

УДК 338.9
ББК 60.5
Е 951

Рецензенты:

д.с.н. Корель Л.В., к.с.н. Черкашина Т.Ю., к.с.н. Алексеева А.Ю.

Ечевская О.Г. Потребление и различие: социальные значения и практики потребительского поведения горожан / под ред. Т.Ю. Богомоловой. – Новосибирск: ИЭОПП СО РАН, 2011. – 160 с.

ISBN 978-5-89665-237-3

Монография представляет обзор социологических теорий потребления, предлагающих разные способы концептуализации различий в потребительском поведении, и результаты трех эмпирических исследований, позволяющие соотнести теоретические представления с российской реальностью и проследить взаимосвязь социально-экономического статуса и потребления в динамике. Потребление рассматривается в контексте социально-экономических неравенств, а также стилей жизни, общества потребления, социальной идентичности потребителя, и так далее. Отдельно анализируется материалистичность (материалистическое потребление) и сходные по смыслу конструкты («вещизм», «потребительство», и т.д.) как значимые основания различий в потребительском поведении горожан. Потребление рассматривается, прежде всего, как культурная практика, предполагающая не только оперирование финансовыми ресурсами, но и применение специфических культурных компетенций и способности к различию.

Книга рассчитана на широкий круг читателей: социологов, экономистов, маркетологов, исследователей проблематики потребления и социальных неравенств, преподавателей и студентов гуманитарных специальностей.

УДК 338.9
ББК 60.5

ISBN 978-5-89665-237-3

© ИЭОПП СО РАН, 2011 г.
© Ечевская О.Г., 2011 г.

Глава 3. ПОТРЕБЛЕНИЕ В РОССИЙСКИХ ГОРОДАХ: ЛИНИИ РАЗЛИЧИЯ

Заключительная глава, в определенном смысле, обсуждает и обобщает то, что мы показали, продемонстрировали или предположили в предыдущих разделах, а также предлагает ответ на вопросы, которые неоднократно возникали ранее, но не были пока систематически рассмотрены.

Напомним, что основной задачей нашей работы является изучение различий в потреблении городского населения России; в качестве ключевых оснований этих различий были рассмотрены характеристики социально-экономического статуса потребителя и материалистичность как направленность потребления. Проведенный анализ литературы, рассматривающей обусловленность различий в потреблении социально-экономическим статусом и материалистичностью, позволил выявить несколько противоречий и слабо разработанных областей в существующих исследованиях, которые нам удалось частично снять.

Во-первых, было показано, что роль социального статуса в качестве основания различий в потреблении в последние годы пересматривается в связи со становлением и развитием общества потребления, расширением ассортимента и доступности все большего числа товаров, индивидуализации или, напротив, стандартизации потребления, и т.д. На основании теоретических работ, обсуждающих соотношение [западных] теоретических моделей общества потребления и российской реальности, можно сделать вывод о том, что несмотря на ограниченную применимость теорий к российскому обществу «в целом», становление общества потребления в культурном пространстве больших российских городов уже не вызывает сомнений. Эмпирические исследования, задачами которых являлось бы изучение изменений в характеристиках и статусной обусловленности потребления в российских городах, и которые могли бы проиллюстрировать или стимулировать теоретические дискуссии о «российском обществе потребления», пока крайне немногочисленны. Представленный в первой главе книги анализ данных мониторинга РМЭЗ за 10 лет (1994–2004 гг.) вносит вклад в эмпирическое изучение тенденций формирования общества потребления в России, а также отчасти

служит подтверждением актуальности обозначенных тенденций для российского общества.

Также было показано, что в литературе по проблематике различий в потреблении, обусловленных отношением людей к вещам вообще, и материалистичностью в частности, также имеются противоречия и недосказанности. Так, анализ источников показал, что в отечественной литературе нет четкого определения понятия материалистичности, а существующие в зарубежной литературе концепции противоречивы, что имеет следствием ситуации, когда исследования, проведенные в одной методологии, демонстрируют противоположные результаты.

Так, например, с одной стороны, материалистичность понимается как устойчивая характеристика индивида, не связанная напрямую с контекстом потребления. С другой стороны, материалистичность не является характеристикой потребителя, а имеет непосредственное отношение к ситуации потребления, и определение ее как устойчивой личностной черты или индивидуальной ценности, определяющей поведение индивида во всех сферах жизни, более не является продуктивным для понимания характера материалистического потребления в современных обществах, по утверждению современных исследователей материалистичности. Наше исследование показало продуктивность применения методики, в основе которой лежит представление о материалистичности как о контекстуальной направленности **потребления**, а не об устойчивой характеристике **потребителя**.

Наконец, было показано, что вопрос о соотношении социально-экономического статуса и материалистичности также не имеет однозначного ответа. Одни исследования утверждают независимость материалистичности от социально-экономического статуса (демонстрируя, что представители различных социальных слоев могут осуществлять материалистическое по характеру потребление), другие – их взаимосвязанность (показывая, что материалистичность обусловлена уровнем материального благосостояния индивида или страны в целом, причем, как богатством, так и опытом пребывания в ситуации материальной стесненности). Соответственно, вопрос о том, насколько независимы материалистичность и социально-экономический статус как основания различий в потреблении, пока остается для нас открытым.

Заключительный этап исследования, результаты которого представлены в третьей главе, направлен на систематическое и

детальное изучение различий в потреблении, обусловленных социально-экономическим статусом и материалистичностью, и на снятие (по крайней мере, частичное) оставшихся противоречий¹.

Соответственно, первой задачей завершающего этапа исследования является проверка предположения о вкусовой и «культурной» дифференциации потребления, высказанного на основе анализа данных мониторинга РМЭЗ.

Второй важной задачей данного раздела является поиск ответа на вопрос о том, как связаны между собой социально-экономический статус и материалистичность как основания потребительских различий. Результаты первых двух этапов исследования позволили сформулировать осторожную гипотезу о взаимосвязанности двух рассматриваемых оснований различий в потреблении, и были учтены при формулировке и структурировании путеводителя интервью на третьем этапе исследования².

Круг вопросов, которые задавались информантам, касался самых разных аспектов жизни в городском поселении, включенности в социальные сети и в общественную жизнь города, использования объектов городской инфраструктуры, государственных субсидий и льгот, образа жизни и потребления, представлений о социальной структуре, бедности, богатстве; важных моментов в жизненной и семейной истории, и т.д.

Что касается задач настоящего исследования, то для того чтобы говорить о материалистичности как направленности потребления, и отразить использование разных значений предметов потребления (прагматические и прагматические (эмоциональные, социальные)), задавались вопросы о потреблении в ситуациях, различающихся по характеру «символической включенности» в них предметов потребления:

¹ Для решения задач, связанных с оценкой взаимосвязи социально-экономических структур, материалистичности и структуры потребления использовались данные проекта «Бедность в городе-спутнике мегаполиса», реализованного в рамках исследовательской программы «Российская бедность в локальном измерении», финансируемой фондом «Хамовники». Проект Новосибирской группы «Бедность в городе-спутнике мегаполиса» (рук. Т.Ю. Богомолова) был направлен на изучение социально-экономической стратификации в г. Бердске Новосибирской области (полевой этап исследования – лето 2007 г.).

² Фрагмент путеводителя, разработанный с учетом промежуточных результатов исследования, приведен в приложении 4.

◆ повседневное (будничное) потребление – рутинизированное действие, для себя и членов семьи, минимальная «символическая включенность»;

◆ праздничное потребление – необычное, ориентированное на других и предполагающее наличие признанных конвенций по поводу того, что такое «настоящий праздник» (высокая «символическая включенность»);

◆ проведение свободного времени и отпуска представляет собой промежуточный вариант, поскольку, с одной стороны есть определенная свобода выбора; с другой – предполагается, что это делается для себя, а не для других, но при этом имеются конвенции, определяемые сообществом, социальной принадлежностью, традициями.

Это позволило описать контрастную и насыщенную палитру оттенков и оснований различий в потреблении горожан.

Для того чтобы получить информацию о значениях, сообщаемых и считываемых в процессах потребления и социального взаимодействия, рассматривались данные, касающиеся не только потребления, но и представлений людей о бедности и богатстве в контексте потребления. На основе этих данных делались выводы о маркерах социального статуса, а также о способах оценки этих маркеров в более широком контексте социального взаимодействия.

Вопросы о характеристиках бедных и состоятельных людей в представлениях информантов позволили также предварительно описать способы согласования социально-экономических неравенств, моральных иерархий и характеристик потребления, и сформулировать предварительный ответ на вопрос о взаимосвязанности социально-экономического статуса и материалистичности как оснований различий в потреблении горожан. Фрагмент путеводителя интервью с жителями г. Бердска, содержащий вопросы, касающиеся потребления, а также представлений о бедности и богатстве, приведен в приложении 4.

Информационную базу исследования составили тексты 91 полуформализованного интервью с жителями города; совокупность опрошенных включает мужчин и женщин с разным уровнем дохода и образования, проживающих в разных районах города и представляющих различные социальные и профессиональные категории.

Прежде чем приступить к описанию результатов исследования, необходимо обозначить несколько важных моментов, касающихся характера данных и фокуса исследования, которое использовалось в качестве информационной базы.

Во-первых, исследование было спроектировано как, прежде всего, исследование неравенства, следовательно, выборка строилась так, чтобы представить разнообразие социальных позиций (что делает его подходящим для того, чтобы изучать как потребление, так и представления о нем людей, находящихся на разных уровнях социальной иерархии).

Во-вторых, исследование касалось не только сегодняшнего положения вещей, но и индивидуальных биографических и карьерных траекторий; это может служить дополнительным источником информации о динамике и характере взаимосвязи потребления с характеристиками экономического и культурного капитала.

Отметим также, что речь здесь идет не столько о бедности и богатстве, сколько о вариациях более или менее типичного в городской структуре (самые бедные и самые богатые в выборке не представлены, и это отчасти оправдано тем, что позволяет описывать выстраивание более тонких различий в «типичном» потреблении).

Анализ текстов глубинных интервью осуществлялся посредством плотного описания и кодирования. Логика анализа текстов интервью предполагала первичное прочтение текстов, опираясь на предварительные теоретические представления, которые затем корректировались, пересматривались, обогащались на основе переосмысления полученных данных.

В соответствии со сформулированными выше задачами завершающего этапа исследования, третья глава разделена на две части. Первая посвящена описанию и структурированию практик повседневного потребления бедных и «остальных»; в ней описываются и практики потребления, и значения, которыми оперируют потребители, в контексте характеристик их социального статуса. В частности, описывается потребление бедных как «точка отсчета», а также потребление «не бедных» и основные способы и линии отличия одних от других. Такое представление результатов позволяет содержательно прояснить гипотезу о вкусовой дифференциации потребления поскольку, согласно исходному представлению, вкусовые различия начинаются тогда, когда решена проблема доступности товаров. Соответственно, способы «отличия»

от ситуации бедности, стесненности, могут информировать исследование различий в потреблении, обусловленных вкусовыми предпочтениями. Также в этом разделе представлены размышления о том, как соотносятся материалистичность и социально-экономический статус как основания различий в потреблении городского населения.

Вторая часть третьей главы посвящена изучению различий в способах оправдания и обоснования потребителями своего потребления и потребления других людей. Иными словами, изучается то, как применяются культурные компетенции для того, чтобы корректировать собственный образ через оценки и интерпретации потребления, а также показано, как культурные компетенции и гибкость в оперировании различными регистрами обоснования собственного потребления могут быть дополнительным ресурсом для улучшения жизненной ситуации.

3.1 Потребительские практики бедных, богатых и «остальных»: основания структурирования

Основной задачей, которую мы ставили перед собой, приступая к описанию потребления людей, различающихся характеристиками социально-экономического статуса, являлось изучение «содержания» и структуры повседневных потребительских практик, различий в потреблении и основных осей, по которым проходят линии различия. Что, где и как покупают люди, как расходуют личные и семейные бюджеты, какие статьи расходов являются в бюджетах ключевыми, а какие различия в практиках потребления являются для людей особенно значимыми, что составляет картину типичного потребления, и когда осуществляется выход за рамки типичного, рутинного, прагматического потребления?

Для понимания особенностей потребления на разных уровнях социальной иерархии, продуктивно выстраивать описание в контексте отличий «бедных» от «остальных», а также «бедных» от «состоятельных»: это позволяет увидеть как основные различия, так и критерии, и способы их выстраивания. Напомним, что в соответствии с задачами исследования и результатами первых двух этапов исследования, описание и сравнение осуществлялось в нескольких основных «проекциях»:

- ◆ повседневное, рутинное потребление (приобретение продуктов питания, одежды, проведение свободного времени);
- ◆ «неповседневное» потребление:
 - праздничное (приобретение продуктов для праздничного стола, а также способы отмечания);
 - проведение отпусков и каникул;
- ◆ представления о бедности и богатстве других сквозь призму потребительских практик.

Вспомним также, что различия в потреблении на разных уровнях социальной иерархии могут рассматриваться не только в контексте финансовых ресурсов и ограничений, но и с точки зрения определенных культурных способностей (такую гипотезу позволил сформулировать и анализ количественных данных). Кроме того, как было показано ранее, различия в значениях предметов потребления (почему / зачем приобретается продукт) являются более эффективными инструментами объяснения различий в потреблении, чем «объективные» показатели (что именно приобретается).

С этой точки зрения важны как сами потребительские практики, так и их смысловое наполнение: то, насколько широк спектр значений, смыслов и функций, которые может выполнять повседневное потребление в социальном взаимодействии. Таким образом, важно рассматривать не только практики потребления как таковые, но и способы понимания людьми смысла этих практик, а также ограничений, которые «оформляют» потребительскую активность с точки зрения информантов.

3.1.1 «Повседневное» потребление: продукты питания, одежда, свободное время. Даже поверхностный взгляд на тексты интервью с жителями города позволяет выделить несколько значимых различий, которые структурируют практики повседневного потребления горожан, и позволяют в общем виде описать особенности потребления бедных относительно потребления «небедных»¹.

¹ Отнесение информанта к категории «бедного» производилось на основе самоотнесения (в интервью присутствует прямое указание: «я – бедный»), самооценки материального положения («низкое») и среднедушевого дохода ниже прожиточного минимума (установленного для Новосибирской области в третьем квартале 2007 г. в размере 4055 руб. – данные сайта <http://www.gks.ru>).

Рассмотрим по порядку те из них, которые касаются повседневного потребления продуктов питания, одежды, проведения досуга и свободного времени.

Приобретение – домашнее изготовление

Одной из распространенных составляющих жизни «бедных» является домашнее производство предметов потребления: продуктов питания (выращивание на даче, заготовки на зиму, выпечка хлеба как альтернатива приобретению, и т.д.), одежды (пошив новых вещей, ремонт или переделка старых), самостоятельное осуществление ремонта, и даже расширение жилой площади своими руками:

«... попервости было 15 квадратов у нас общая была, потом я пристроил, сейчас у нас площади хватает. Теперь около 60 квадратов, я пристроил три спальни и кухню пристроил, пока еще здоровый был. Все это сейчас функционирует, отопление, печка, всё.» (Сергей Николаевич, 52 года);

«То есть, мы хлеб не покупаем, мы пекём... Ну вот я как ушла в декрет – так и научилась, хлеб печь, и всё» (Светлана, 33 года);

«... «легкую и верхнюю одежду шью сама – от и до. Конечно, современную верхнюю одежду, типа канадских пуховичков, – это нет. Пальто, шубы – тоже делаю все сама... Я тоже и вязала одно время. Это тоже экономия» (Наталья, 53 года).

При этом выбор домашнего производства предметов текущего потребления далеко не всегда обосновывается соображениями экономии. В числе распространенных объяснений такого выбора встречаются как обоснования, демонстрирующие «добровольность» выбора в пользу домашнего производства – наличие и сохранение определенных навыков, самореализация, и т.д., так и оправдания, апеллирование к причинам, по которым невозможно или не хочется жить по-другому (привычка, материальная стесненность, и т.д.).

Потребление «не бедных» в этом отношении существенно отличается как практиками, так и способами их обоснования: информанты с относительно высоким уровнем жизни крайне редко занимаются домашним производством предметов текущего потребления (в особенности – продуктов питания), предпочитая покупать готовые продукты. Часто «отказ от домашнего потребле-

ния» описывается как естественный процесс, сопровождающий изменение уровня жизни в лучшую сторону:

«Овощные заготовки почему-то мы перестали есть. Я очень много закатывала, и лечо, и какие-то «аппетитки», из цветной капусты – чего там только не было. Сейчас мы делаем пару банок помидоров... на новый год. Но – не хочется. Не знаю, почему. Потому что, ну, я считаю, что мы стали просто материально лучше жить, и мы это заменяем какими-то продуктами, которые приобретаем» (ж., 41 год).

Однако это не означает, что домашнее производство предметов потребления является «исключительной компетенцией» бедных. Относительно состоятельные информанты также занимаются домашним производством одежды, предметов обихода, дизайном жилых помещений.

«Ярко выраженного хобби нет, есть любимые занятия... если есть свободное время, шью, читаю. Вот сейчас занимаюсь, не то что дизайнерством, но придумываю интерьер. Мы будем ремонт делать, уже не в квартире, а в ином месте. Сейчас продумываем, как это будет. Сейчас скупаются тоннами журналы, штудируются» (Анна, 24 года).

Важным различием домашнего производства продуктов потребления «бедными» и «не бедными» являются значения, которыми информанты наделяют подобные занятия. Для «бедных», как правило, домашнее производство является альтернативой потреблению, особым умением, способом повысить качество жизни, или хотя бы «удержаться на уровне», не прибегая к дополнительным денежным тратам.

«Не бедные» информанты не рассматривают подобные занятия как альтернативу потреблению, обозначая их как хобби, любимые занятия и способы получения удовольствия, наряду с возможностями извлечения практической выгоды или пользы.

Питание дома – питание вне дома

Следующее яркое и весьма распространенное различие повседневного потребления «бедных» и «не бедных» связано с питанием вне дома. Питание вне дома оказывается для бедных тем «излишеством», отказ от которого в ситуации ограниченности ресурсов, прежде всего, финансовых, происходит в первую очередь. Среди анализируемых интервью с «бедными» не встретилось ни одного, в котором питание вне дома (в кафе, ресторанах, «забегав-

ловках») упоминалось бы как доступное, или хотя бы иногда практикуемое. Как правило, питание вне дома описывается как «дорогое удовольствие», «недоступное» или просто ненужное, необоснованное, нежелательное:

«А питаться вне дома приходится иногда – в кафе, ресторанах?»

«Ой, нет! Да сейчас и мест-то таких нет, говорят появился ресторан неплохой, готовят вкусно, всё, но мы там еще не были, и вряд ли когда-то побудем... Не, нам это совсем не свойственно, потому что, даже не знаю, почему. Привычки не сложилось, а если денег нет – даже если бы и захотелось куда-то» (Лидия, 52 года);

«Ой, нет, зачем они нужны, забегаловки эти... кафе есть там, в «Зеленом острове» работает, но там приезжие только, из гостиниц в основном. А нам это и ни к чему, мы дома всё готовим» (Сергей Николаевич, 52 года).

Причем, о несклонности или нежелании посещать кафе и заведения общественного питания говорят как «бедные» старшего возраста, так и молодежь:

А есть ли какие-то любимые, или привычные места [питания вне дома – О.Е.], в которых часто бываете?»

Ой, да, на дачу. К друзьям, на дачу.

Ну, какие-нибудь кафе?»

Нее, нет.

То есть, вне дома – это только у друзей на даче?»

Не, ну есть эти еще, «пятиминутки». Если совсем долго дома не бываешь (Дима, 18 лет).

В повседневном потреблении «не бедных», напротив, питание вне дома является естественной, а иногда и крайне значимой составляющей повседневного потребления. Хотя и здесь «удовольствие» иногда описывается как «дорогое», это крайне редко является поводом отказывать себе в нём.

Да, достаточно часто... Наверное, один – два раза в неделю... [в городе] это ресторан китайской кухни «Пекин». Мы туда ходим, как правило, как семьей, т.е. с родителями, соседские ужины... а просто в будни, когда просто хочется куда-то выехать и покушать, то это, как правило, какие-то места в Академгородке (Мария, 24 года).

Если для «бедных» рынок заведений общественного питания представляет собой что-то отдаленное, анонимное и гомогенное (состоящее из «забегаловок», «дорогих кафе» и «говорят, неплохих ресторанов»), то здесь описания намного более детализированы, упоминаются названия заведений, любимые места, их специализация, сравнительные характеристики, и т.д.

Да, особенно в выходные меня чаще дома нет, чем есть... На работе у нас есть как бы столовая, а в будние дни, соответственно, дома готовим. А в выходные обычно гуляем, естественно, в кафе, кофейни... [любимые], опять же, находятся в Академгородке. Это «Вкусный Центр» на ВЦ, это кофейня на Морском рядом с New York Pizza. Это «Восток-Запад» в Торговом Центре. «Белиссимо» (Александр, 24 года).

Помимо очевидного различия в доступности заведений общественного питания для «бедных» и «не бедных» информантов, есть и другое, более интересное различие, касающееся понимания того, что такое «питание вне дома» вообще. В нескольких интервью с «бедными», в которых сразу не уточнялось определение питания вне дома как «питание в кафе, ресторанах...», информанты с готовностью отвечали, что часто питаются вне дома, имея при этом в виду в виду потребление домашней или самостоятельно приготовленной пищи на работе, в гостях, на даче.

«Случается ли Вам или членам семьи питаться вне дома?»

Ну, да. Честно говоря... У меня старшая в архитектурном училась шесть лет. И шесть лет я старалась, что-то испечь, что-то пожарить. Чтобы из дома с собой, а там в кафешке чай-кофе возьмут и все... Готовлю вечером. Беру все из дома, а здесь холодильник и микроволновка... баночки с вечера в холодильник, а утром их с собой... я и по сей день так» (Наталья, 53 года).

В интервью с «не бедными» информантами, как правило, «питание вне дома» понимается как посещение кафе и ресторанов без дополнительных уточнений.

Потребление «по плану» – потребление «по случаю»

Следующим распространенным отличием повседневного потребления «бедных» и «не бедных» является запланированность, стабильность потребления или, напротив, вариативность, спонтанность, склонность к импульсивному потреблению. Планирование повседневного потребления – распространенная реакция на ситуацию недостаточности финансовых ресурсов.

«Да, я все планирую. Вот получили все зарплату, деньги получили, я сразу бумажечкой обвернула – подписала, что для чего – и всё. Например, и на питание у меня всё четко расписано» (Светлана, 31 год);

«...мы не можем позволить мы себе... продукты какие-то, и просто, как говорится, отдохнуть, не зная горя. Порой, знаете – охота, придешь в магазин, помотришь, отвернешься, и уйдешь.» (Татьяна, 40 лет).

Соответственно, потребление «бедных» зачастую оказывается стабильным, запланированным, не допускающим «импульсивных» или «случайных» покупок даже «по мелочи».

«...что захотел, то и купил... мы так не можем. Нам приходится рассчитывать. Раскрываешь бумажник и считаешь, раскладываешь по полочкам...» (Ринат Рашидович, 57 лет).

Напротив, потребление «не бедных» информантов, как правило, предполагает вариативность, возможность спонтанного приобретения, даже если это касается не самых дешевых, и не самых простых покупок.

«У меня жизнь меняется очень сильно каждые полгода, год. Я тратил на спорт колоссальные, с большим отрывом все деньги. Я занимался парашютным спортом, прыгал с парашютом. Это были периоды огромных расходов» (Евгений, 31 год).

Импульсивные покупки возможны даже тогда, когда финансовая ситуация в семье не самая благополучная:

«У нас был такой момент, нам не хватало денег на покупку, какие-то 10-15 тысяч, буквально... Мы пошли как-то на рынок – изумительный плащик, кожаный, я так в него влюбилась. И, вот балда, взяла – померила. И вообще праздник, мне плохо стало, сразу, и у Андрея сразу глаза загорелись, говорит – здорово. Всего-то семь тысяч! Тут же мы пошли в «Строймастер» и заказали себе железные двери, стальные» (ж., 41 год).

В целом, можно говорить о том, что повседневное потребление «бедных» информантов отличается существенно меньшей вариативностью, значительно меньшей спонтанностью, и, как правило, является весьма устойчивым во времени. С этим связано и другое различие, созвучное, но подчеркивающее несколько иной аспект различия.

Потребление нового – потребление «привычного»

В повседневном потреблении «бедных» информантов многие выборы обосновываются привычкой, традицией, от которых не хочется, а иногда и не получается отступать. Многие повседневные выборы «бедных» делаются в одной и той же логике, в одних и тех же местах, а потребление чего-либо нового, необычного, непривычного, как правило, не упоминается вовсе.

«... мы как-то сейчас пристрастились, будем говорить, практически к одному, то есть это определенные колбасы, определенные сыры, определенное мясо. Ну, определенные вещи. Продукты берешь там, где тебя раз когда-то устроило, и все нормально, стараешься туда снова попасть» (Виктор Иванович, 63 года).

Типичные наборы продуктов, которые всегда есть в холодильниках «бедных» информантов, как правило, не слишком разнообразны и устойчивы во времени – для них не составляет труда перечислить, что всегда имеется в наличии. Как правило, типичный набор продуктов содержит хлеб, молочные продукты, картошку, крупы, часто мясо.

«Не бедные» информанты зачастую также имеют «типичный набор» продуктов, несколько более расширенный, за счет фруктов, йогуртов, зелени, и так далее. При этом может оговариваться, что привычки меняются, соответственно, меняется и содержимое холодильника:

«У меня привычки питания могут от года к году плавать, но, в принципе, обычно есть йогурты, какие-нибудь яблоки. И, наверно, что-то замороженное. Я в основном так: йогурты, яблоки... Даже не знаю, что и еще» (Евгений, 31 год).

В целом, можно говорить о том, что потребление «не бедных» информантов, помимо большей спонтанности и непредсказуемости, характеризуется также большим разнообразием и изменчивостью во времени.

Выбор мест приобретения продуктов питания, одежды и обуви

Еще один класс распространенных и вполне предсказуемых различий в практиках потребления «бедных» и «не бедных» касается выбора места приобретения продуктов питания и одежды. В этой связи можно выделить несколько значимых различий; рассмотрим кратко некоторые из них.

Приобретение в рамках города – приобретение вне города

«Не бедные» информанты, как правило, выезжают за покупками за пределы города, особенно если речь идет о приобретении качественной обуви или одежды. Несмотря на то что многие информанты отмечают развитие своего города в последние годы, ассортимент и качество товаров, предлагаемых местными магазинами, зачастую оказывается недостаточным для избирательных «не бедных» информантов. Расположенный рядом мегаполис (Новосибирск) предлагает более широкий выбор возможностей (в том числе – купить недорого), которыми многие пользуются.

«Где обычно приобретаете одежду и продукты питания Вы и Ваш муж?»

Магазины в смысле? Продукты питания естественно здесь. А если говорить о вещах – в основном, Академгородок или город» (Мария, 24 года);

«В Новосибирске, в «Спортмастере»... Может еще в «Обуви XXI века».... Потому что там корректные размеры... По моему опыту, единственный магазин в Новосибирске, в котором цена соответствует качеству, все корректные размеры... Здесь не вижу альтернативы. Либо не те размеры, либо не то качество» (Евгений, 31 год).

«Иерархии» торговых точек

«Бедные» информанты, как правило, покупают и продукты, и одежду, и обувь недалеко от дома, обосновывая это в основном доступными ценами, достаточно хорошим ассортиментом или привычкой.

«А одежду для семьи, для себя, где предпочитаете брать?»

«В основном, на базаре, на рынке, [только здесь]. Иногда бывает, что-то в магазине, если что-то интересное. А так, если целенаправленно, то туда. Хотя уже, говорят, что не очень там, и по ценам дороговато. Не знаю, привычка» (Марина, 28 лет);

«Есть магазинчик-распродажа, здесь, на Первомайской. Там неплохие вещи из натуральных, так скажем, тканей... Я могу и на рынке вещи купить, если понравится и нормального качества... Я из города (Новосибирска – О.Е.) ничего не везу, все здесь покупаю» (Ольга, 41 год).

Сам рынок города представляет собой нечто вроде линии различия, «водораздела» между «бедными» и «не бедными» жителями. Для «бедных» рынок зачастую является любимым местом приобретения продуктов, одежды и обуви, поскольку, по мнению информантов, предлагает широкий выбор и доступные цены.

«А одежду где приобретают члены Вашей семьи и Вы?»

«На базаре, здесь, в пяти минутах ходьбы... Ну, близко и выбор большой, очень большой... И цены там такие... вполне приличные» (Дима, 18 лет);

«... одежду мы как-то мало покупаем, у нас много запасов еще. Ну, обувь я на базаре как-то раз брал, в магазине дорого, кажется, так что в основном там, на базаре. Можно vybrать чего-то, более-менее, как говорится, для народа. А магазин – это дорогое удовольствие» (Сергей Николаевич, 52 года).

«Не бедные» информанты чаще высказывают сомнения в происхождении и качестве товаров «с рынка», и приобретают одежду и обувь в магазинах, чаще в специализированных, обосновывая свой выбор, прежде всего, качеством, «нестандартностью» приобретаемых товаров, и наличием гарантии на них.

«В основном в магазинах, чтобы был чек. И обувь в магазинах. На базар, хоть он и рядом, мы почти никогда не ходим. Чтобы купить вещь, а потом выкинуть или ходить разбираться, нервы трепать – это нет!» (Наталья, 54 года, 6700, «ниже среднего»);

«Одежду где... так... ну, в основном, в ЦУМе, на базаре стараюсь не покупать, потому что там все однотипное, и все одинаковые ходят, поэтому стараюсь там не брать» (Сергей, 35 лет, 10000–12500, «среднее»).

Это, однако, не означает, что рынок – исключительно «место для бедных». Одежду и обувь на рынке покупают разные люди, только «не бедные» информанты, признаваясь в том, что покупают вещи на рынке, как правило, «оправдываются» или стараются отдельно объяснить этот выбор, «сохранить лицо».

«Одежду по необходимости покупаем, ну в магазине, наверное. Хотя сын вот у меня и на базаре не чурается – побегит, купит себе какую-нибудь футболку, джинсы – такую, повседневную одежду покупает на базаре» (Лидия, 52 года, «очень-очень среднее»);

«Я могу и на рынке вещи купить, если понравится и нормального качества. Хотя на рынок очень редко хожу. Если только дочери надо» (Ольга, 41 год).

Сами информанты также упоминают одежду, купленную на рынке, как маркер отличия «простых людей» от состоятельных, или богатых.

«Богатая семья? Прилично одеваются, видно, что они не на базаре, а в бутиках одеваются. Как-то они по-другому выглядят» (Светлана, 31 год).

«Одежда фирменная, видно же, если все вокруг ходят в одежде с базара – отличить-то можно внешне, визуально» (Дима, 18 лет).

Следует отметить так же и то, что «бедные» информанты покупают одежду и обувь не только на рынке, но и в магазинах тоже. Однако если потребление «не бедных» скорее ассоциируется с бутиками или специализированными магазинами, то «бедные» предпочитают одеваться в «дискаунтерах» – семейных магазинах, предлагающих одежду «на любой кошелек». В г. Бердске это, прежде всего, магазины «Фэмили» и «Лимон», упоминаемые многими из информантов как магазины с хорошим выбором и доступными ценами.

«Ну, вот сейчас... я в основном хожу в «Лимон», там все-таки распродажа. То есть, как я имею в виду – новое, но со скидками идет, вот, одежда ... Там намного дешевле, чем взять если другие магазины. И можно купить приличную, то есть, обувь и одежду, там много сейчас появилось» (Света, 33 года).

Таким образом, «дискаунтеры» и рынок не только являются более привлекательными для «бедных» информантов, но и в представлениях горожан являются маркерами социальных границ между «бедными» и «всеми остальными».

Самую нижнюю ступень условной «иерархии торговых точек» занимают комиссионные магазины и сэконд-хэнды, посещение которых приходится обосновывать даже «бедным».

«Одежду? стыдно сказать, бывает иногда в сэконд-хэнде. Бывает и по заказу, покупаем в магазинах. А в основном, больше ездим на барахолку» (Надежда, 55 лет).

Обобщая описанные характеристики потребления бедных, можно сказать, что оно далеко не всегда оказывается «стесненным» в буквальном смысле слова. На уровне бытового потребления, большинство информантов находят способы обеспечить себя необходимыми продуктами и вещами, но делают это особым, отличным от «не бедных» потребителей образом.

Потребление «бедных» характеризуется устойчивостью, стабильностью, относительно невысокой вариативностью, и осуществляется, как правило, в привычных местах: на рынках, в дискаунтерах, расположенных недалеко от дома, предоставляющих скидки, и т.д.

3.1.2 «Небудничное» потребление. Отдельно следует обозначить различие в «не рутинном потреблении» «бедных» и «не бедных», выражающиеся, прежде всего, в формировании праздничного стола и проведения свободного времени и отпусков.

Разграничение будничного и праздничного: продукты на праздничном столе

Прежде всего отметим, что **наборы** продуктов, присутствующие на праздничных столах «бедных» и «не бедных» информантов, очень во многом совпадают. В списке неперенных атрибутов праздника подавляющего большинства информантов встречаются салаты, фрукты, горячее мясное блюдо, мясная, сырная нарезка и торт. Несмотря на сходство «наборов» праздничных продуктов, прослеживаются и существенные различия, связанные, прежде всего, с теми смыслами, которые лежат в основе выбора праздничных продуктов – с теми значениями, которые делают праздничный стол праздничным.

Для «бедных» информантов праздник, как правило, предполагает наличие на столе продуктов, не потребляемых, или недоступных в «обычной жизни». Часто для того чтобы накрыть «достойный» праздничный стол, приходится копить, откладывать и ограничивать себя в чем-то в повседневной жизни. Тем не менее возможность отпраздновать находят практически все, вне зависимости от того, насколько сложна их жизненная ситуация. Только в одном интервью упоминается, что «даже думать о праздничном столе не на что»:

«Если вы хотите накрыть праздничный стол, то какие продукты обычно покупаете?»

«О-о-о, никогда. Мне не на что ... даже об этом думать. Никогда ничего не делаю. В гости меня приглашают соседи: «Что будешь одна – пошли к нам» ... А так, они знают прекрасно, что у меня денег не хватает» (Людмила Васильевна, 76 лет, 2380, «очень тяжелое»).

Еще одна важная особенность праздничного стола многих «бедных» информантов – «количественная избыточность», стремление обеспечить много продуктов к праздничному столу, приготовление которого может занимать целый день.

«А если хочется накрыть праздничный стол, что Вы покупаете?»

Я покупаю рыбу... Свежую покупаю, и приготовить ее потом, как-нибудь в кларе, горбушу, например. Вкусненько получается. Ну не знаю, что – на праздники покупаем, конечно, много, по максимуму, стараемся» (Лидия, 52 года).

Праздник «не бедных» информантов редко предполагает «количественное» изобилие; праздничность момента достигается за счет разнообразия, нетипичности блюд; праздничный стол нередко предполагает в основном быстро приготавливаемые блюда, или заказ готовых блюд (например, японской кухни).

А если приглашаете к себе гостей? Что стоит на праздничном столе?

«Я, может быть, заказываю суши, японские, в принципе... с доставкой на дом. Это бывает не так уж и часто. Можно что-нибудь купить, мясо какое-нибудь» (Евгений, 31 год).

Приведем пример того, как выбор одних и те же продуктов, приобретаемых для праздничного стола, обосновывается «бедными» и «не бедными» информантами.

«А когда праздничный стол накрываете, какие продукты покупаете?»

Смеяться не будете?

Конечно, нет! [Смеемся вместе.]

Мидии, креветки покупаем. Из мясных деликатесов покупаем. Ананасы, другие экзотические фрукты, чтобы попробовать. Позволяем так себе к празднику» (Наталья, 53 года, «ниже среднего»).

А если праздничный стол... В первую очередь, какие-то мясные продукты, которые будут использованы в качестве

нарезки, либо какие-то морские продукты. Если не мясо, сейчас уже летом не хочется, тогда какая-то альтернатива из морепродуктов (Мария, 24 года, больше 25 тыс. руб., «выше среднего»).

В целом, можно также сказать, праздничный стол для «состоятельных» оказывается делом гораздо более будничным, чем для «бедных».

Отпуск, путешествия, проведение свободного времени

Отдых, поездки и характер проведения свободного времени оказываются, пожалуй, одним из самых ярких признаков, отличающих «бедных» информантов от «остальных». Это касается как собственного времяпрепровождения, так и описаний «других людей», как знакомых, так и «гипотетических» богатых и бедных.

Распространенной характеристикой образа жизни бедных является крайняя ограниченность мобильности, и практически полное отсутствие возможностей (а иногда и желания) проводить отпуск, свободное время, выходные дни на выезде или вдали от дома.

«Свободное время как Вы проводите, как привыкли отдыхать?»

Тяжелый вопрос. Да практически никак. Да и не бывает почти свободного времени, как мне кажется... Никуда мы не ходим, никуда поехать не можем, даже в Новосибирск – и то по необходимости» (Лидия, 52 года).

Популярными местами отдыха «бедных» являются пляжи, парки, берег Обского водохранилища или залива, дачи знакомых и родственников, находящиеся на небольшом расстоянии от города постоянного проживания.

«В огороде и внуки, в огороде и внуки. Кормежка курей. Бывает, ездим по ягоды и по грибы. Бывает, что ездим с ночевкой. Ездим в Завьялово с ночевкой на берег. Там чисто, нам там очень нравится. И детям, и нам. Если вечером или днем поехали, на следующий день надо вернуться после обеда. У нас такое не бывает, что на неделю поехали. Мы не можем» (Надежда, 55 лет).

«По городу гуляем, можно в парке посидеть просто... Сейчас часто летом на пляж. Летом мы семьей любим выезжать на берег. Уже четыре раза, наверное, за это лето с ночевкой с палатками» (Анна, 17 лет).

«Не бедные» информанты также отдыхают на природе, на пляже, на дачах, но, планируя проведение отпуска, зачастую стараются уезжать на отдых. Направление, дальность, длительность и частота поездок, безусловно, определяются уровнем материального положения; тем не менее, стремление уехать хотя бы ненадолго, и хотя бы недалеко, озвучивается многими.

«Когда Вы в последний раз проводили отпуск вне дома? Где именно и как Вы отдыхали?»

«Последний раз это было в октябре прошлого года, сентябрь-октябрь прошлого года. Мы уезжали за границу в отпуск. Если говорить о совместном отпуске. А если одна, то вот была в Италии» (Мария, 24 года).

«Я люблю уезжать. Туда, где друзья и родные. Москва, Питер. На Украину терпеть не могу ездить, но там родные. За границей не была ни разу, это мне не по деньгам. Ни разу, ни за какой границей не была, даже в Прибалтике» (Галина Зельмовна, 62 года).

Возможность регулярно ездить путешествовать, отдыхать (в том числе за границу) является, наряду с образованием детей, одним из наиболее часто упоминаемых признаков богатой или состоятельной семьи.

«По каким признакам ее можно было бы определить богатую семью?»

«Во-первых, в питании такой принцип: ем, что захочу. Потом, дети, отдыхать – куда захочу. Дети – обеспечу им платное обучение. Вот, три признака» (Анатолий Иванович, 66 лет);

«Я считаю, что это путешествия по миру. То есть если люди путешествуют, выезжают, это говорит о некоем благосостоянии семьи. Наверное, еще образование детей. Я не имею в виду даже среднюю школу, а, скорее всего, высшее образование. Если ребенок учится где-то за рубежом, наверняка тоже семья обеспеченная» (Лариса, 39 лет, 5 тыс. руб., «ниже среднего»).

Кроме путешествий, выделяются и другие «распространенные» признаки состоятельных семей. Вообще, представления о бедности и богатстве, и роль потребления в структурировании этих представлений, заслуживают особого внимания.

3.1.3 Практики потребления в представлениях о бедности и богатстве. Вопрос о том, какие практики потребления отличают бедную и состоятельную семью, напрямую информантам не задавался. Людям предлагалось ответить на общий вопрос: что отличает бедные и богатые семьи в современной России? Информанты предлагали различные способы, «как определить богатого» и «как отличить бедного»: взгляд и походка, черты характера и выражение лица, манеры и проблемы, но большинство описаний в той или иной мере оказывались «завязанными» на потреблении.

Частично признаки состоятельных семей обсуждались выше; здесь же рассмотрим кратко основные характеристики «состоятельных семей» в представлениях информантов, а также особенности восприятия богатства, связанные с социальным положением и «культурной способностью» воспринимающего.

В качестве основных признаков состоятельных семей, как правило, называется «стандартный набор» потребительских возможностей, или какая-то его часть, являющаяся наиболее показательной с точки зрения жизненного опыта человека. Состоятельные семьи – прежде всего, те, кто не отказывает себе практически ни в чем, имеет дорогой автомобиль (или несколько автомобилей), проживает в хорошей квартире, в элитном районе, и имеет возможность путешествовать и давать детям хорошее образование за рубежом.

В качестве «собирательного» определения, включающего большинство упоминаемых многими информантами признаков, приведем цитату из интервью:

Как можно было бы определить богатую семью? По каким признакам?

Ездят за границу отдыхать. Богатая семья... точнее, нормальная семья имеет два автомобиля, не меньше двух... То есть, в моем представлении – это автомобиль и возможность ездить на отдых. Возможность съездить хотя бы два раза в год по две недели отдыхать. Это семья, которая живет нормально. Имеет всю технику, может ее обновлять, может себе позволить обновлять морально устаревшую технику, физически еще годную.... Ну что еще: богатая семья – в моей структуре семьи это уже не актуально – учить детей, развивать детей (Галина Зельмовна, 62 года).

Бедная семья также описывается информантами отчасти сходным образом (на основании сходного набора признаков и потребительских возможностей), но в противоположных терминах:

«Бедность... Наверное, с точностью наоборот. Начиная с внешнего вида, бедно одеты как-то, вещи старые. Всё равно, можно одеться как-то аккуратно, опрятно. Невозможность, например, ребенку обеспечить обучение, идет в менее престижный вуз или работать сразу. Не по профессии, а так...» (Лидия, 52 года).

Также распространенной характеристикой потребления бедных в представлениях многих является негативное потребление: алкоголь, наркотики, азартные игры. Именно эта характеристика, наряду с отсутствием стремлений и мотивации, оказывается, в представлениях информантов, основной причиной бедности.

Особенности восприятия потребления бедных и богатых из разных социальных слоев

Несмотря на относительную согласованность «потребительских» образов бедных и богатых семей, одно различие следует отметить отдельно. Это отличие касается восприятия бедности и богатства разными социальными слоями, и связано с упомянутой на первых страницах текста «культурной способностью», или приобретенной «способностью к различию». Так, например, по достижении определенного социального положения, одних показателей потребления оказывается недостаточно для того, чтобы отличить состоятельные семьи от менее состоятельных, поскольку в игру вступают более «тонкие» различия, чувствительность к которым «развита» далеко не у всех.

«Если говорить о стандартных показателях, как наличие автомобиля и квартиры, то сейчас, мне кажется, нельзя по этим параметрам отличить состоятельную семью от несостоятельной, потому что сейчас доступны кредиты и на жилье, и на автомобили. Все те, кто хотел бы этого, мне кажется, для них это доступно... Если чисто по внешним признакам, естественно, по одежде, по опрятности, отличить семью с низким доходом от семьи с достаточно высоким – это можно. А если брать семью со средним уровнем и семью с доходом выше среднего, то, мне кажется, грань уже стирается» (Мария, 24 года, «выше среднего»).

Чувствительность к оттенкам бедности также бывает разной и, вероятно, определяется как «близостью» к опыту бедности, так и определенными культурными компетенциями.

Таким образом, можно говорить о том, что рутинное, повседневное потребление является пространством разнообразия, в котором, помимо различий в материальном благополучии, проявляются различия в предпочтениях, связанные с тем, где, как и зачем приобретаются предметы потребления, как используются, что означают, и т.д. Потребительские выборы бедных часто продиктованы «вкусом необходимости», но вкус оказывается не менее, а порой и более важным, чем «необходимость» как таковая, и даже в самой стесненной ситуации находится пространство для маневра. Практики потребления «бедных», несмотря на ресурсную стесненность, оказываются достаточно вариативными, а прагматика потребления зачастую выходит за рамки простой экономии и «выживания».

Тем не менее пространства и масштабы разнообразия потребительских практик «бедных» и «остальных» существенно различаются по ряду оснований, связанных как с собственно практиками потребления, наборами продуктов, специфическими «иерархиями» магазинов и торговых точек, так и со значениями, обоснованиями, определяющими и структурирующими потребление в определенной «системе смысловых координат».

Прежде всего особенности потребления «бедных» в сравнении с «остальными» связаны с «опривыченностью», рутинизацией повседневных потребительских выборов, а также их относительно небольшой изменчивостью и ограниченной спонтанностью, что ярко иллюстрируют как описания «будничного» и «праздничного» потребления, так и представления людей о бедности и богатстве в современном обществе.

Основные особенности потребления бедных можно обобщить как ряд выборов, не всегда сделанных добровольно, но, тем не менее, всегда сделанных и (как минимум, для интервьюера), в ситуации беседы лицом к лицу, объясненных и оправданных:

- отказ от некоторых покупок в пользу «домашнего производства»;
- планирование основных статей потребления и отказ от импульсивных покупок;
- потребление набора привычных товаров и нежелание экспериментировать;
- устойчивость практик и предпочтений во времени в сравнении с относительной изменчивостью потребительских привычек «остальных».

Даже если наборы потребляемых продуктов (как в случае с праздничным столом) или «номинальные» потребительские практики («питание вне дома») совпадают по форме, то содержательное и смысловое наполнение их различается существенно. Так, например, праздник для «бедных», прежде всего, предполагает количественную избыточность, приобретение того, что обычно недоступно, а также большие затраты сил, денег и времени. «Социальная сторона» праздника и работа не только над столом, но и над лицом, является для бедных чем-то очень важным. Ресурсы вкладываются не столько в то, чтобы повеселиться, сколько в то, чтобы создать впечатление. Возможно, это связано, в том числе, и с тем, что деятельность по управлению впечатлениями при помощи потребления не является для «бедных» привычной, еще и потому является такой «ресурсно затратной».

Для «не бедных» праздничный разрыв повседневности связан скорее с экономией сил и освобождением времени, приобретением скорее «качественно особенного», экзотического. Не будничное здесь имеет значение «необычно ново» (тогда как «не будничное» для бедных – прежде всего, «необычно много»), и это также является иллюстрацией структурирования потребительских практик на основе значений, им придаваемых.

В целом, можно говорить о том, что потребление «бедных» является более затратным во всех отношениях – финансовом, временном, моральном, и т.д. Соответственно, «количественное» в потреблении бедных оказывается сильнее и важнее «символического» (в терминах П. Бурдьё – практики потребления бедных структурированы, скорее, в логике «вкуса необходимости»).

3.1.4 Материалистическое потребление и социальный статус: в подтверждение гипотезы дефицита? На основе полученных в исследовании данных есть основания предполагать, что гипотеза дефицита (сформулированная в теоретической части работы и заключающаяся в том, что материалистичность появляется «от бедности» – вещи ценны, когда их не хватает – и снижается с ростом благосостояния страны, сменяясь «ценностями более высокого уровня») имеет право на существование. Материалистическая направленность потребления, предполагающая высокую значимость вещей как таковых и использование социальных значений для символизации собственной успешности является, в определенном смысле, последствием, или эффектом, длительно-

го пребывания в ситуации ресурсной / материальной стесненности. Это имеет следствием как относительно более высокую материалистичность тех, кто не имел возможности потреблять в достаточном объеме («относительно бедных»), так и ярко выраженную «моральность» такого потребления, стремление обосновать, или оправдать его, вписать в рамки социально приемлемого, достойного поведения.

Поскольку бедные социализированы в материально стесненных условиях, хорошая жизнь зачастую описывается ими в терминах обладания большим количеством вещей, которые нравятся, а также обладание вещами, которые считаются роскошными. Такие – материалистические – вкусы особенно существенно влияют на выбор тогда, когда есть «формальный повод» отпустить сдерживающие механизмы (например, накрытие праздничного стола). Например, то, что для бедных важно, чтобы стол был большим и богатым, и вложенные в него деньги и силы были очевидны, является примером материалистической аргументации. Потребление состоятельных информантов, напротив, напоминает скорее эстетическое – предпочтение отдается простоте, новизне и легкости.

Более того, масштаб и характер обоснования материалистичности, а также представления о бедности и богатстве во многом зависят как от опыта потребления, так и от приобретения определенных культурных компетенций (способность к различию на основе потребления), развитие которых также в существенной части «статусно детерминировано», что подробно рассматривается во второй части главы.

3.2 Потребление, неравенство и регистры общественного обоснования

Прежде чем говорить о содержательных результатах в этой части исследования, необходимо сформулировать ответ на важный методологический вопрос: почему при рассмотрении различий в потреблении – вполне материальных различий, основанных на практических действиях, мы говорим не о самих действиях, а о способах их обоснования? Ответ на этот вопрос определяется также и тем, насколько применима оптика «режима публичного оправдания» к анализу практик повседневного потребления, далеко не всегда осуществляемого «на публике».

Во-первых, как неоднократно говорилось ранее, потребление – это всегда видимая и символическая деятельность вне зависимости от того, имеет ли потребитель намерение произвести впечатление на окружающих или нет. Предметы и практики потребления видны в публичном пространстве и в силу своей «очевидности» считаются как символы статуса, маркирующие значимые характеристики потребителя, «автоматически», зачастую нерефлексивно. Для того чтобы сформулировать видимые признаки бедности и богатства в ситуации интервью, практически всем без исключения информантам требовалось некоторое время как на то, чтобы вспомнить, так и на то, чтобы «включить» применяемые в повседневности механизмы различения и регистры их обоснования.

Во-вторых, темы бедности и богатства (который, как было показано выше, всегда во многом «завязан» на потреблении) предполагают разговор об «отклонениях от типичного», о ситуации нарушения равенства, о неодинаковости окружающих людей, о выстраивании иерархий. Соответственно, разговор о неравенстве предполагает хотя бы спонтанную оценку легитимности такого положения, классифицирующее суждение, сопряженное с моральной оценкой и системой представлений о справедливости или несправедливости существующего положения вещей.

В-третьих, ситуация интервью предполагает включение режима публичного оправдания, поскольку взаимодействие «интервьюер – информант» является публичным (важно поддерживать диалог с незнакомцем и при этом не потерять лицо), а также потому, что говорение о других с незнакомцем предполагает применение некоторых критериев эквивалентности, понятных обоим участникам беседы, отсылающих к некоему общему горизонту смыслов.

Наконец, в-четвертых, как было показано ранее, как признаки бедности, так и признаки богатства могут быть стигматизирующими. Соответственно, управление впечатлениями (и коррекция стигмы – при ее наличии – при помощи различных стратегий обоснования) – работа, которую каждый из информантов продельвает в диалоге с интервьюером с разной степенью осознанности.

Таким образом, практики потребления в представлениях о бедности и богатстве, описываемые информантами в ходе интервью, являются символами статуса, не столько отсылающими к позициям в «объективной» системе неравенств, сколько влияющими

на **суждения** о статусах индивидов, их использующих, посредством включения в систему представлений о справедливости и базовых ценностей сообществ, значимых для информанта. Изучение подобных символов – это, прежде всего, изучение деятельности агентов по производству социальных различий, основанных на их представлениях о достойном, приемлемом и справедливом порядке вещей.

Анализ текстов интервью показал, что представления большинства информантов о бедности и богатстве, в существенной части «завязанные» на потреблении, содержат список предметов потребления (говорящих о бедности и богатстве их обладателей), который достаточно короток и едва ли не «универсален». Представители разных доходных и образовательных групп, как правило, говорят об одном и том же наборе. Так, «лидерами» среди символов статуса являются жилье, автомобиль, отдых за границей и хорошее образование (прежде всего возможность дать хорошее образование детям). Одежда и обувь также оказываются статусными символами с высокой экспрессивной нагрузкой, но на их основе делаются выводы скорее о характере и личных качествах их обладателей, чем о богатстве или бедности.

Кроме того, описания «бедных» и «богатых» зачастую оказываются «зеркальными»: «состоятельные» семьи описываются через наличие определенных наборов символов, а бедные – через отсутствие таких наборов.

[Как определить], семья богатая или нет? Ну, даже по месту жительства можно. Ну, например, город Изумрудный¹. Кто там живет? Ну естественно, не мы... Там все, чего нам не хватает, и комнаты “темные”, и есть чего куда поставить, и не проблема куда-то съездить, и отдыхают люди, например... И, наверно, они умные, я так думаю, потому что достичь такого ~~для некрестьяно~~...

А бедные... Это вот зайдешь в квартиру когда – старая мебель, как у нас. Никуда мы не ходим, никуда поехать не можем. Даже в Новосибирск – и то по необходимости. Ну, конечно машины нет, я уж не говорю, максимум какой-то – трактор, велосипед, я не знаю. И взгляд такой уже у человека, равнодушный, уже не до Парижа (Лидия, 52 года, безработная).

¹ Элитный микрорайон, расположенный в черте города, но огороженный кирпичным забором и имеющий охрану на въезде.

Условно универсальными являются не только символы богатства или бедности, но и склонность помещать эти символы в моральную плоскость, проводя четкую грань между «хорошими» и «плохими» богатыми, а также «хорошими» и «плохими» бедными. Интересно, что обоснование неравенства большинством информантов осуществлялось главным образом в рамках трех из описанных Л. Тевено и Л. Болтански регистров: домашнем, производственном и рыночном.

При этом, как правило, «хорошее» богатство обосновывается в рамках промышленного регистра (производительность, компетентность, «золотые руки», развитие нового дела из «остатков» остановленных производств, и т.д.), а «хорошая бедность» – в рамках домашнего регистра (хороший, общительный человек, большая семья, участие или неучастие членов семьи – детей, других родственников – в жизни информанта как важное условие возможности справиться с бедностью).

Напротив, «плохие богатые» – это, как правило, те, чье поведение не соответствует базовым ценностям домашнего регистра обоснования (необщительные, забывают друзей, плохо воспитывают, или чересчур балуют детей и т.д.), а «плохие бедные» – те, чье поведение противоречит базовым ценностям промышленного регистра (ленивые, немотивированные, непрофессиональные, пьющие, вместо того чтобы искать работу, и т.д.).

Таким образом, даже при условной универсальности символов статуса, разделяющих общность на богатых и бедных, моральные иерархии и базовые ценности, направляющие интерпретацию одних и тех же символов, могут быть контрастными. Таковы, например, иерархии, основанные на базовых ценностях домашнего и промышленного регистров обоснования. Если моральная иерархия в рамках семейного регистра выстраивается от «плохих богатых» к «хорошим бедным», то в рамках промышленного регистра – наоборот, от «плохих бедных» к «хорошим богатым».

Важный вопрос в контексте использования разных регистров обоснования касается доступности различных регистров для разных групп и сообществ. По мнению Л. Тевено и Л. Болтански, все регистры одинаково доступны всем и являются частью всеми разделяемой компетентности. Однако эта идея вызвала ряд критических замечаний, связанных с тем, что, как и любая компетентность, умение оперировать различными регистрами обосно-

вания (в своих интересах) приходит не сразу, а требует времени и определенных способностей для освоения. На основании данных, полученных в нашем исследовании, можно выдвинуть гипотезу о том, что как доступ к разным регистрам обоснования, так и способность «переключаться» между регистрами у разных групп и сообществ не только не равны, но и стратифицированы в соответствии с уровнем культурного капитала, если пользоваться терминологией П. Бурдьё.

Так, относительно малообразованные (зачастую и относительно малоимущие) информанты, описывая неравенства, связанные с потреблением и материальным благополучием, и в особенности их причины, в основном остаются в рамках домашнего регистра, иногда привлекая аргументы из профессионального регистра. Например:

*– **Какая она – богатая семья?***

– Ну, я думаю, что квартира в хорошем месте, машина, мебель. То есть чтобы никаких проблем не было, только работать, отдыхать и все...

*– **А в целом, какие пути в нашей стране к богатству ведут? Как богатым стать?***

– Ну, я так думаю, что все-таки это женитьба. Потому что многие мне встречались люди, которые раньше вообще ничего из себя не представляли, просто удачно вышли замуж или женились и сейчас свое дело открыли...

*– **А наоборот, отличительные черты бедной семьи какие?***

– ...Чересчур таких уж бедных – таких не попадалось. Но есть люди, которые, допустим, что-то хотят купить и долго копят... У них и обои плохие, и в доме мрачно, серость какая-то, жизнь такая... Я думаю так вот.

*– **А почему бедными у нас становятся в стране?***

– Ну, я думаю, что это в основном пенсионеры, которые, допустим, уже не в состоянии подрабатывать, и вот именно у них самое больное место. Даже некоторые вон по помойкам лазают. Куда [их] дети смотрят вообще? (Сергей, 35 лет, среднее образование, самозанятый).

Иногда базовые ценности семейного регистра оказываются единственным основанием как для описания различий между бедными и богатыми, так и для объяснения причин такого положения вещей:

– Были такие люди в вашем окружении, которые поднялись в материальном плане?

– Да, были... Когда нам было лет по 20–25, у нас была такая компания. Нас было девять пар... Потом стала... нищета, безысходность. Потом немного поднялись эти три пары, стали повыше нас. На дни рождения не приглашают никого. Поздороваются, не поговорят: все некогда...

– А среди ваших друзей есть кто-то, кто резко потерял, не смог справиться?

Была одна семья из наших друзей. Мы все вовремя поняли. Стал пить, опустился. Мы боролись всяко: и словесно, и прикладывали. Все было. Но тут еще связано у них с тем, что в их семью вошла посторонняя женщина. Всё к одному (Надежда, 55 лет, образование 8 классов, работающий пенсионер).

Напротив, относительно высокообразованные информанты используют весь спектр регистров обоснования с привлечением разных ценностей в разных контекстах, предлагая более детализированные, разнообразные, разносторонние описания как бедности и богатства, так и их причин и факторов. Приведем один пример детализированного описания причин бедности.

«Это, наверное, все-таки несколько исторический факт, как мне кажется. Сейчас за порогом бедности у нас две категории граждан. Либо это пенсионеры, потому что это самая социально незащищенная категория граждан... Тот уровень пенсии, который им выплачивается, не обеспечивает нормального существования и, допустим, отсутствует поддержка детей. Тогда я считаю, что человек беден. А если мы говорим о людях предпенсионного возраста, то это люди, которых сломал тот период перестройки. Шла смена власти, смена подхода к жизни. Это люди, которые не попали в волну, которые, допустим, вложились в какие-то предприятия, в том числе и в частные, но не смогли на рыночных рельсах выплыть. Очень много кто погорел, много людей сломала жизнь. Кто пристрастился к выпивке – эти люди пошли по наклонной. ... А дети зависимы на первых периодах жизни от родителей.... И дети продолжают идти по колее, в которую попали родители» (Мария, 24 года, высшее образование).

Можно даже высказать предположение о том, что и умение оперировать разными регистрами, и способность переопределять одни и те же действия в терминах другого регистра могут быть дополнительными ресурсами, способствующими повышению уровня жизни и выходу из бедности. Примером может служить рассказ одной информантки, обосновывающей большую часть своих как жизненных, так и потребительских ценностей в рамках творческого регистра, апеллируя к ценностям личностной целостности и особым качествам интеллигенции.

До определенного момента обоснование в рамках творческого регистра не входило в противоречие с социальной и экономической ситуацией. Затем, после распада Советского Союза, в контексте промышленного кризиса и массовой структурной бедности творческий регистр, базовые ценности которого определяют все доступные для того времени и того контекста способы повышения благосостояния (фактически – либо уличная торговля, либо постановка на учет в службы занятости, получение государственной помощи) как неприемлемые, превратился в серьезный барьер.

«Мы страшно бедствовали все, потому что работали, а зарплаты не получали. А встать на биржу труда – это было же такой позор, ты что! ... Мы какие книжки читали? Там, Драйзер-Шмайзер. Это же ужас, унижение, и это надо скрывать. И вот я где-то полгода жила без всяких средств к существованию...» (Галина, 62 года, в.о.).

Когда же Галина переопределила помощь от государства в терминах промышленного и рыночного регистров, обращение в службу занятости превратилось из морально неприемлемой в рамках творческого регистра практики в морально поощряемую в рамках промышленного регистра деятельность по приобретению компетенций и навыков.

«И я снова встала на эту биржу, уже со знанием дела... Я еще месяц за их счет поехала в НЭТИ, и это было супер как классно, оплачивали дорогу, пособие было как пособие, а еще я и стипендию, не помню в каком размере, получала за то, что обучалась. Оказывается, фонд занятости – это было большое счастье, а никакой не позор, вот так вот» (Галина, 62 года, в.о., работающий пенсионер).

Напротив, неготовность или неспособность «перемещаться» между регистрами может ограничивать выбор каналов мобильности, тем самым способствуя воспроизводству и закреплению бедственного положения.

«Знаете, когда я работала на стройке, то жить нам было намного легче, мне кажется. То есть могли чего-то купить себе, то или это – не думали, а вот когда здоровье кончилось, со стройки пришлось уйти – и стало заметно хуже...

Ну и как, пытались как-то исправить ситуацию, подтянуть к тому уровню, какой был?

Ну а как я могу? Мне вообще кажется: у меня в этой жизни как-то мало ума. Может, надо было где-то по-другому поступить – я не знаю. Как-то люди же, я не знаю. Работали же вместе... А потом смотрю – они все торговать пошли почему-то. Однако они вот не гнушались торговлей, и они вышли, как-то обеспечили себе какое-то благосостояние, устойчивое. А мы вот...» (Лидия, 52 года, безработная).

Таким образом, можно говорить не только о стратифицированности и доступа к различным регистрам обоснования, и способности к их «переключению», но и о том, что такая способность может быть конвертирована в возможность. Так, в частности, «некомпетентность» или «негибкость» в использовании регистров обоснования может способствовать воспроизводству бедственного положения (соображения «сохранения лица» могут являться серьезными барьерами, ограничивающими доступ к материальным благам). Напротив, «гибкость» и «компетентность» в обращении с регистрами обоснования могут быть ресурсами для того, чтобы изменить фактическое положение дел, повысить благосостояние и выйти из бедности.

Итак, повседневные определения бедности и богатства в существенной части основаны не на располагаемых доходах, а на практиках потребления. При этом набор символов статуса, используемых жителями города с разным уровнем достатка, практически универсален: большинство информантов оперируют небольшим списком символов – это жилье, автомобиль, одежда, обувь, отдых за границей, хорошее образование.

Моральные иерархии, направляющие интерпретацию одного и того же набора символов статуса, могут быть контрастными, одна и та же система экономических неравенств может опреде-

ляться противоположными способами. Способы морального определения бедности и богатства различаются в соответствии с базовыми ценностями и принципами справедливости, лежащими в основе различных регистров публичного обоснования. Так, например, «полярность» моральной оценки бедности и богатства может меняться на противоположную при переходе из промышленного регистра обоснования в домашний.

Хотя различные регистры обоснования являются частью общей, всеми разделяемой компетентности, умение оперировать различными регистрами, а также способность переключаться с одного на другой, стратифицированы. Способность же переопределять одни и те же действия и практики в терминах разных регистров, дающая возможность менять поведение, не теряя при этом лица, является не только «коммуникативным навыком», но и ресурсом, позволяющим менять жизненную ситуацию к лучшему.

Также важно отметить, что моральное и оценочное измерения потребления являются особенно важным для «бедных», предполагая не столько статусную, сколько «репутационную» значимость, важность «сохранения лица». В качестве предварительного предположения можно сформулировать гипотезу о том, что потребление «не бедных» чаще рационально обосновывается с привлечением различных «прагматик», тогда как потребление «бедных» морально оправдывается с точки зрения социальной уместности и приемлемости в различных их значениях. Если чувствительность к «оттенкам богатства» предполагает способность считывать объемы и характер располагаемых ресурсов и возможностей, то чувствительность к «оттенкам бедности», как правило, связана с узнаванием степени «социальной и моральной приемлемости» условий и образа жизни.

Соответственно, именно моральное измерение потребления позволяет бедным конструировать альтернативные иерархии и переопределять опыт бедности и стесненности в более положительном ключе, и систематическое изучение того, как это происходит, является следующей важной и интересной исследовательской задачей. И здесь тоже, как и в случае со статусом, не сама материальная стесненность, а компетенции в ее «культурном оформлении», разграничивают как потребление, так и способы его обоснования.