Фольклор и антропология города Т. 8. N. 2. 2026
Тип публикации: статья
EDN: SGAAAZ

Девелопмент: машина роста или профессиональные культуры?

ФЕДОР СЕРГЕЕВИЧ КОРАНДЕЙ [1]
https://orcid.org/0000-0003-1781-1937
✉ f.s.korandej@utmn.ru
[1] Тюменский государственный университет, Тюмень, Россия

Для цитирования статьи:
Корандей, Ф. С. (2026). Девелопмент: машина роста или профессиональные культуры? *Фольклор и антропология города*, *8*(2), 8–13.

Дата поступления в редакцию: 10.05.2026
Дата принятия к публикации: 01.06.2026
© Ф. С. Корандей, 2026

Исследование выполнено в рамках гранта Российского научного фонда, проект № 25-28-00789.

Urban Folklore & Anthropology, *V. 8. N. 2. 2026*
Publication type: article
EDN: SGAAAZ

Real estate development: A growth machine or professional cultures?

FEDOR S. KORANDEJ [1]
https://orcid.org/0000-0003-1781-1937
✉ f.s.korandej@utmn.ru
[1] Tyumen State University, Tyumen, Russia

To cite this article:
Korandej, F. S. (2026). Real estate development: A growth machine or professional cultures? *Urban Folklore & Anthropology*, *8*(2), 8–13.

Received: 10.05.2026
Accepted: 01.06.2026

The study was carried out under a grant from the Russian Science Foundation, project No. 25-28-00789

В начале октября 2025 года Центр урбанистики Тюменского государственного университета провел молодежную научную конференцию «Метрополисы III: девелопмент и новый кризис городов» [Рассказова, Кердивар 2025]. На «Метрополисах» бывает две группы докладчиков — «взрослые» дискуссанты, которых мы приглашаем прицельно для комментирования студенческих докладов и чтения тематических лекций, и студенты, подающие заявки и проходящие отбор на общих основаниях. Неожиданностью программы оказалась расстановка акцентов. В то время как дискуссанты в массе своей говорили об особенностях взаимодействия с девелоперскими компаниями как заказчиками урбанистических исследований, изрядная часть студенческих докладов и возникавших дискуссий была посвящена тому, что хотелось бы назвать эмпирическим усложнением восприятия девелопмента, осуществляющимся при помощи этнографии — включенного и внешнего наблюдения, интервью с сотрудниками компаний. За восемь месяцев, которые минули со времени конференции, некоторые из этих докладов, прочитанных студентами магистерской программы «Концептуальная урбанистика» ТюмГУ, стали статьями, которые мы представляем вашему вниманию в этом томе «Фольклора и антропологии города».

В социальной науке девелопмент часто изображается как теоретический конструкт — безличная экономическая сила, влияющая на ландшафт и землепользование, в популярных медиа — предстает в персонифицированном виде, в зависимости от целей издания, то в виде злодея, то в виде героя светской хроники. Действительно, центральная фигура этого бизнеса — предприниматель-импресарио, собирающий и координирующий команду архитекторов, подрядчиков, юристов, бухгалтеров, инвесторов, строителей, всех, кто возводит и финансирует строительный проект, едва ли может оставить кого-то равнодушным [Fainstein 2001: 66; Brown 2015: 36–37]. На практике эти образы сливаются — собственник бизнеса становится человеческой метафорой политэкономического процесса, знаменитой «машины роста» [Molotch 1976].

Меж тем в поле вы чаще всего видите перед собой отнюдь не могущественного собственника, но его многочисленных коллег, представляющих девелоперскую компанию. Дом в одиночку не построишь. Исследователи девелопмента иногда указывают на многочисленность участников процесса и на разнообразие свойственных для них профессиональных этосов [Bentley 1999: 30; Guy 2002: 248]. Сложность девелоперских компаний — частный случай того, чем занимаются экономическая теория фирмы и антропология организаций (organizational anthropology). В экономике именно теория фирмы стала альтернативой персонифицированному

представлению о предпринимателе как о героическом создателе новых комбинаций производительных сил [Шумпетер 2008] или организаторе, которому остальные участники процесса платят за его уникальную способность справиться с неопределенностью рынка [Knight 1921]. Рональд Коуз обратил внимание на то, что эта способность порождается не персоной предпринимателя, но внутренней организацией фирмы [Коуз 2001] и положил начало исследованиям этой организации. Вехами этой традиции являются работы Эдит Пенроуз, описавшей рост фирмы как развитие ее ресурсов, в том числе такого важного ресурса, как управленческий корпус [Penrose 1959], Армена Алчиана и Гарольда Демсеца, представивших фирму как способ организации командного производства (team production) [Alchian, Demsetz 1972]. Особый интерес представляет книга Ричарда Нельсона и Сидни Уинтера, обративших внимание на свойственные для каждой фирмы организационные рутины (routines), которые, подобно генам в биологии, являются способами адаптации и развития компании в постоянно меняющейся среде [Nelson, Winter 1982].

Теоретическим идеям, развивавшимся в экономической науке, соответствовали эмпирические исследования антропологии организаций. Манифестом направления иногда считают знаменитое эссе Лоры Нейдер, заявившей, что американские антропологи, охотно занимавшиеся жизнью заморских низов, должны были обратиться к исследованиям высших классов своей собственной страны, что предполагало изучение рутинных организационных процессов и неписаных обычаев поведения культуры власти (culture of power) [Nader 1969]. Такие антропологи, как Элизабет Брайоди, Роберт Троттер, Трейси Меерварт и Джей Хасбрук, показали, что этнографическое мышление, способное различать культурные логики поведения, применимо для исследования глубоко укорененных внутренних «культур» бизнес-организаций, которые должны изучаться посредством антропологических методов [Briody, Trotter, Meerwarth 2010; Hasbrouck 2018; Malefyt 2024: 91–120]. Несмотря на то, что бизнес обычно подает себя как рациональная деятельность, профессиональные культуры и организационные рутины бизнеса также не свободны от хорошо известных антропологам феноменов магического и ритуального поведения, в данном случае, в полном соответствии с идеями Малиновского, направленного на компенсацию характерной для рынка неопределенности [Moeran, Malefyt 2018].

Составленные студентами «Концептуальной урбанистики» статьи о девелопменте, представленные в этом номере журнала, отвечают вышеописанному тренду на «усложненное» восприятие девелоперского рынка как совокупности организационных и профессиональных культур.

Работа Федора Корандея, Алексея Захарова, Андрея Рибца и Виталия Фатхуллина представляет собой взгляд академических исследователей, стремящихся к «понимающей» антропологии девелопмента, действующего на внутренней периферии города. В центре их внимания — ситуация, при которой компания выбирает (или предпочитает не выбирать) в качестве возможности для развития своего проекта такую характеристику территории, как местная идентичность. Этот выбор позволяет увидеть, что девелопмент отнюдь не всегда является «экстерриториальной» силой и порой проявляет сильный интерес к локальной специфике, имеющий под собой экономические основания.

Тему использования девелопментом локальной специфики продолжает в своей статье Александр Дмитриев. В отличие от авторов первой статьи, Александр является действующим профессионалом в сфере девелопмента, которую в данном случае исследует как антрополог. Позиция руководителя одного из направлений консалтинговой фирмы, оказывающей услуги девелоперским компаниям всей страны, позволяет раскрыть тему идентичности как ресурса девелоперских проектов, проходящего при разработке проекта через серию профессиональных переводов между «языками» разных специалистов, вовлеченных в этот коллективный процесс. Консалтинговые агентства — интеллектуальный трендсеттер национального девелоперского рынка, и это определяет специфику целевой выборки. Если в первой статье идентичность как проектный ресурс показана с точки зрения «обычных» «районных» девелоперов, то во второй эта категория описана в контексте представлений, свойственных для элитного слоя российских компаний, наиболее открытого инновациям.

К различиям и конфликтам профессиональных языков групп, включенных в процесс девелопмента, обращается и автор третьей статьи, Владимир Ротбергер, которому как практикующему архитектору также был доступен ресурс включенного наблюдения, в данном случае за работой крупного проектировочного агентства. Прибегая к оптике автоэтнографии, Ротбергер, чей основной интерес сосредоточен на дискоммуникации в архитектурно-строительной сфере, демонстрирует, что описанные в предыдущей работе переводы отнюдь не безболезненны для участников процесса и формируют поле символической борьбы, в которой, как и в каждой борьбе, бывают свои победители и проигравшие. Критический подход автора к сложившимся в отрасли практикам, тем не менее, предоставляет много места для детальной этнографии процессов, которые формируют среду, в которой мы живем.

Авторы четвертой статьи также практически вовлечены в процессы, которые описывают как антропологи. Богдан Шмид и Сергей Абдрахманов разрабатывают мастер-план, направленный на

трансформацию функции одного из пригородных поселков в Челябинской области. Эта трансформация описана ими в категориях плейсмейкинга, т. е. целенаправленного превращения территории в пространство особого человеческого значения и опыта, что предполагает работу с местной идентичностью как «символическим капиталом» территории и систематическую этнографию сообществ, ее населяющих и использующих. Осуществляя эту этнографию, авторы в очередной раз фиксируют разнообразие акторов, связанных с недвижимостью. Девелопмент не сводится к многоэтажкам — в данном случае героями статьи являются «прагматики» характерного для туристического Южного Урала рынка гостевых домов и действующие на его периферии «нью-эйдж девелоперы», продвигающие стратегии туристического плейсмейкинга и «мягкого вовлечения через культуру».

В номер вошли отнюдь не все тексты, подготовленные в результате конференции, мы продолжим тему девелопмента в следующих номерах журнала.

Литература

Коуз, Р. Г. (2001). Природа фирмы. В О. И. Уильямсон, С. Дж. Уинтер (Ред.) *Природа фирмы*, 33–52. М.: Дело.

Рассказова, К. С., Кердивар, А. В. (2025). «Кинцуги» городской среды: девелопмент между коммерцией, наукой и обществом. *Фольклор и антропология города, 7*(4), 214–228. https://www.elibrary.ru/vbkefu

Шумпетер, Й. А. (2008). *Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия.* М.: Эксмо.

Alchian, A. A., Demsetz, H. (1972). Production, information costs, and economic organization. *American Economic Review, 62*(5), 777–795.

Bentley, I. (1999). *Urban transformations: Power, people and urban design*. London, New York: Routledge.

Briody, E., Trotter, R., Meerwarth, T. (2010). *Transforming Culture: Creating and Sustaining a Better Manufacturing Organization.* New York: Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1057/9780230106178

Brown, P. H. (2015). *How real estate developers think: Design, profits, and community.* Philadelphia: University of Pennsylvania Press. https://doi.org/10.9783/9780812291261

Fainstein, S. S. (2001). *The city builders. Property development in New York and London, 1980–2000.* Lawrence: University Press of Kansas.

Guy, S. (2002). Developing interests: Environmental innovation and the social organisation of the property business. In S. Guy, J. Henneberry (Eds.). *Developers and development: Perspectives on property*, 247–266. Oxford: Basil Blackwell Ltd.

Hasbrouck, J. (2018). *Ethnographic thinking: From method to mindset.* London: Routledge.

Knight, F. H. (1921). *Risk, uncertainty, and profit.* New York: August M. Kelley.

Malefyt, T. de W. (2024). *Business anthropology: The basics*. New York: Routledge.

Moeran, B., Malefyt, T. de W. (2018). *Magical capitalism: Enchantment, spells, and occult practices in contemporary economics*. New York: Springer.

Molotch, H. (1976). The city as a growth machine: Toward a political economy of place. *American Journal of Sociology, 82*(2), 309–332. https://doi.org/10.1086/226311

Nader, L. (1969). Up the anthropologist: Perspectives gained from studying up. In D. Hymes (Ed.). *Reinventing Anthropology,* 284–311. New York: Random House.

Nelson, R. R., Winter, S. G. (1982). *An evolutionary theory of economic change*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Penrose, E. T. (1959). *The theory of the growth of the firm*. Oxford: Blackwell.

References

Alchian, A. A., Demsetz, H. (1972). Production, information costs, and economic organization. *American Economic Review, 62*(5), 777–795.

Bentley, I. (1999). *Urban transformations: Power, people and urban design*. London, New York: Routledge.

Briody, E., Trotter, R., Meerwarth, T. (2010). *Transforming Culture: Creating and Sustaining a Better Manufacturing Organization.* New York: Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1057/9780230106178

Brown, P. H. (2015). *How real estate developers think: Design, profits, and community.* Philadelphia: University of Pennsylvania Press. https://doi.org/10.9783/9780812291261

Coase, R. H. (2001). The Nature of the Firm. In O. E. Williamson, S. G. Winter (Eds.). *The nature of the firm. Origins, evolution, and development*. Moscow: Delo. (In Russian).

Fainstein, S. S. (2001). *The city builders. Property development in New York and London, 1980–2000.* Lawrence: University Press of Kansas.

Guy, S. (2002). Developing interests: Environmental innovation and the social organisation of the property business. In S. Guy, J. Henneberry (Eds.). *Developers and development: Perspectives on property*, 247–266. Oxford: Basil Blackwell Ltd.

Hasbrouck, J. (2018). *Ethnographic thinking: From method to mindset.* London: Routledge.

Knight, F. H. (1921). *Risk, uncertainty, and profit.* New York: August M. Kelley.

Malefyt, T. de W. (2024). *Business anthropology: The basics*. New York: Routledge.

Moeran, B., Malefyt, T. de W. (2018). *Magical capitalism: Enchantment, spells, and occult practices in contemporary economics*. New York: Springer.

Molotch, H. (1976). The city as a growth machine: Toward a political economy of place. *American Journal of Sociology, 82*(2), 309–332. https://doi.org/10.1086/226311

Nader, L. (1969). Up the anthropologist: Perspectives gained from studying up. In D. Hymes (Ed.). *Reinventing Anthropology,* 284–311. New York: Random House.

Nelson, R. R., Winter, S. G. (1982). *An evolutionary theory of economic change*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Penrose, E. T. (1959). *The theory of the growth of the firm*. Oxford: Blackwell.

Rasskazova, K. S., Kerdivar, A. V. (2025). "Kintsugi" of the urban environment: Development between commerce, science, and society. *Urban Folklore & Anthropology, 7*(4), 214–228. https://www.elibrary.ru/vbkefu (In Russian).

Schumpeter, J. A. (2008). *The Theory of Economic Development. Capitalism, Socialism and Democracy.* Moscow: Eksmo. (In Russian).