показывают значимость различий спроса на все виды социальных облигаций (CO_i) по сравнению с наиболее популярным их видом – CO_1 .

Наибольший спрос привлекают облигации с целевым назначением «увеличение здоровых лет жизни россиян всех поколений». Для российского общества в настоящий период его развития это общественное благо является системообразующим и экстраполитическим. Соответствующие облигации приобрели бы почти 70% респондентов, а их общее приобретенное количество составило бы 1037 (17% от всех приобретенных облигаций), что почти на треть больше количества второго по популярности вида облигаций с целевым

Таблица 2

Характеристики выбора респондентами социальных облигаций (СО) разного целевого назначения

CO_i	Вид (назначение) социальной облигации	d	\bar{G}_i	ΣG_i	$\Sigma G_i/G_{\max}$	Z
CO_1	На увеличение здоровых лет жизни россиян всех поколений (повышение качества продуктов питания, мед. помощи, развитие физ. культуры и спорта)	69,6	1,71 (1,77)	1037	0,17	–
CO_2	На решение проблем рождаемости в России, охрану материнства и детства, охрану детского здоровья	61,3	1,32 (1,50)	800	0,13	$-4,433^{\dagger}$
CO_3	На программы поддержки российских детей из малообеспеченных семей, детей-сирот, детей с ограниченными возможностями	59,4	1,10 (1,21)	666	0,11	$-7,133^{\dagger}$
CO_4	Развитие оборонно-промышленного комплекса, поддержка армии и флота России	46,1	1,04 (1,59)	627	0,10	$-7,962^{\dagger}$
CO_5	На благоустройство российских городов и сел, улучшение внешнего облика страны	50,4	0,92 (1,16)	559	0,09	$-8,736^{\dagger}$
CO_6	На поддержку отечеств. науки и производства, импортозамещение, расширение присутствия России на мировых рынках гражданской высокотехнологичной продукции	47,9	0,89 (1,24)	536	0,09	$-9,583^{\dagger}$
CO_7	На повышение безопасности и спокойствия российских граждан в местах их проживания	47,1	0,79 (1,00)	477	0,08	$-10,818^{\dagger}$
CO_8	На экологические программы и проекты России, охрану природы, спасение животных	49,4	0,72 (0,81)	436	0,07	$-11,754^{\dagger}$
CO_9	На повышение уровня образования и культуры граждан России	43,7	0,65 (0,80)	393	0,06	$-12,744^{\dagger}$
CO_{10}	На программы поиска, отбора и развития одаренных детей в России, их углубленного и дополнительного образования	43,4	0,64 (0,79)	387	0,06	$-12,711^{\dagger}$
CO_{11}	Экономическая и гуманитарная помощь союзникам, странам и народам, обратившимся за поддержкой к России (таким как Донбасс, Сирия)	15,7	0,22 (0,51)	132	0,02	$-17,073^{\dagger}$

Примечания. Введены следующие обозначения: d – процент респондентов, выбравших данный вид СО, \bar{G}_i – количество СО i -го вида, выбранных среднестатистическим респондентом (в скобках дано стандартное отклонение), ΣG_i – суммарное количество СО i -го вида, выбранных респондентами, $\Sigma G_i/G_{\max}$ – доля приобретенных СО i -го вида в общем числе приобретенных облигаций всех видов.

Приведены значения Z-статистики для критерия Уилкоксона для различий спроса на все виды облигаций (CO_i) по сравнению с наиболее популярным их видом (CO_1): ${}^{\dagger}p < 0,0001$.

назначением «решение проблем рождаемости, охрана материнства и детства» (61% респондентов приобрели бы 800 таких облигаций, что составляет 13% всех облигаций). Третьими по приобретенному количеству стали облигации с целевым назначением «поддержка детей из малообеспеченных семей и детей-сирот» (около 60% респондентов приобрели бы в сумме 666 таких облигаций). Интересно, что парные с ними по смыслу облигации с целевым назначением «поиск, отбор и развитие одаренных детей» не только не входят в число наиболее популярных благ, которое общество готово финансировать, но, напротив, являются предпоследними по приоритетности из всего тестируемого набора благ. Их было бы приобретено 387 (это лишь 6% всех облигаций).

Четвертым по приоритетности является «охранительное» по введенной нами классификации блага – «развитие оборонно-промышленного комплекса, поддержка армии и флота России» (46% респондентов приобрели бы в сумме 627 таких облигаций). Своим положением этот тип облигаций разбивает «гуманитарные» блага на два подкласса: а) экстрапопулярные блага, предметом которых является сам человек, его здоровье и

б) менее популярные «инфраструктурные» гуманитарные блага, улучшающие окружающую среду (благоустройство, улучшение облика городов и сел, экология, безопасность и спокойствие в местах проживания).

Изначально введенный как единое целое подкласс «охранительных» благ радикально разделяется респондентами так, что «развитие оборонно-промышленного комплекса, поддержка армии и флота» оказывается в числе общественных приоритетов, уступая только трем гуманитарным благам, а «экономическая и гуманитарная помощь союзникам, странам и народам, обратившимся за поддержкой к России», оказывается в числе благ, пользующихся наименьшим спросом (они были бы приобретены в количестве 132, что составляет 2% от всех облигаций). Таким образом, российское общество готово инвестировать в «державность», но не готово к финансированию «сверхдержавности», т.е. усиления геополитического влияния страны. Ценность благ «державного» комплекса также подтверждается хотя и умеренным, но выводящим соответствующие блага в середину рейтинга спросом на облигации с целевым назначением «поддержка отечественной науки и производства, импортозамещение, расширение присутствия России на мировых рынках высокотехнологичной продукции» (соответствующих облигаций было бы приобретено 536 и приобрели бы их 47,9% респондентов).

Наконец, обращает на себя внимание тот факт, что часть благ, призванных выполнить «инвестиционную» функцию в развитии общества (образование, культура, а также уже упомянутая поддержка одаренных детей), оказывается в числе низкоприоритетных. Такие облигации собрали бы от 387 до 393 голосов, что в 2,5 раза меньше, чем для блага «увеличение здоровых лет жизни», и в 1,5 меньше, чем для блага «поддержка оборонно-промышленного комплекса, армии и флота».

В целом, общественно одобряемая структура социально значимых благ в России не носит комплексного инвестиционного характера в его постиндустриальном понимании. Пользующиеся высоким спросом блага «увеличение здоровых лет жизни россиян всех поколений», «поддержка рождаемости», «поддержка детей-сирот и детей из малообеспеченных семей», конечно, также могут быть отнесены к инвестиционным благам, но они отнюдь не достаточны для решения стратегических проблем современного российского общества.

Единство и противоречие социального выбора. Для каждого типа облигаций, наряду с их суммарным приобретенным числом (спросом на них), интерес представляет распределение респондентов по числу приобретенных облигаций, т.е. по размеру финансирования соответствующих благ. Графическое представление сделанного респондентами выбора для некоторых тестируемых благ приведено на рисунке. По горизонтальной оси отложены доли респондентов, а по вертикальной – доли приобретенных ими облигаций (за 100% в каждом случае принимается суммарное приобретенное число облигаций каждого типа). График иллюстрирует второе измерение социального выбора – его неоднородность, отражающую мировоззренческое расслоение общества, представленное в данном случае в индивидуально выбираемом размере финансирования различных типов общественных и мериторных благ.

Если суммарно приобретенное количество облигаций заданного типа достаточно велико (более 600–700 на тестируемой здесь выборке), то их распределение могло бы идеально ложиться на диагональ, проведенную из начала координат к значению (100, 100), что свидетельствовало бы об абсолютном отсутствии расслоения общества при выборе данного типа блага. И наоборот, если все облигации в таком количестве были бы приобретены небольшой долей респондентов, то имела бы место поляризация общества. Оценкой неоднородности выбора может служить индекс, аналогичный индексу Джини (J) для доходного неравенства. Исключениями являются те виды благ, спрос на которые относительно мал (количество приобретенных облигаций меньше количества респондентов), например, такие как «помощь странам-союзникам» и «поддержка одаренных детей». Индекс неоднородности для таких благ будет заведомо высоким ввиду того, что число приобретенных облигаций слишком мало, чтобы распределить их равномерно по всей выборке.

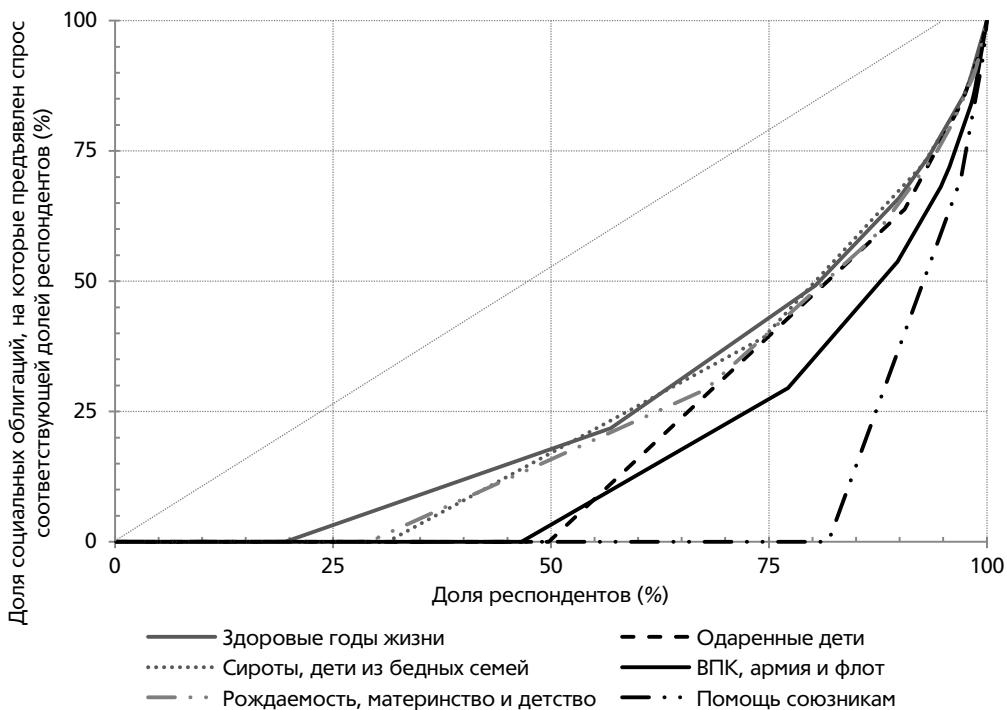


Рис. Распределение решений респондентов по выбору социальных облигаций (СО) разного целевого назначения

При этом группа, предъявляющая ненулевой спрос на такие блага, может быть в высокой степени как однородной, так и неоднородной. Чтобы учесть эти особенности, были рассчитаны две спецификации индекса: индекс, учитывающий (J^0) и не учитывающий (J^1) в распределении респондентов, которые не приобрели ни одной облигации заданного типа (табл. 3). Индекс J^1 , измеряющий внутригрупповую неоднородность социального выбора, выполняет корректирующую роль по отношению к индексу J^0 , который для благ, пользующихся низким спросом, завышает величину неоднородности выбора.

Видно, что внутригрупповая неоднородность существенно ниже для благ, пользующихся незначительным спросом. Например, для блага «помощь союзникам и странам, обратившимся за поддержкой к России» показатель $J^1 = 0,14$, тогда как для самого популярного гуманитарного блага «увеличение здоровых лет жизни россиян всех поколений» и самого популярного охранительного блага «поддержка военно-промышленного комплекса, армии и флота» показатель внутригрупповой неоднородности выбора в 2,5 раза выше ($J^1 = 0,35$ и $0,36$ соответственно). Также относительно низка внутригрупповая неоднородность выбора при финансировании таких благ, как поддержка экологии, образования, культуры, одаренных детей ($J^1 = 0,18$ – $0,19$).

Среди благ CO_{1-5} , пользующихся большим спросом (количество приобретенных облигаций больше числа респондентов в выборке), выбор наиболее однороден по благу «увеличение здоровых лет жизни россиян всех поколений» ($J^0 = 0,48$). В меньшей степени выбор согласован по таким благам, как «решение проблем рождаемости» и «поддержка детей из малообеспеченных семей и детей-сирот» ($J^0 = 0,52$ и $0,50$). Вместе с тем по индексу внутригрупповой неоднородности выбор блага «увеличение здоровых лет жизни россиян всех поколений» менее согласован, чем для двух других упомянутых благ «гуманитарной» направленности ($J^1 = 0,35$ против $J^1 = 0,28$ – $0,33$).

Таблица 3

Характеристики распределения выбора респондентами социальных облигаций (СО) разного целевого назначения¹

Вид СО ²	<i>d</i>	Q ₁	Ме(Q ₂)	Q ₃	G _{<i>i</i>} ^{max}	J _{<i>i</i>} ⁰	J _{<i>i</i>} ¹
СО ₁	69,6	1,00	1,00	2,00	10	0,48	0,35
СО ₂	61,3	0,00	1,00	2,00	10	0,52	0,33
СО ₃	59,4	0,00	1,00	2,00	10	0,50	0,28
СО ₄	46,1	0,00	1,00	1,00	10	0,66	0,36
СО ₅	50,4	0,00	1,00	1,00	10	0,58	0,28
СО ₆	47,9	0,00	1,00	1,00	10	0,61 ³	0,30
СО ₇	47,1	0,00	1,00	1,00	10	0,59 ³	0,25
СО ₈	49,4	0,00	1,00	1,00	5	0,53 ³	0,18
СО ₉	43,7	0,00	1,00	1,00	6	0,59 ³	0,19
СО ₁₀	43,4	0,00	1,00	1,00	5	0,59 ³	0,18
СО ₁₁	15,7	0,00	0,00	0,00	4	0,84 ³	0,14

Примечания. ¹ $0 \leq J_i^0, J_i^1 \leq 1$ – индексы неоднородности решений респондентов по выбору каждого *i*-го вида СО, рассчитанные по аналогии с индексом Джини с учетом (J^0) и без учета (J^1) в распределении респондентов, не выбравших СО данного вида.

² Другие введенные обозначения: СО_{*i*}, *d* – расшифровку обозначений см. в табл. 2, Q₁, 2, 3 – квартили распределения, G_{*i*}^{max} – максимальное количество приобретенных облигаций данного вида.

³ Для СО₆₋₁₁ значение показателя J^0 смещено в сторону больших значений ввиду малого числа приобретенных облигаций по сравнению с количеством респондентов.

Самым высоким индексом неоднородности среди высокоприоритетных благ ($J^0 = 0,66$) характеризуется выбор в пользу «поддержки оборонно-промышленного комплекса, армии и флота». Причем индекс внутригрупповой неоднородности по данному благу также выше, чем у «гуманитарных» благ ($J^1 = 0,36$ против $J^1 = 0,28-0,35$).

Таким образом, анализ выявил две интересные закономерности. Во-первых, блага, не пользующиеся высоким спросом, в число которых попали отдельные типы «охранительных» и «постиндустриальных» благ, характеризуются высокой однородностью решений по их общественному финансированию, хотя общественно одобряемый размер финансирования таких благ в среднем низкий (медиана составляет одну облигацию на человека, а максимальное количество приобретенных одним респондентом облигаций не превышает 4–6, см. табл. 3). К тому же слои населения, являющиеся носителями таких решений, могут быть достаточно узкими (в частности, для благ «помощь союзникам и странам, обратившимся за поддержкой к России» это менее 16% респондентов).

Во-вторых, блага «державного» характера (в первую очередь это военно-промышленный комплекс, армия и флот) в российском обществе относятся к числу высокоприоритетных, хотя спрос на них и ниже, чем на гуманитарную группу благ (здравье, рождаемость, защита материнства и детства с акцентом на малообеспеченных группах населения), однако расслоение общества по размеру финансирования «державных» благ выражено более сильно, чем для благ гуманитарной направленности.

Факторы социального выбора. Для проверки гипотезы о связи социального выбора с признаками социального статуса индивидов было проведено укрупнение групп респондентов по показателю величины спроса на выбранные ими облигации разного целевого назначения. Использовалась процедура кластерного анализа методом К-средних. Оптимальная структура полученных кластеров приведена в табл. 4. Координатами центров кластеров являются средние значения количества облигаций каждого типа, приобретенных представителями соответствующих кластеров.

Таблица 4

Группировка респондентов по структуре выбора социальных облигаций (СО)
разного целевого назначения¹

Социальные облигации	Номер кластера ²		
	1	2	3
CO ₁	2,0	0,9	1,1
CO ₂	1,0	0,4	4,2
CO ₃	1,0	0,4	2,3
CO ₄	0,7	4,0	0,2
CO ₅	1,1	0,6	0,4
CO ₆	0,8	1,8	0,3
CO ₇	0,9	0,8	0,3
CO ₈	0,8	0,5	0,3
CO ₉	0,8	0,2	0,2
CO ₁₀	0,7	0,2	0,6
CO ₁₁	0,2	0,3	0,1
N	455	78	72

Примечания. ¹ Кластеризация методом K-средних. ² Приведены значения центров кластеров (средние значения приобретенного количества облигаций каждого типа – CO_i).

Наиболее крупный кластер № 1 (N = 455) объединяет респондентов, чей выбор характеризуется двукратным средним перевесом облигаций «увеличение здоровых лет жизни россиян всех поколений» (CO₁). Кластер № 2 (N = 78) репрезентирует сдвиг предпочтений в сторону поддержки «охранительных» благ – оборонно-промышленного комплекса, армии и флота (CO₄, в среднем 4 из 10 облигаций) и поддержки отечественных производителей и импортозамещения как способа противостояния санкциям (CO₆, в среднем 1,8 из 10 облигаций). Кластер № 3 (N = 72) иллюстрирует смещение предпочтений в пользу «гуманитарных» благ с акцентом на демографических проблемах (рождаемость, охрана материнства и детства с акцентом на малообеспеченных группах населения – CO₂, CO₃ – в среднем 4,2 и 2,3 из 10 облигаций соответственно).

В табл. 5 представлены оценки мультиномиальной логистической регрессии, предсказывающей вероятность попадания респондента в каждый из трех кластеров в зависимости от характеристики его социального статуса. В число тестируемых признаков были включены: пол, возраст, душевой доход (в расчете на одного члена семьи), образование, количество детей, проживание в мегаполисах и региональных центрах, наличие подчиненных.

Дополнительно исследовалась связь зависимой переменной с местом социализации (тип населенного пункта, в котором респондент пошел в школу) и происхождением (наличием высшего образования у родителей респондента). Однако некоторые переменные демонстрировали высокую взаимную корреляцию, в частности, образование респондента и образование родителей ($\chi^2 = 80,305$, d.f. = 1, $p < 0,0001$), место проживания и место социализации ($\chi^2 = 227,366$, d.f. = 1, $p < 0,0001$), поэтому не были включены в модель. Для демонстрации устойчивости полученных результатов приведены две спецификации модели – с учетом и без учета дополнительной переменной «наличие подчиненных».

Вероятность принадлежности респондента к кластеру № 1 ниже для мужчин (в среднем на 7,1 п.п.) и падает с ростом дохода (в среднем на 5,6 п.п. при удвоении дохода). Впрочем, фактор дохода находится на границе значимости ($p < 0,100$) и в спецификации II не проявляется как значимый. Вероятность попадания в кластер № 2, напротив, заметно выше для мужчин (рост вероятности на 14,1 п.п.) и устойчиво связана с уровнем дохода (рост на 5,8 п.п. при удвоении дохода для обеих спецификаций модели). Наконец, выбор,

Таблица 5

Связь признаков социального статуса с решениями респондентов о выборе социальных облигаций (СО)

Спецификация модели	I			II		
	1	2	3	1	2	3
Кластеры						
Мужской пол	-0,072* (0,036)	0,141[†] (0,027)	-0,068* (0,027)	-0,071* (0,036)	0,141[†] (0,027)	-0,070** (0,027)
Возраст (лет)	0,000 (0,002)	0,001 (0,001)	-0,002 (0,001)	0,000 (0,002)	0,001 (0,001)	-0,002 (0,001)
Высшее образование	0,003 (0,041)	0,019 (0,033)	-0,022 (0,029)	0,007 (0,043)	0,019 (0,035)	-0,027 (0,029)
Ln (доход в тыс. руб.)	-0,056[†] (0,034)	0,058* (0,027)	-0,002 (0,025)	-0,053 (0,035)	0,058* (0,028)	-0,006 (0,025)
Двое или более детей	-0,050 (0,041)	-0,017 (0,030)	0,067* (0,032)	-0,047 (0,041)	-0,017 (0,030)	0,064* (0,032)
Мегаполисы и региональные центры	-0,002 (0,038)	-0,033 (0,028)	0,035 (0,029)	-0,004 (0,038)	-0,033 (0,028)	0,037 (0,029)
Наличие подчиненных		-		-0,022 (0,047)	-0,002 (0,035)	0,024 (0,037)
Wald χ^2		45,76 [†]			46,89 [†]	
Log pseudolikelihood		-400,215			-399,989	
N		571			571	

Примечания. Приведены предельные эффекты мультиномиальной логистической регрессии. Зависимая переменная – номер кластера. В скобках приведены робастные оценки стандартного отклонения. Уровень значимости: [†] $p < 0,10$, * $p < 0,05$, ** $p < 0,01$, [†] $p < 0,001$.

характерный для представителей кластера № 3, как и в случае кластера № 1, менее типичен для мужчин (падение вероятности на 6,8–7,0 п.п.), но более типичен для многодетных семей (рост на 6,4–6,7 п.п. для семей, имеющих двоих и более детей). Таким образом, в предложенной системе альтернатив главными факторами, определяющими выбор, становятся гендерная идентичность, материальное благополучие и многодетность семьи.

К заключению. Вопрос об общественно легитимной структуре социально значимых благ является краеугольным для любого общества, особенно если оно находится в фазе интенсивного поиска оптимального пути дальнейшего развития. С одной стороны, развитие, игнорирующее систему социальных предпочтений, сталкивается со значительными издержками, порождаемыми расхождением такого развития с представлениями общества о социальных «эталонах». С другой стороны, важно предвидеть и корректировать возникающие в этой системе диспропорции, работая с общественным сознанием.

Ожидаемым результатом проведенного в таком разрезе анализа российского общества стал высокий выявленный спрос на «гуманитарные» блага, связанные с насущными потребностями членов общества, среди которых – увеличение здоровых лет жизни, рождаемость, охрана материнства и детства, особенно в малообеспеченных слоях населения.

«Охранительные» блага (обычно доминантные в этакратической модели общества) имеют четкий внутренний водораздел, возникающий между «державными» и «миссионерскими» благами. «Державные» блага, обеспечивающие национальный суверенитет (оборонно-промышленный комплекс, армия и флот), занимают в общей структуре социальных предпочтений срединное положение (замыкают четверку наиболее приоритетных общественных благ), тогда как «миссионерские» блага (выраженные в настоящем

исследовании с помощью конструкта «помощь союзникам и народам, обратившимся за поддержкой к России») финансируются обществом по остаточному принципу.

Настораживающим явлением становится элиминация респондентами в структуре главных общественных приоритетов благ, выполняющих в обществе важнейшую инвестиционную функцию (таких как образование, культура, экология, поддержка талантливых детей). Показательно, например, что идея защиты «обездоленной» части общества (помощь детям из малообеспеченных семей, детям-сиротам) абсолютно превалирует над симметричной «инвестиционной» ценностью (поддержка талантливых детей). При этом доминирование в общественном сознании видения развития через справедливость и со-страдание, а не через капитализацию таланта и успеха, в тех случаях, когда возникает выбор между этими альтернативами, является весьма амбивалентным по своим последствиям свойством социума.

Наконец, проведенный анализ артикулирует проблему агрегации индивидуальных социальных предпочтений, показывая, что ориентация на усредненные показатели общественно одобряемой структуры социально значимых благ при принятии политических решений чревата провалами (своего рода «фиаско» следования общественному выбору). Так, обратной стороной высокого агрегированного спроса как на блага «гуманитарного» характера, так и на «державный» комплекс благ является высокий разброс в общественно одобряемом размере их финансирования. Необходимо учитывать мировоззренческое расслоение общества, возникающее при социальном выборе и проявляющееся в существенных отличиях назначаемой разными слоями населения «общественной цены» выбираемых благ.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Бём Ф., Ойкен В., Гроссман-Дёрт Г. Наша задача (Ордо-манифест) // Социальное рыночное хозяйство: концепции, практический опыт и перспективы применения в России / Под ред. Р.М. Нуриева. М.: ТЕИС, 2007. С. 24–38.
- Бородкин Ф.М., Кудрявцев А.С. Человеческое развитие и человеческие беды // Мир России. 2003. Т. 12. № 1. С. 138–182.
- Горшков М.К., Шереги Ф.Э. Прикладная социология: методология и методы. М.: ФГАНУ «Центр социологических исследований»; Институт социологии РАН, 2012.
- Горшков М.К., Крумм Р., Тихонова Н.Е. и др. О чем мечтают россияне: идеал и реальность. М.: Весь Мир, 2013.
- Калинин Р.Г., Девятко И.Ф. Кто заплатит за водопровод: социальный контекст восприятия дистрибутивной справедливости // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2019. № 2. С. 95–114.
- Карачаровский В.В. Общественная эффективность технологической модернизации в России // Мир России. 2013. Т. 22. № 2. С. 52–82.
- Карачаровский В.В., Шкаратан О.И. Общественная цена социальных изменений и поиск подходов к ее измерению // Мир России. 2017. Т. 26. № 2. С. 6–37.
- Лапин Н.И. Эпистемологические характеристики проблемного поля модернизации в России, подходы к его изучению // Философские науки. 2016. № 4. С. 46–57.
- Некипелов А.Д. Становление и функционирование экономических институтов: от «робинзонад» до рыночной экономики, основанной на индивидуальном производстве. М.: Экономистъ, 2006.
- Тихонова Н.Е. Восприятие оптимальной модели государства в массовом сознании россиян // Двадцать пять лет социальных трансформаций в оценках и суждениях россиян: опыт социологического анализа / Под ред. М.К. Горшкова, В.В. Петухова. М.: Весь Мир, 2018. С. 80–104.
- Тихонова Н.Е., Мареева С.В. Средний класс: теория и реальность. М.: Альфа-М, 2009.
- Черныш М.Ф. Справедливость заработной платы в российском контексте // Социологические исследования. 2014. № 8. С. 78–89.
- Эрроу К.Дж. Возможности и пределы рынка как механизма распределения ресурсов // Thesis. 1993. Вып. 2. С. 53–68.
- Fabrykant M., Magun V. Dynamics of National Pride Attitudes in Post-Soviet Russia, 1996–2015 // Nationalities Papers. 2019. Vol. 47. No. 1. P. 20–37.
- Fehr E., Fischbacher U. Why Social Preferences Matter – The Impact of non-selfish Motives on Competition, Cooperation and Incentives // The Economic Journal. 2002. Vol. 112. No. 478. P. C1–C33.

- Jasso G. A New Unified Theory of Sociobehavioural Forces // European Sociological Review. 2008. Vol. 24. No. 4. P. 411–434.
- Kluegel J.R., Mason D.S. Social Justice and Political Legitimacy in Post-Communist Europe // Europe-Asia Studies. 2004. Vol. 56. No. 6. P. 813–834.
- Kolm S.-Ch. Moral Public Choice // Public Choice. 1996. Vol. 87. No. 1/2. P. 117–141.
- Kreps D.M. A Course in Microeconomic Theory. Princeton: Princeton University Press, 1990.
- Krishnaswamy K.S. Growth with Social Justice: Reflections on Employment Question // Economic and Political Weekly. 2004. Vol. 39. No. 11. P. 1129–1136.
- Markovsky B. Toward a Multilevel Distributive Justice Theory // American Sociological Review. 1985. Vol. 50. No. 6. P. 822–839.
- McKee A.F. What is "Distributive" Justice? // Review of Social Economy. 1981. Vol. 39. No. 1. P. 1–17.
- Rawls J. Theory of Justice, Revised Edition. Cambridge: Harvard University Press, 1999.

Статья поступила: 17.12.19. Финальная версия: 14.02.20. Принята к публикации: 19.02.20.

WHEN NOT EVERY GOOD IS GOOD: TWO DIMENSIONS OF SOCIAL CHOICE

KARACHAROVSKIY V.V.*¹, SHKARATAN O.I.²

*National Research University Higher School of Economics, Russia

Vladimir V. KARACHAROVSKIY, Cand. Sci. (Econ.), Assoc. Prof., National Research University Higher School of Economics, Moscow, Russia (vvk@hse.ru); ²Ovsey I. SHKARATAN, Dr. Sci. (Hist.), Tenured Prof.

Acknowledgements. This work was supported by the Russian Science Foundation, grant No. 16-18-10270.

Abstract. The quantitative approach to the assessment of socially approved structure of socially significant goods is developed and tested on the data of representative survey in Russia. Social choice is considered from two sides – both magnitude and heterogeneity of demand for different types of public and merit goods. The analysis is based on a hypothetical situation on the fair distribution of public funds between social bonds of different destination. It is shown that demand for "humanitarian" goods is greater in comparison to both the so-called "protective" (as the basis of ethocratic model of society) and "post-industrial" (playing investment function in the society) goods. Moreover, the vision of development through justice and compassion, rather than through the capitalization of talent and success is dominated in the Russian society when the society is faced with a situation of choice between these alternatives. The next interesting point is that the goods which are aimed at providing national safety and sovereignty occupy upper positions in the overall structure of social preferences, while the elements of "superpower" regarded as a public goods are least preferred by the respondents. We have demonstrated cases where high aggregate demand for merit and public goods is accompanied by a high stratification of society in terms of individual demand. Finally, it is demonstrated that the distribution of resources between different types of merit and public goods individually perceived as fair is determined by gender identity, material welfare and by factor of big family.

Keywords: social preferences, social choice, merit goods, public goods.

REFERENCES

- Arrow K.J. (1993) The Potentials and Limits of the Market in Resource Allocation. *Thesis*. Iss. 2: 53–68. (In Russ.)
- Boehm F., Oiken V., Grossman-Dert G. (2007) Our Task (The Ordo Manifesto of 1936). In: Nureev R.M. (ed.) (2007) *Social Market Economy: Concepts, Practical Experience and Prospects of Application in Russia*. Moscow: TEIS: 24–38. (In Russ.)
- Borodkin F.M., Kudryavtsev A.S. (2003) Human Development and Human Disasters. *Mir Rossii* [Universe of Russia]. Vol. 12. No. 1: 138–182. (In Russ.)
- Fabrykant M., Magun V. (2019) Dynamics of National Pride Attitudes in Post-Soviet Russia, 1996–2015. *Nationalities Papers*. Vol. 47. No. 1: 20–37.
- Fehr E., Fischbacher U. (2002) Why Social Preferences Matter – The Impact of non-selfish Motives on Competition, Cooperation and Incentives. *The Economic Journal*. Vol. 112. No. 478: C1–C33.
- Gorshkov M.K., Krumm R., Tihonova N.E. (eds) (2013) *What Russians Dream of: The Ideal and Reality*. Moscow: Ves' Mir. (In Russ.)

- Gorshkov M.K., Sheregi F.E. (2012) *Applied Sociology: Methodology and Methods*. FGANU "Tsentr sotsiologicheskikh issledovaniy"; Institut sotsiologii RAN. (In Russ.).
- Jasso G. (2008) A New Unified Theory of Sociobehavioural Forces. *European Sociological Review*. Vol. 24. No. 4: 411–434.
- Kalinin R.G., Deviatko I.F. (2019) Who Should Pay for a Water Pipe: Social Context of Distributive Justice Perception. *Monitoring obshchestvennogo mneniya: Ekonomicheskie i social'nye peremeny* [Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes]. No. 2: 95–114. (In Russ.)
- Karacharovskiy V.V. (2013) Social Efficiency of Technological Modernization in Russia. *Mir Rossii* [Universe of Russia]. Vol. 22. No. 2: 52–82. (In Russ.)
- Karacharovskiy V.V., Shkaratan O.I. (2017) The Shadow Price of Social Change and Its Evaluation. *Mir Rossii* [Universe of Russia]. Vol. 26. No. 2: 6–37. (In Russ.)
- Kluegel J.R., Mason D.S. (2004) Social Justice and Political Legitimacy in Post-Communist Europe. *Europe-Asia Studies*. Vol. 56. No. 6: 813–834.
- Kolm S.-Ch. (1996) Moral Public Choice. *Public Choice*. Vol. 87. No. 1/2: 117–141.
- Kreps D.M. (1990) *A Course in Microeconomic Theory*. Princeton: Princeton University Press.
- Krishnaswamy K.S. (2004) Growth with Social Justice: Reflections on Employment Question. *Economic and Political Weekly*. Vol. 39. No. 11: 1129–1136.
- Lapin N.I. (2016) Epistemological Characteristics of the Problem Field of Modernization in Russia, Approaches to its Study. *Filosofskie nauki* [Russian Journal of Philosophical Sciences]. No. 4: 46–57. (In Russ.)
- Markovsky B. (1985) Toward a Multilevel Distributive Justice Theory. *American Sociological Review*. Vol. 50. No. 6: 822–839.
- McKee A.F. (1981) What is "Distributive" Justice? *Review of Social Economy*. Vol. 39. No. 1: 1–17.
- Nekipelov A.D. (2006) *Formation and Functioning of Economic Institutes: from "Robinzonada" to the Market Economy Based on Individual Production*. Moscow: Ekonomist. (In Russ.)
- Rawls J. (1999) *Theory of Justice*. Revised ed. Cambridge: Harvard University Press.
- Tihonova N.E. (2018) Perception of the Optimal Model of the State in the Mass Consciousness of Russians. In: Gorshkov M.K., Petukhov V.V. (eds) *Twenty-Five Years of Social Transformations in the Assessments and Judgments of Russians: the Experience of Sociological Analysis*. Moscow: Ves' Mir: 80–104. (In Russ.)
- Tihonova N.E., Mareeva S.V. (2009) *Middle Class: Theory and Reality*. Moscow: Alfa-M. (In Russ.)
- Tshernysh M.F. (2014) Justice of Wages in Russian Context. *Sotsiologicheskie issledovaniya* [Sociological Studies]. No. 8: 78–89. (In Russ.)

Received: 17.12.19. Final version: 14.02.20. Accepted: 19.02.20.