

ФИНАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ ПО ПРОЕКТУ

«Экономические стратегии адаптации представителей «низших слоёв» большого города в условиях трансформации

(на примере исследования людей, занятых на «блошиных рынках» Петербурга)».

Аннотация проекта

Цель проекта: выработать возможные рекомендации, которые позволили бы соответствующим государственным структурам, ответственным за осуществление социальной политики в стране, а также НГО, принять меры по улучшению ситуации представителей самых уязвимых социальных слоев, оказавшихся «на дне» общественной жизни.

Исходя из описанной выше проблемы, мы сформулировали **задачи** своего исследования следующим образом:

- 1) понять причины формирования и воспроизводства андеркласса в современном российском обществе с целью нивелировки причин, порождающих нисходящую мобильность наиболее уязвимых групп населения,
- 2) понять и описать существующие в этом социальном слое стратегии и тактики адаптации, в частности – экономической адаптации, к той ситуации, в которой оказались представители исследуемых групп;
- 3) предложить рекомендации по выработке эффективных мер, препятствующих дальнейшему расширению андеркласса как за счет собственного воспроизводства, так и за счет рекрутирования населения из наименее защищенных групп граждан.

Объектом исследования стали люди, занятые на блошиных рынках города, которые существуют на социальные дотации и/или «добывают» средства к существованию, используя следующие экономические практики: продажа собственного имущества (имущество родственников и/или вещи найденные на городской свалке и в местах скопления мусора) на блошиных рынках города, или перепродажа имущества, нажитого посредством воровства/мошенничества, на тех же рынках. Выбор в качестве объекта исследования именно тех представителей новых городских бедных, которые заняты на блошиных рынках, диктуется экономическим уклоном предмета исследования. **Предмет исследования:** адаптационные возможности людей, попавших в число «новых бедных», их экономические стратегии – индивидуальные и групповые - *совладания* с ситуацией.

Исследовательские гипотезы:

- группы, которые могут быть объединены по ряду показателей в понятие андеркласса, представлены среди торговцев, занятых на блошином рынке, что дает возможность исследовать городской андеркласс через исследование именно этого объекта;
- занятость на блошином рынке является своего рода «стратегией адаптации» или одним из элементов такой стратегии для представителей современного российского андеркласса;
- эти люди не рассчитывают в первую очередь на помощь государства, но стремятся решать свои проблемы, мобилизуя внутренние ресурсы: они создают институты гражданского общества, призванные решать их проблемы; одним из таких институтов является именно блошинный рынок.

Методология исследования

Наше исследование проводилось *качественными методами*. На сегодня почти нет качественных исследований по проблемам, связанным с социальной политикой и выработкой конкретных мер по решению этих проблем. Между тем сегодня уже очевидно, что эти методологические подходы решают различные задачи, позволяют получить различную информацию.

В основании качественного исследования лежат, главным образом, «понимающий» (Verstehen) подход в социологии (Вебер 1990), феноменология (связан с именами Э.Гуссерля и А.Шюца) и основанная на ней конструктивистская парадигма (Бургер, Лукман 1995).

Работающий в рамках «понимающего» подхода исследователь исходит из того, что люди, которых он изучает, ориентируют свои поступки на *свои собственные* представления об окружающем мире, его устройстве и других людях, его населяющих¹. Это означает для социолога необходимость 1) понять точку зрения на окружающий мир тех людей, которых он изучает, а не воспроизводить собственные (т.е. исследователя) представления; 2) интерпретировать действия, поступки, слова и т.п. людей, которых он изучает в контексте их собственного представления о том мире, в котором они живут и действуют.

В качественном исследовании социолог стремится понять, как его информантам представляется окружающий мир и их место в нем. Это позволяет понять, какая постановка проблемы будет релевантна для них. А это, в свою очередь, поможет разработать такую

¹ Согласно определению Вебера предметом социологии должно стать социальное действие, т.е. действие, субъективно ориентированное на смыслы действующего агента и на смыслы, которые он приписывает поведению других людей (Вебер 1990: 602-603). Здесь также важна так называемая теорема Томаса, которая гласит, что ситуация становится реальной – по своим последствиям – если она определяется как реальная действующим субъектом (Ионин 1996: 66). За этими постулатами стоит также представление о социальной реальности, как intersubjectивной, т.е. конструируемой людьми в процессе их социальных взаимодействий (Бергер, Лукман 1995: 43-44)

социальную политику, которая помогла бы более эффективно решать проблемы этих людей, соответствуя их действительным нуждам.

Исследовательские процедуры

Основным методом исследования стало *участвующее наблюдение* на выбранном объекте исследования. Участвующее наблюдение осуществлялось участниками проекта на одном блошином рынке города – в районе станции метро «Удельная», который был выбран в качестве основного объекта исследования. В общей сложности участники исследовательского коллектива провели в поле несколько сотен часов: каждые выходные (поскольку этот рынок работает только в выходные и праздничные дни) в течение июня-октября 2002 г., 1-2 раза в месяц в течение ноября 2002 г. – апреля 2003 г.² В ходе осуществления участвующего наблюдения исследователи вели дневниковые записи – как в процессе нахождения в поле, так и позднее – по возвращении из поля. Всего за 10 месяцев полевой работы исследовательской группой написано более 200 компьютерных страниц полевого дневника.

В том числе собрано порядка 30 биографических историй людей, торгующих на этом рынке. Эти биографические истории имеют разную полноту и собирались различными способами: как в процессе общения, т.е. в виде *беседы*, без записи на диктофон, так и виде спланированных неструктурированных отчасти биографических, отчасти лейтмотивных³ *интервью*. Таких интервью было взято 5. Помимо этого было взято 2 интервью с людьми, не занятыми на рынке, но посещающими его в качестве покупателей – с целью получить их представление об объекте исследования. Также было сделано 2 экспертных интервью с людьми, имевшими непосредственное отношение к организации данного рынка.

В ходе работы по проекту был проведен *анализ прессы* по теме исследования. Работа проводилась главным образом на материалах архива газетных публикаций Центра независимых социологических исследований (СПб). Как показала эта работа, тема блошиных рынков в Петербурге, к сожалению, остается за рамками внимания масс-медиа. Те редкие публикации, которые посвящены блошиным рынкам, рассматривают его либо как непонятную «дикувинку» и

² В ходе реализации проекта к работе в нем сотрудниками исследовательского коллектива были привлечены студенты-социологи, в течение месяца проходившие практику в Центре независимых социологических исследований (ЦНСИ). Под руководством сотрудников проекта студенты приняли участие в осуществлении как стороннего так и участвующего наблюдения на блошиных рынках города, вели дневники полевых наблюдений, которые и предоставили исследовательскому коллективу, попытались провести предварительный анализ полевого материала, принимали участие в семинарах рабочей группы проекта. На втором этапе реализации проекта было получено софинансирование проекта от ЦНСИ. Это позволило привлечь к реализации проекта еще одного исследователя из числа сотрудников ЦНСИ. Это позволило более широко осуществлять сбор полевого материала, и сделать анализ эмпирического материала шире, поскольку новый участник проекта привнес свои исследовательские перспективы.

³ Фактически интервью носили характер лейтмотивных и касались занятости информантов на блошином рынке, однако в каждом интервью интервьюер пытался получить представление о контексте всей жизни информанта, включая жизнь за пределами рынка, в том числе – в исторической перспективе. Благодаря этому интервью позволяют понять жизненную ситуацию, которая «привела» информантов на блошинный рынок.

акцентируют эстетическую составляющую этого явления (характерно, что такие публикации появляются скорее в «глянцевых» журналах, рассказывающих об искусстве и культурной жизни Петербурга), либо как негативное явление с точки зрения как эстетического восприятия (грязь), так и законности деятельности, имеющей там место (продажа/скупка краденого: см. Щербаков 2002). Газетные публикации, посвященные проблеме бедности, которых тоже не много, как правило, заняты привлечением внимания общественности к существующим проблемам людей, описывают их сложные жизненные ситуации, и очень редко речь идет о реальных путях *решения* существующих проблем, одним из которых нами представляется существование структур, похожих на блошинный рынок.

Результаты исследования в отношении цели исследования и гипотез

Объект исследования

В качестве объекта исследования был выбран один блошинный рынок в Петербурге. Перед тем, как остановить выбор именно на нем, участники проекта провели наблюдение еще на 4 блошинных рынках города. После обсуждения результатов наблюдения было принято решение остановить свой выбор на одном рынке. Для такого решения было несколько причин. Во-первых, выбранный рынок является самым крупным и самым известным в Петербурге рынком такого рода, на него съезжаются жители самых отдаленных районов Петербурга. Во-вторых, он является самым старым из ныне действующих блошинных рынков. Вот что говорит один из наших информантов (покупатель, живет в этом районе города с детства): «Я, например, знала, что дядька, который зимой и летом ходит в такой беличьей ушанке, не беличьей – кроличьей ушанке, задрипанной такой ключьями. Вот там он сидел и продавал всякую гадость /.../ И это он все время там сидел, он сидел возле платформы, которая в город. Почему четко так помню, потому что мы несколько раз выезжали **со школой с классом** вот именно с Удельной с платформы в город на экскурсии /.../ Поэтому нас возили и я помню этого дядьку. Он все время там стоял» (ж., 45 лет). Исходя из возраста информанта следует сделать вывод, что реально блошинный рынок в этом месте существовал уже 35-40 лет назад. В-третьих, то, что все участники проекта работали на одном объекте делало полученные результаты сравнимыми. Выбрав тактику *кейс-стади* (Stake 1994, Yin 1992, Буравой 1997 и др.), мы сознательно отказались от сравнения нескольких случаев. На наш взгляд сравнение часто противоречит тому, что К. Гирц называл «насыщенным описанием»: сделать сравнение по всем параметрам случаев – сложно, сделать сравнение по каким-то очень очевидным, простым параметрам – противоречит идее «насыщенного описания» и представляется бессмысленным (Stake 1994: 242).

Выбранный нами в качестве объекта исследования рынок расположен недалеко от станции метро «Удельная» и одноименной железнодорожной платформы (ок. 20 минут езды на метро или машине из центра города). Рынок занимает площадь длиной примерно в тысячу метров

и коло 60-100 метров в ширину. Первоначально торговцы располагались у самой платформы. Однако сегодня на месте прежней открытой платформы построен крытый павильон с турникетами, напротив платформы расположился ангар крытой вещевого ярмарки, а блошиный рынок был оттеснен и вытянулся вдоль железнодорожного полотна. Рынок не имеет никаких внешних ограждений, поэтому приводимые здесь размеры имеют характер приблизительных: они высчитывались нами «на глаз» и собственными шагами. Говоря о границах рынка мы ориентировались на ряды продавцов – их начало и конец.

Работает рынок только в выходные дни: по субботам и воскресеньям, и в праздники.

Руководства рынка хотело организовать торговлю и в другие дни, но это представляется невозможным: «... мы бы хотели торговать каждый день, чтобы все время это было, но у нас рынок связан..., из далека люди едут. Покупатели, на недели они работают, они не приезжают. Люди не идут сюда на неделю работать, и покупать не идут, и торговать не идут» (ж, ок. 50 лет, директор рынка).

Как выглядит рынок? Это пространство вытянутой (вдоль железнодорожного полотна) формы сплошь усеянное людьми – продавцами и покупателями. Никаких лотков или прилавков – нет. Продавцы располагают товар прямо на земле, подложив, кто газету, кто - клеенку. Продавцы стоят нестройными рядами, где-то лицом друг к другу, где-то спиной. Для того чтобы не спеша обойти весь рынок потребуется 2-3 часа. Рынок не имеет почти никакой инфраструктуры – ни туалетов, ни кафе. Есть только «камера хранения» - вагончик, в котором можно оставить вещи, чтобы не везти их домой. Такая ситуация, конечно, не устраивает ни продавцов, ни покупателей. Однако найти ей решение – не так просто. Вот, что говорит по этому поводу представитель администрации рынка: «Перспектива у нас была такая, что мы иногда..., даже администрация выборгского района, надо поставить туалеты. Но мы эти туалеты не можем поставить, потому что мы торгуем два раза в неделю, а за ними ходить надо присматривать, их же разберут буквально тут же. Поставить здесь окаймления какие-то, ограждения мы не можем, то же самое разберут полностью. Руководствуясь тем, что за границей все так решили, собрались, как говориться на земле, и потом ушли, только чистоту за собой оставили. Так будет удобнее. Мы пробовали торговать в тех павильонах, но людям не понравилось совершенно, потому что темно, неудобно вставать, а здесь широко и все видно. Люди привыкли прийти, и смотреть прямо на землю. А какие-то там лотки... Я со многими уже разговаривала» (ж, ок. 50 лет, директор рынка).

История рынка

Как было сказано, стихийный блошиный рынок возник в этом мест не менее 30-40 лет назад. В качестве стихийного он существовал, примерно, до 2000 года. Ситуация начала меняться в 1998 году, когда инициативная группа из 72 человек взяла на себя общественную работу по решению дальнейшей судьбы рынка и занятых на нем людей. На тот момент, ситуация на рынке выглядела таким образом: «Я расскажу, как мы организовались с самого первого раза. Это самое интересное. Здесь была стихийная торговля /.../ Она лет 15 уже. Стихийная торговля. Люди искали место

где торговать можно было бы своим собственным товаром, то есть носочками, семечками, плюс еще принести из своего старого, как говорится, из домашнего. Но дошло время до такого, что три года тому назад настолько людей стали терроризировать на этом месте, которых много стало собираться, раньше человек 15, а то года четыре назад, пять стало собираться по сто, двести. До тысячи. Вы знаете, дошло до такого, я тоже так же там торговала, я приехала, и милиция, особенно, приморского района, они просто-напросто приезжали, и людей брали. Человек приходит, они не расходятся, не разбегаются. Старый человек, пенсионер, инвалид, они подходят, разжигают... привозят дрова сами себе дрова милиция, разводят костры здесь, и на этих кострах все что попало: детские валенки, рамки. Прямо сжигали. Нет - это уже позднее, 98-ой год» (ж., ок. 50 лет, директор рынка). Сами продавцы не хотели мириться с такой ситуацией. Сформировалась инициативная группа из 72 человек, которую возглавила нынешняя директор рынка, его формальный руководитель и признанный неформальный лидер. Инициативная группа взяла на себя решение дальнейшей судьбы рынка: «Естественно, я не буду вдаваться во все подробности, там были хождения по мукам. Я видела, что много здесь людей, которые больные, они приехали... Они участники всех войн. Они приехали продать себе на хлеб. Я поняла, что чем больше здесь торгуют очень много бомжей, и они продадут чего-то, и глядишь они не попадают (на кражах). Я с этим в администрацию ходила, во все социальные общества ходила» (тот же информант). Судьба рынка была связана в первую очередь, с его юридическим статусом. Был найден профессиональный юрист, который подсказал возможные пути решения проблемы с юридическим статусом: «организовали этот наш фонд инвалидов ... это называется «Феникс». Организовали этот фонд инвалидов. Под него стали оформлять землю. Мы не знали, какая земля к кому относится, мы не могли никак разобраться. Мы ходили и в железную дорогу, и опять в Приморский район, и в Выборгский, в КУГи, и куда мы только не ходили. Везде нам говорили, что ни в коем случае под саму эту организацию открываться нельзя, надо организовать клуб, то есть коммерческую организацию на базе этого «Феникса». В: А клуб не может землю иметь?

О: Нет, наоборот, «Феникс» не может землю иметь, а имеет коммерческая организация, а коммерческая организация клуб «Люба», который мы организовали на этой территории» (тот же информант). Потом были хождения по районным администрациям, депутатам и руководителям муниципальных округов, в УВД двух районов города, в Управление садово-парковым хозяйством и Управление железных дорог, и т.д.

На сегодняшний день рынок имеет статус клуба пенсионеров, который собирается на «чужой» территории (принадлежащей одновременно Выборгскому району города, «Удельному» парку и Управлению железных дорог!). За это администрация клуба обязуется содержать занимаемую по выходным дням территорию в чистоте. Такое положение дел устраивает администрацию блошиного рынка и занятых на нем людей лишь частично, скорее маскируя проблему, нежели решая ее. Блошиному рынку по-прежнему не удастся заполучить свое собственное место ни в географическом пространстве города/района, ни в законодательном пространстве. Блошинный

рынок вынужден ютиться на «чужой» территории, подвергаться постоянным репрессиям со стороны милиции, руководства близлежащих учреждений и «официальных» рынков, не имея достаточных оснований для своего существования.

Кто торгует на блошином рынке?

Сегодня на рынке торгует в среднем около 1 тысячи продавцов. Эта цифра колеблется в зависимости от сезона. Так, летом количество продавцов увеличивается: «В: А вообще, сколько сейчас примерно людей? О: Здесь торгует? Летом собирается до двух тысяч народу» (интервью с директором рынка – ж, ок. 50 лет). В период пика структура и форма рынка совершенно расплываются: продавцы оккупируют все прилегающее к условной территории рынка площади, чем вызывают недовольство руководства ярмарки, работников железной дороги. Зимой и в межсезонье количество продавцов сокращается, главным образом по причине неблагоприятных погодных условий (рынок, напомним, открытый и не имеет ни крыши, ни каких-то помещений). Продавцы стоят рядами – сегодня это примерно восемь рядов по 100-200 человек в каждом. На этапе формализации стихийного рынка (см. ниже) его администрация пыталась придать рынку относительно жесткую структуру, определить его границы и организовать ряды: в начале каждого ряда стояла табличка с его номером (см. приложение – Фото 1), а в конце рынка стояли таблички с надписью «Граница рынка». Однако в силу стихийности и меняющегося числа продавцов структура рынка требует гибкости, его границы и внутренняя структура постоянно видоизменяются. В результате со временем таблички, визуализирующие структуру рынка, исчезли.

Точно так же как структура, ассортимент рынка носит очень приблизительный и размытый характер. Проще перечислить то, что на этом рынке не продается. До недавнего времени здесь не продавался новый товар – только то, что отчасти пренебрежительно, отчасти по привычке называют «старьем». Однако сегодня здесь можно найти достаточно много нового товара; это главным образом дешевый китайский и корейский «ширпотреб», а также вещи – одежда, хозтовары, бытовая химия и т.п., привозимые «челноками» из Финляндии.

По причине отсутствия четкой структуры и ассортимента товара, достаточно сложно описать и продавцов. Это люди самого разного возраста, хотя, пожилые – пенсионеры – преобладают. Что касается, продаваемого товара, то сложно говорить о том, что определенный тип товара продает определенный тип людей. Здесь закономерность прослеживается лишь в отношении гендерной специфики: можно сказать, что женщины продают «женский» товар, у мужчины – «мужской». К «женскому» товару относятся вещи домашнего обихода, одежда, парфюмерия, бижутерия и косметика, бытовая химия, а также сделанные – как правило – связанные, сшитые – женщинами предметы одежды, иногда – интерьера (подушки). К «мужскому» товару относятся, как правило, предметы, связанные с маскулинными профессиями:

сантехника, строительные материалы, электрические приборы и запчасти для них и т.п.; а также предметы, имеющие отношение к «мужским» хобби, например, рыболовные снасти. Однако, это лишь закономерности, но не законы – встречается достаточно много исключений. Другая закономерность: часть продавцов постепенно «профессионализируется», во всяком случае, отчасти, и на ряду, скажем, с собственными вещами обихода, начинает перепродавать купленные на оптовых рынках города новые вещи.

Пожалуй, самое сильное потрясение для участников проекта было связано со следующим «открытием»: подавляющее большинство продавцов не может быть отнесено к представителям так называемого андеркласса. Это обстоятельство заставило нас, с одной стороны, несколько пересмотреть подход к изучаемому объекту, однако, не внесло принципиальных изменений в дизайн исследования и не помешало решению поставленных задач; с другой – позволило рассматривать полученные результаты, как касающиеся значительно более широких социальных слоев, нежели предполагалось в начале.

Кто и почему (не)представлен на блошином рынке

Изначально, говоря о низших слоях современного российского общества, мы ориентировались на западную дискуссию об андерклассе и бедности (Auletta 1982, Lewis 1968, Morris 1994, и др. – см. заявку на исследование). Фактически же, в ходе реализации данного проекта мы столкнулись с тем, что для нашего объекта исследования адекватнее использовать категорию «новые бедные», которая, появившись в западном контексте перекочевала в российскую научную дискуссию (см, например, Радаев 2000). В отличие от так называемого «андеркласса», который в российской дискуссии также называют «деклассированными элементами» или «традиционными бедными» и оценивают как незначительную группу населения, к «новым бедным» относят до 40% населения страны (Радаев 200: 25). Таким образом, проведенная в ходе реализации проекта аналитическая работа и выработанные рекомендации касаются не столько и не только самых «низших» слоев общества, но представителей гораздо более широких слоев, находящихся скорее «внизу» сегодняшнего российского общества, но на социальном «дне». Это, как нам представляется, повышает социальную и практическую значимость результатов исследования.

Итак, уже в начале работы не оправдалась наша исследовательская *гипотеза 1* в отношении *объекта* исследования. Она состояла в том, что социальные группы, которые могут быть объединены по ряду показателей в понятие «андеркласса», представлены широко среди торговцев, занятых на блошином рынке. Как показало исследование, на блошином рынке представлены очень разные социальные группы и слои. Большинство из них субъективно относят себя к «бедным» (из разговоров между продавцами на рынке: «Богатые здесь не торгуют!»), в то же

время объективная оценка дохода их домохозяйства далеко не всегда представляется возможной. В любом случае, в большинстве случаев они не могут быть отнесены однозначно к социальной группе, которую принято обозначать понятием «андеркласс».

«Андеркласс» как аналитическая категория конституируется такими параметрами, как: социальное исключение, экономическая маргинальность, альтернативные ценности, девиантное поведение, унаследованная исключенность в нескольких поколениях и «культура бедности», крайне затрудненная восходящая мобильность, закреплённая пространственная сегрегация, нередко - определенная этничность и определенная внутрисемейная ситуация (семьи с одним родителем, как правило – с матерью-одиночкой) и др. (Auletta 1982, Morris 1994). В нашем случае, лишь очень незначительное число продавцов соответствует некоторым из этих критериев. Важно и то, что обладатели этих характеристик воспринимаются другими продавцами как маргинальное меньшинство. Большинство на рынке представлено «новыми бедными», вынужденными в поисках средств к существованию своего домохозяйства сочетать большое количество разнообразных экономических практик, каждая из которых приносит достаточно небольшие деньги.

Впрочем, как мы покажем ниже, присутствие на блошином рынке «новых бедных» объясняется не только экономическими причинами. Однако именно *сочетание множества экономических практик, осуществляемых на низком экономическом уровне⁴ и позволяющих, помимо прочего, обеспечить минимально необходимый уровень благосостояния домохозяйства* (этот уровень все-таки поддерживается, что также отличает эти группы от андеркласса) - и *представляет собой повседневную социально-экономическую стратегию групп населения, наиболее широко представленных на блошином рынке* (об этом см. ниже - в связи с «гипотезой 2»).

Почему представители социального «дна» или андеркласс почти не представлены на блошином рынке? Достаточно убедительный ответ на этот вопрос может быть дан с позиций ресурсного подхода. Этот подход активно используется сегодня российскими социологами, работающими с вопросами стратегий адаптации населения к происходящим в обществе изменениям (см., например, Повседневность 1999, Балабанова 2003 и др.). С точки зрения ресурсного подхода, активность, связанная с занятостью на блошином рынке, все-таки требует определенных ресурсов, которыми представители андеркласса не обладают. Это, прежде всего, ресурсы экономического характера: чтобы продать на рынке что-то, нужно это что-то иметь, а представители андеркласса ничего не имеют - либо «по определению» (например, бомжи), либо уже не имеют (те, кто продал, все что было, возможно, на том же блошином рынке). Но крайне важны также ресурсы не экономического характера: помощь родственников и друзей (предоставление товаров на продажу, предоставление услуг) – т.е. *включенность в социальные*

⁴ В смысле количества денежных средств, обращающихся в процессе этих экономических действий: размера стоимости услуг и товаров, доходы и пр.

сети; собственные *ценностные установки*, побуждающие действовать (стремление «не опуститься», ценность образа питания, одежды, жизни, забота о детях и стремление поддержать у них определенный уровень жизни, образования); наконец - *здоровье*. Этим «неэкономическим» ресурсам, часто называемым также «факторами» (например – факторами адаптации), исследователи заслуженно придают большое значение (см., например, Балабанова 2003, Радаев 2000). Этим ресурсам представители андеркласса, как правило, тоже не имеют; или, точнее, те, кто лишен этих ресурсов – оказывается в андерклассе.

Впрочем, ресурсный подход, при всей его кажущейся эвристичности, имеет один серьезный недостаток. Точнее, его слабость – в его силе. Эта слабость заключается в следующем: все что угодно может быть объяснено при помощи ресурсного подхода, для этого достаточно все на свете описывать в терминах ресурсов. Сам этот подход не исключает такой возможности. С одной стороны, такая «универсальность» делает его объяснительные возможности весьма сомнительными – закрадывается подозрение, что подход, который объясняет все – не объясняет ничего (примерно также как системно-функциональная теория Т. Парсонса). С другой стороны, границы ресурсного подхода становятся очевидны, как только мы сталкиваемся с плюрализацией реальных ситуаций и стратегий поведения людей. Другими словами: не дается объяснения – почему одни люди не мобилизуют имеющиеся в их распоряжении ресурсы, в то время как другие делают это? Почему существуют разные способы мобилизации ресурсов? Почему разные люди пользуются разными способами? Какая связь существует между людьми, представляющими различные социальные группы или среды, и их выбором в пользу того или иного способа мобилизации ресурсов. Приведу пример. Группа социологов из ИС РАН осуществила очень интересное исследование стратегий адаптации населения к трансформации на примере семей в Петербурге (Повседневность 1999). Они пришли к выводу, что различия в социальном положении людей сегодня связаны с тем, что они размещают имеющиеся у них ресурсы в разных секторах экономической активности: рыночном, остаточно-депрессивном и в домашней экономике (Повседневность 1999: 19, 25). Это предположение кажется интересным, однако авторы не объясняют – почему одни люди размещают ресурсы в одном секторе, а другие в другом? Почему часть людей отчаянно инвестирует в рыночный сектор, а другие – «занимают по отношению к рынку оборонительную позицию» (Повседневность 1999: 25). Сторонники ресурсного подхода могли бы ответить на это: все дело в том, что у «первых» есть ценностные ориентации на рыночные отношения, и эти ориентации тоже могут быть поняты, как ресурс. Но здесь мы приходим к первому упомянутому ограничению этого подхода: становится скучно и хочется поискать другие объяснения.

Итак, ресурсный подход может оказаться эффективным, при условии, что исследователь понимает его ограничения. В нашем случае ресурсный подход позволяет объяснить, почему

представители социального «дна» мало представлены на блошином рынке. Однако этот подход не позволяет понять, почему те, кто на рынке представлен, не оказались также на социальном дне. Самая очевидная гипотеза в этой связи такова: возможно, занятость на блошином рынке препятствует «сползанию» этих людей в андеркласс? Ее проверка потребовала более внимательное изучение блошиного рынка.

Блошиный рынок как барьер на пути нисходящей социальной мобильности

То, что первая гипотеза – о широкой представленности на блошином рынке андеркласса – не подтвердилась, не стало причиной принципиального смещения *фокуса анализа* в нашем исследовании. Изначально мы предполагали, что будем изучать андеркласс, с тем, *чтобы понять как он рекрутируется и выработать способы предотвращения такого рекрутинга*. С изменением представления об объекте исследования мы пришли к тому, что будем изучать представителей «низкого» класса или «новых бедных», которым удается удерживаться от того, чтобы «скатиться» в андеркласс. В том и другом случае *фокусом анализа* становятся *стратегии предотвращения такого «сползания»*. Более того, во втором случае (т.е. в ситуации, когда объектом исследования становятся не самые бедные, не «деклассированные элементы») – с которым мы и имеем дело, изучение таких стратегий может представляться еще более эффективным, поскольку мы изучаем людей, которым удается избежать «сползания» на социальное «дно»; другими словами, мы имеем возможность изучать эффективно работающие механизмы противостояния процессам нисходящей социальной мобильности⁵. Таким образом, изменения, связанные с объектом исследования, позволили придерживаться поставленных в исследовании задач и цели исследования. В ходе дальнейшей работы были проверены две оставшиеся гипотезы, которые подтвердились.

Гипотеза 2: Действительно, в ходе исследования мы пришли к выводу, что занятость на блошином рынке является своего рода «стратегией адаптации» или одним из элементов такой стратегии для людей, причем не только представителей современного российского андеркласса – а для значительно более широких социальных слоев.

Мы пришли к выводу, что одним из механизмов адаптации к сложной ситуации для людей становится именно блошиный рынок. Пытаясь понять, как этот механизм работает мы вышли далеко за пределы самого рынка и пришли к следующему выводу: в широком смысле слова, используемая стратегия адаптации для всех или для большинства наших информантов – едина. Для обозначения характера этой стратегии мы использовали термин ***«повседневная экономика»***.

⁵ В то время как, изучая представителей андеркласса, мы были бы вынуждены иметь дело с теми, кто не смог «удержаться» и по разным причинам «опустился» на социальное «дно». Т.е. эффективные механизмы, препятствующие такому «сползанию», пришлось бы реконструировать «от противного» - на примерах неудач.

Чем заняты люди?

Обнаружив, что на блошином рынке почти не представлен так называемый андеркласс, мы вынуждены были начать с нуля. Мы встали перед необходимостью разобраться – что же это за люди, что они здесь делают, что у них общего и чем они отличаются, почему они сюда пришли.

Для того чтобы ответить на эти вопросы, нам было необходимо увидеть, какое место блошинный рынок занимает в их жизни. Мы решили обратить внимание не только на их активность непосредственно в границах нашего объекта – т.е. блошиного рынка, но и за его пределами. Другими словами, мы попытались понять, что эти люди делают остальные пять дней в неделю. Ответ на этот вопрос помог соотнести их присутствие и активность на рынке с контекстом их жизненной активности вообще. Это помогло нам вернуться затем обратно к пониманию самого феномена блошиного рынка, который мы смогли теперь интерпретировать в контексте жизни этих людей, увидеть, какое место он занимает и какую роль играет в их жизненных стратегиях

Сосредоточившись на решении этой задачи, мы увидели, что в остальные пять дней недели люди, торгующие на рынке, заняты самыми различными видами деятельности. Однако у нас было ощущение, что вся эта деятельность имеет что-то неуловимо общее... Люди, с которыми мы разговаривали на рынке, в будни занимались тем, что: вязали и продавали связанные ими вещи по знакомым и соседям; покупали у знакомых и продавали другим знакомым различную бытовую мелочь; торговали купленными «по дешевке» вещами в детских садах и поликлиниках; получали маленькую пенсию; работали сутки через трое, или по вечерам – уборщицами, остальное время дня ухаживая за маленькими - и не очень - детьми и больными родителями; собирали бутылки и макулатуру и сдавали ее в пункты приема; выращивали что-то на дачах, и выращенное – частично использовали сами, частично – продавали; готовили обеды и ужины остальным членам семьи, тратя огромное количество времени на поиск и покупку дешевых продуктов для этого в разных частях города; писали объявления в бесплатные газеты объявлений о том, что они продают старую мебель, бытовую технику и т.п.; ездили со знакомыми в качестве «челноков» в Финляндию и Швецию; собирали вещи на помойках и городских свалках; обходили ломбарды, скупки и комиссионки, сдавая туда старые вещи и вещи привезенные из-за границы, или присланные «заграничными» родственниками, и т.д.

Наблюдая, выслушивая, записывая все это, мы заметили, что все эти виды активности занимают практически все время наших информантов, более того – они структурируют их время жизни. Жизнь этих людей, скажем, в пределах недели, состоит из перечисленных активностей (в особенности, если прибавить к ним выходные, проводимые на блошином рынке). Что представляет собой эта деятельность? Как ее можно было бы охарактеризовать?

На первый взгляд – это большое количество *экономических* по своей интенции (т.е. направленных на экономические цели) действий. С другой стороны, они плотно перемешаны с

действиями неэкономическими, с обычной жизненной рутинной, которую можно назвать *повседневностью*. Поэтому это явление мы назвали «*повседневной экономикой*»⁶. Это практики, в которых присутствует и повседневность и экономика, которые перемешаны, и достаточно сложно отделить одно от другого, понять, где заканчивается экономика и начинается повседневность. Более того, вероятно, отделять здесь ничего не следует – разве что на аналитическом уровне, чтобы лучше понять, каким образом в реальной жизни людей эти две составляющие связаны.

Логика повседневной экономики: на примере блошиного рынка

Это смешение хорошо видно на блошином рынке, представляющем пространство реализации одной из множества тактик, составляющих «повседневную экономику».

На первый взгляд, это рынок - что зафиксировано в его названии. С другой стороны – в нем очень много черт, отличающих его от рынка. Эти особенности режут глаз тем, кто впервые приходит на этот рынок; в частности, обращают на себя внимание такие особенности:

- он не имеет четкого ассортимента и связанной с ним структуры рынка,
 - на нем торгуют непрофессиональные продавцы,
 - которые часто понятия не имеют о том, по какой цене им следует продавать свой товар,
 - на нем могут отказаться продать вам товар, а могут очень сильно сбросить цену, т.е. отдать почти за даром (или подарить),
 - многие продавцы отказываются платить плату за аренду места, воспринимая это как оскорбление и вымогательство,
- и т.п.

При более длительном наблюдении и общении, выясняется, что

- продавцы приходят сюда не только, а порой и не столько за тем, чтобы заработать на жизнь,
- а потому, что им хочется отдохнуть от семьи,
- пообщаться со знакомыми на рынке,
- подышать свежим воздухом (из интервью с директором рынка: «И плюс к тому, что люди сюда даже вот старики эти, инвалиды, больные, они сюда приходят не только поторговать, они приходят сюда даже отдохнуть. Просто отдохнуть. Мы хотели здесь скамеечки поставить специально. Они говорят: "Вот я заплатил за свое местечко, но я отдыхаю», «Я пришла сюда отдохнуть, мне ничего не надо. Я пообщался с

⁶ Термин «повседневная экономика» появился до начала этого проекта – в ходе работы с коллегами из разных стран над сборником статей по антропологии постсоветских обществ, получившим одноименное название (см. *Everyday Economy...* 2003). Этот термин использует и известный исследователь пост-советского пространства Каролин Хамфри (Hamphrey 2001). Однако, в ходе проекта по изучению блошиных рынков, это понятие получило в наших глазах еще большее эмпирическое и методологическое обоснование, одновременно возникла необходимость его большей концептуализации.

людьми, мне дома не с кем общаться". То есть здесь именно как клуб создан, что люди и знакомятся здесь, люди здесь отдыхают. Устраивают иногда пиршество, столы, и они отдыхают здесь, праздники отмечают»).

Все эти особенности никак не укладываются в экономическую логику, хотя, определенно, имеют под собой некоторую вполне экономическую или даже монетарную основу – даже те, кто заявляют, что пришли сюда «подышать воздухом», добавляют: « а заодно – продать что-то: лишняя копейка – не помешает». И в любом случае, на рынке обращаются деньги, из-за этих денег вспыхивают ссоры и конфликты, большое количество аргументов, наряду с выше упомянутыми, упирается в деньги, недостаток: в необходимость заработать, дотянуть до пенсии, перебиться до зарплаты и т.п.

В то же время, значительная часть ссор возникает не по экономическим причинам. При внимательном наблюдении (и «слушании») за конфликтными ситуациями, становится ясно, что за спором продавца и покупателя стоят более глубокие смыслы, нежели банальное стремление получить больше при минимизации издержек. В действительности конфликт обусловлен взаимным непониманием, связанным с различной интерпретацией ситуации взаимодействия и ее контекста: один из конфликтующих собеседников (это может быть и продавец и покупатель) ведет себя как если бы он был на «рынке» в полном экономическом смысле этого слова; другой – как если бы ситуация не имела никакого отношения к рыночному обмену, а представляла собой общение двух людей в приватном пространстве и касалась бы их повседневной жизни. Эти двух совершенно различные интерпретации ситуации, в которой происходит взаимодействие привели нас к мысли о том, что на пространстве блошиного рынка встречаются две разные «логики» действия, две различные «реальности», основанные на этих логиках и имеющие различную природу. Мы полагаем, что, совершая определенные действия, которые выглядят как *экономические* и даже имеют соответствующее сопровождение (обмен товара на деньги на территории, именуемой «рынком»), в действительности люди действуют в соответствии с правилами *повседневности*, понимаемой как «реальности par exelence человеческого опыта» (Бергер, Лукман 1995: 40). В результате, часто возникают конфликты двух реальностей которые принимают форму конфликтов людей, опирающихся в своих действиях на собственное понимание ситуации, имеющей место на территории блошиного рынка. При этом одни определяют ситуацию, как экономическую, другие – как взаимодействие, осуществляемое по правилам повседневной жизни повседневности.

Итак, прежде всего, речь идет о *логике*, на которую ориентируются действующие индивиды. По нашим наблюдениям, очень часто эта логика – не рыночная, не монетарная, это *логика* повседневности. Так, по нашему мнению, именно повседневная логика стоит за такими действиями продавцов блошиного рынка, как обида на покупателей, старающихся сбить цену и с сомнением отзывающихся о товаре; отказ продать товар такому покупателю; отказ платить

арендную плату; отсутствие четкого ассортимента; отсутствие у продавцов представления о том, по какой цене им следует продавать свой товар; и т.п..

Логика экономическая ориентирована на обогащение, на минимизацию издержек и максимизацию прибыли. *Логика повседневности* ориентирована на базовые характеристики повседневности: естественность, нормальность образа жизни, на его беспроblemность (Ионин 1996: 78). Таким образом, победу логики повседневности над логикой экономической мы наблюдаем каждый раз, когда видим, например, что люди не стремятся ко все большему «обогащению», а удовольствуются «выживанием», т.е. приемлемым образом жизни, который для них не проблематизирован - в этом основное условие⁷. Поэтому не следует удивляться, обнаружив, что некоторые продавцы на рынке вовсе не гонятся за обогащением, не предпринимают к этому никаких действий – они не за этим сюда пришли.

Помимо собственно логики, на которую ориентированы действия этих людей, повседневность представлена в *вещах, в предметах*, которыми оперируют люди. На блошином рынке, как и в рамках повседневной экономики вообще, она представлена, как правило, в виде «*товара*». То, что на первый взгляд, благодаря ряду формальных признаков, представляется (и в определенной степени – действительно является) товаром, в экономическом смысле этого слова, при внимательном изучении субъективных смыслов действующих индивидов, оказывается *фрагментами повседневности*, ее вещным воплощением. По нашему мнению, на блошином рынке люди обменивают на деньги не «товар», а воплощенную в вещах повседневность: свою жизнь, свою историю и историю своей семьи, свое детство и детство своих выросших детей и внуков. Именно поэтому на рынке нет четкого ассортимента: повседневность невозможно расчленить на «то» и на «это» по типу товара. И даже если можно, потому что и повседневность имеет внутреннюю структуру, но будет ли это деление, сделанное с точки зрения повседневности, соответствовать экономическим представлениям об ассортименте, каким он должен быть? Вряд ли. Тут действует иная логика. Поэтому у одного продавца можно увидеть вещи, классифицируемые как «хозяйственные товары» (ненужные и многочисленные кухонные принадлежности), «сантехника» (всевозможные краны, стыки и т.п.), «одежда и обувь» (своя – времен собственной юности и детства детей, протекавших в эпоху дефицита, когда было принято покупать всего по три-четыре комплекта, и не принято что-либо выбрасывать), «книги» (частично – купленные в советское время – все в то же время дефицита – на «макулатурные талоны», частично – взятые откуда, вроде «Советов хозяйки» или «Свиноводства в Австрии»), «парфюмерия и косметика» (давно высохшая своя, и ненужная недавняя - то что «дочь отдала»), «бижутерия»

⁷ Про выживание в связи с повседневной экономикой – см. в разделе «Повседневная экономика» и «экономика выживания».

(тоже – свое и дочерино, модная 30 лет назад чешская и дешевая современная китайская) и даже «продукты питания» (выращенные на даче и замаринованные огурчики, а то и самодельный «домашний кагор»).

То же касается ценообразования. Откуда людям знать, по какой цене продавать игрушку, которую они 30 лет назад купили своему ребенку, с которой их дети выросли, и они сами живут с ней, стоящей в хрустальной горке, бок о бок последние 30 лет? И именно по той же причине, они могут вдруг совершенно обидеться на невинный, с точки зрения рыночных интеракций, вопрос о «качестве товара», на высказанные покупателем сомнения относительно товара - для них это не товар, а их повседневность, их жизнь, и озвученные покупателем сомнения воспринимаются как личное оскорбление: товар здесь совершенно не отделен от личности продавца, и даже напротив – очень тесно с ней связан. Поэтому, они могут почти задаром отдать вещь тому, кто понравился – «в хорошие руки», и отказаться даже разговаривать с тем, кто не готов оценить эту вещь, как часть их жизни – тому, кто пришел на «рынок» в «банальном» – экономическом – смысле этого слова.

Логика повседневности и ее овеществленные фрагменты соединяются в распространенной на блошином рынке практике отказа продавцом от оплаты занимаемого им места⁸. Продающие на блошином рынке свою повседневность люди отказываются платить арендную плату за место: они оценивают этот институт арендной платы с точки зрения логики повседневности, в основе которой лежат моральные оценки, а не логика экономической рациональности. Одной из характеристик повседневности является *моральность*, на основании которой оцениваются социальные действия других людей, и сами эти люди (Silverman 1986: 136). Моральность означает соответствие действия определенным представлениям, правилам, моральным нормам; тогда действие определяется как естественное, правильное, нормальное, само собой разумеющееся и т.п. С точки зрения этой логики представляется совершенно аморальным, и потому – неприемлемым – стремление собрать деньги (за торговое место) с пенсионеров, которых «нищенскими пенсиями вынудили выйти на улицу и торговать своими собственными вещами», чувствуя себя при этом униженно (потому что торговля тоже воспринимается ими как унижительный вид деятельности, из разговора с продавцом на рынке: «да-а, никогда не могла себе представить, что буду вот так стоять, шмутьем трясти...» (ж. ок. 70 лет); или «Вы знаете, у меня отношение к торговле такое, довоенное, пренебрежительное» (ж., ок 70 лет). С другой стороны, эти люди не считают себя торговцами, а «барахолку» - собственно рынком, они продают не товар, а свою повседневность, более того – они делают это вынужденно, чтобы выжить, а не для того, чтобы обогатиться. После этого – какое отношение к ним может иметь практика взимания арендной платы, представляющаяся «естественной» с экономической, рыночной точки зрения, но не с позиции

⁸ Плату взимает администрация рынка, сформировавшаяся из инициативной группы, пробившей у местных властей разрешение на существование рынка – см. выше раздел «Объект исследования»

людей, вынужденных, стыдясь этого, торговать самым интимным, что у них есть – своей повседневностью?

Повседневная экономика не исчерпывается блошиным рынком. За пределами рынка мы сплошь и рядом видим, как экономические по форме и интенции практики вплетены в практики повседневные. Здесь уместно упомянуть многократно описанные отношения взаимопомощи между членами домохозяйства, использование социальных сетей и разделение труда внутри домохозяйства и даже семьи, понимаемой шире (см., например, Штейнберш 1999, Фадеева 1999, Робертс 1999). Все они сочетают в себе логику экономическую и повседневную. С одной стороны, эти отношения направлены на банальное экономическое выживание домохозяйства, на то, чтобы добыть достаточно продуктов и денег, на удовлетворение нужд или базовых потребностей членов семьи (см. Различие между “needs” и “wants” или базовыми потребностями и желаниями, проводимое экономическими антропологами: Шрадер 1999: 16). С другой стороны - очевидно, что сведение этих интеракций к экономической логике есть упрощение, которое не позволяет понять, почему они выживают именно таким образом. Приведу цитату из интервью с нашим информантом, женщиной, которая рассказывает о том, как она пыталась выкручиваться, чтобы зарабатывать деньги, имея на руках больного ребенка: ««лагерь "Огонек", куда я поехала работать с ребенком, я отработала 15 лет, вела в кружок английского языка, стихи и газеты там на английском, но меня ставили, конечно, заместителем директора, ставили меня завхозом, но я то ездила из-за детей. Поэтому я говорила так: "Или корпус мне даете, уборщицей на корпус и кружок английского, бригадирствующих, или я не еду." Она понятно, хотела, чтобы я воспитателем была. А воспитателем, значит ребенок брошен, целый день один, речка рядом, все что угодно с ребенком, а так ты моешь, и целый день свободен. Речка, черника это все наше, 15 лет я отработала» (ж, ок. 40 лет). Мы видим, что информант даже в сложной экономической ситуации ориентируется, в первую очередь, не на экономические принципы (в соответствие с ними позиция воспитателя или заведующей – значительно лучше позиции уборщицы), а на ценности привычного ей образа жизни, в котором приоритетное место занимает ребенок. Таким образом, для понимания и объяснения таких действий концепция «повседневной экономики» и теория повседневности могут оказаться очень подходящей объяснительной моделью.

Третьим признаком «повседневности» в деятельности, которую мы называем «повседневной экономикой» является представленность и задействованность *структур* повседневности. Реальность повседневности, помимо собственной логики, имеет и внутреннюю структуру. Эта структура состоит из *пространства, времени* (Бергер, Лукман 1995: 48, Лелеко 2002: 23) и *деятельности*, их наполняющей: «Реальность повседневной жизни организуется вокруг «здесь» моего тела и «сейчас» моего настоящего времени /.../ Эта зона включает мир, находящийся в пределах моей досягаемости, мир в котором я действую так, чтобы его реальность, или мир, в котором я работаю. В этом мире труда мое сознание руководствуется прагматически мотивом, т.е. мое внимание к

этому миру определяется, главным образом тем, что я делаю, желал или собираюсь делать в нем» (Бергер, Лукман 1995: 42).

С точки зрения структуры пространства и времени. И наполняющей их деятельности, *повседневная экономика* представляет собой прежде всего разрушение, стирающее четкой границы между работой, как экономической деятельностью, направленной на заработок средств к существованию, и собственно «жизнью» или работой по воспроизводству повседневности. Так, одна из наших информанток говорит о том, что пять дней в неделю она сидит дома с маленьким внуком и, приходя по выходным дням (!) на работу (!!) на блошиный рынок, получает огромное удовольствие от смены обстановки. О своих знакомых, занятых на том же рынке, она говорит следующее: «... человек сидит, вот допустим пенсионер, сидит дома пять дней, с семьей своей. А потом приходит на рынок, он общается, он даже дышит свежим воздухом, просто так не выйдешь на целый день на улицу, не будешь гулять по парку» (ж., ок. 50 лет). Возникает вопрос: где же здесь заканчивается работа и начинается отдых? Сидеть пять дней в неделю с внуком, чтобы его родители могли работать и зарабатывать деньги – это отдых или работа в рамках разделения труда в домохозяйстве? А после этого торговля на блошином рынке в выходные (!) дни, где ждут друзья, где есть общение, свежий воздух и ... какой-то заработок – это что, работа или отдых? Одно переплетается с другим, две логики смешиваются, смешиваются пространственные и временные структуры и их деятельностное наполнение. Отличительная особенность повседневной экономики состоит в помещении экономических тактик внутри жизненной стратегии, в совмещении экономических практик и образа жизни, вплетении экономических практик в повседневную жизнь. Таким образом обеспечивается необходимая экономическая поддержка для воспроизводства повседневности, и одновременно механизмы реализации экономических тактик находят опору в структурах повседневности.

Одним словом, мы полагаем, что описанное нами пространство повседневной экономики представляет собой своеобразный «фронт»: пространство, где проходит граница двух разных территорий (Бродель 1994, Prescott 1978). В нашем случае речь идет о границе различных реальностей, с их собственными логиками, законами, правилами и внутренними структурами, и такими граничащими реальностями являются прагматическая реальность повседневности и реальность экономики, как науки. Важной характеристикой любого фронта является его не сводимость ни к одной из граничащих «территорий». Фронт гео-политический обладает своими собственными внутренними правилами жизни (Prescott 1978). Так же и символический фронт «повседневной экономики», лежащий на границе логик и структур повседневности и экономики, обладает собственной внутренней логикой и структурой. Изучение блошиного рынка и людей, занятых на нем, дало нам возможность попытаться разработать приблизительную схему,

позволяющую структурировать пространство повседневной экономики на основе его собственной логики, или логики составляющих его элементов.

Структура «повседневной экономики»: попытка выработки аналитической схемы

Выше мы описывали практики, представленные на блошином рынке и более широко – входящие в репертуар деятельности людей, занятых на блошином рынке и формирующие по нашему мнению пространство повседневной экономики. Даже самого поверхностного взгляда на них достаточно для того, чтобы сделать вывод о том, что они достаточно неоднородны. Другими словами – пространство повседневной экономики диверсифицировано, возможно - оно имеет внутренние границы. Каковы же критерии различий и проведения границ?

При внимательном рассмотрении становится очевидно, что здесь следует говорить о множественности таких критериев, об их «эксплоярности», или многомерности (multidimensional). Здесь будет уместным следующее методологическое замечание: мы исходим из того, что, в отличие от мира физических предметов, социальная реальность основывается не на жестких законах и объективных критериях, а на закономерностях и тенденциях. Поэтому, мы полагаем, что, говоря о внутренней структуре «пространства» повседневной экономики с точки зрения ее анализа, следует говорить об *аналитических осях*, отражающих своего рода континуумы и демонстрирующих определенные закономерности. На этих осях *аналитиком* могут быть позиционированы определенные *реальные* действия людей (при условии, что аналитик не будет забывать о том, что в реальной жизни конструкты «второго порядка» не существуют и люди оперируют преимущественно конструктами «первого порядка» (Лелеко 2002: 22-23)).

Если мы говорим о повседневной экономике, то существующие внутри этого феномена отличия укоренены, с одной стороны, в логике *повседневности*, с другой – в логике *экономической*, в-третьих, они укоренены в *напряжении между этими двумя* логиками. Тогда мы имеем *три* оси, которые структурируют поле повседневной экономики, и, тем самым, позволяют операционализировать эту категорию для анализа конкретных эмпирических явлений при помощи позиционирования их в разных частях этого поля и, тем самым, проведения аналитических различий между ними. Начнем с последней из этих осей, определяющей, на наш взгляд, собственную внутреннюю логику пространства повседневной экономики .

Эта ось существует в «зоре» между повседневностью и экономикой. Она указывает на континуум между двумя полюсами, каждый из которых назван соответственно «повседневностью» и «экономикой». Это полюса обладающие собственными - очень различными - логиками, законами и закономерностями. Пространство повседневной экономики структурировано *напряжением между логикой повседневности и логикой экономической*. Другими словами, речь идет о степени «укорененности» экономических действий в структурах

повседневности⁹ – эта степень может различаться, и тем самым мы можем проводить различие между этими действиями. Поскольку речь идет все же об экономической активности, на одном конце этого континуума находятся собственно экономические отношения – максимально приближенные к идеально-типической экономической модели поведения. На другом конце находится деятельность полностью укоренная в структурах повседневности. То или иное действие может быть рассмотрено как укорененное «скорее, в логике повседневности», либо – «скорее, в логике экономической»¹⁰. Используя примеры эмпирического характера, можно сказать, что случай продажи на блошином рынке поношенных и ставших маленькими вещей собственного ребенка – по принципу «не выбрасывать же» – находится ближе к полюсу повседневности; в то время, как продажа на блошином рынке нового товара, скажем «дешевого китайского», который также может продаваться на любом другом рынке, но продавать его на блошином рынке означает сэкономить на оплате торгового места – находится ближе к «экономическому» полюсу нашей оси. В первом случае действие в большей степени укоренено в логике повседневности («: «Люди разные там на самом деле, так не присматриваешься к ним, но женщины очень высокого... учительницы и врачи бывшие со своим товаром, а дети же вырастают. Детские видели вещи? Ведь вырос ребенок, куда девать вещи? Многие стоят за бесценок, за копейки продают, и обувь всю, только бы купили, потому что деть то не куда...» (ж., ок. 40 лет)), во втором – действия диктуются в большей степени рациональной экономической логикой («Зачем платить за место 500 рублей на «Юноне», когда можно платить здесь 50 на четверых!?» (м., ок. 50 лет)).

Вторая ось, организующая феномены этого пространства укоренена в *логике экономической*. Самая очевидная экономическая логика основывается на количественных оппозициях мало/много или макси/мини: как можно больше всего при минимальных усилиях, максимизация прибыли – при минимальных издержках, и т.п. Экономическое развитие предполагает движение от маленького – к большому. Для вынесения оценки (в экономическом смысле слова это мало или много) подсчитываются количественные показатели. С точки зрения *экономической логики* стратификация пространства повседневной экономики происходит по самому очевидному экономическому критерию: много/мало. Оцениваются (обсчитываются) экономические показатели повседневно-экономической активности: уровень доход,

⁹ Дискуссия об укорененности экономического действия в социальном и культурном контексте была начата К. Полани (Polanyi 1947, Понани 1999 б) и развита, в частности, М. Грановеттером (Granovetter 1992, Грановеттер 2002). На наш взгляд укорененность экономического действия в структурах и логике повседневности есть частный случай общего принципа укорененности этого действия в социальных и культурных структурах общества.

¹⁰ В основе такой «идентификации» действий лежит субъективная ориентация действующего индивида на конструкты первого порядка (скажем, «дом», «семья», «дети» или «деньги», «заработок», «прибыль»), над которыми аналитик надстраивает конструкты второго порядка, к которым и относятся «логика/структуры повседневности» либо «экономическая логика/структура». Т.е. позиционирование на этой оси (1) основано на субъективных смыслах и (2) является чисто аналитическим, а не «реальным».

обращающийся капитал, цены, выручка, прибыль и т.п.¹¹.: «Вот я торгую, когда торгую, очень редко, на самом деле, погода не нравится, то мне снежок сыпется, у меня продукция нежная, торгую крайне редко, если торгую, то очень успешно всегда рублей 200, 300. Без напряжения два, три часа стоишь. Так же там можно купить себе вещи, для своей семьи, все что угодно, походить по-умному посмотреть. В: Вы туда и покупать ходите? А живете сами где? О: В Купчино. Даже если беру муже мы едим в этот цивильный ангар, покупаем за 400 рублей толстые брюки, например, зимние, пиджак прекрасный ребенку, шапку, куртку, сапоги. В: Покупаете не в открытом рынке, а в ангаре? О: И там, и там, если я иду и вижу сапожки за 75 рублей, приличные, на каблуке, то почему бы мне их себе не купить, другое дело, что на мужика не угодишь, а себе я вполне могу там тоже подобрать. Можно взять и на перепродажу» (ж., ок. 40 лет).

Учитывая логику экономического поля и традиционно иерархичную природу различий, проводимых в соответствие с экономической логикой, эту ось, вероятно, следует изображать схематически как вертикальную.

В итоге мы уже получаем схему с двумя осями, что позволяет позиционировать деятельности людей в рамках повседневной экономики (см. Приложение – Схема 1). Возьмем пример из реальной жизни, наблюдаемой нами на блошином рынке в Петербурге. Скажем, у нас есть человек, который продает на рынке кожаную куртку на меху, подаренную его сыну, но не подошедшую по размеру. Он выручит от такой сделки значительно больше денег, чем мелко-розничный продавец «дешевого китайского», пусть и нового товара, за работает за целый день работы. Это заставляет нас расположить действия этих людей на блошином рынке в разных частях экономической шкалы. В то же время, продажа «сыновьей куртки» отсылает нас к повседневной жизни, это фрагмент повседневности, который человек вынес на продажу – и это действие соответствует его логике повседневности и повседневной экономики. Продажа с наценкой новых, купленных именно для дальнейшей перепродажи, вещей на блошином рынке – с целью экономии издержек – действие ориентированное сугубо (или – в значительной степени) экономически. Это наблюдение позволяет нам позиционировать ту же деятельность по шкале «логической укорененности». По оси экономической, количественной первый случай (X) будет располагаться выше, чем второй (Y). На «качественной» оси «повседневность-экономика» первый случай будет ближе к полюсу повседневности, а второй – к экономическому полюсу (см. Приложение – Схема 2).

Таким образом, модель «пространства» повседневной экономики может быть организована вокруг двух описанных осей. Такая структура описания позволяет нам проводить различия между различными действиями, явлениями, людьми и т.п., составляющими пространство повседневной экономики, позиционировать их в этом пространстве. Используя предложенную

¹¹ Важно, что и эта аналитическая ось является эмпирически обоснованной: действительно, люди оценивают в экономических показателях и свою занятость на блошином рынке и другие виды активности; экономические категории – на обыденном уровне это, например, фразы, вроде «лишняя копейка не помешает», «дотянуть до пенсии» и т.п. – постоянно присутствуют в нарративах, объясняющих с точки зрения этих людей их присутствие на рынке.

схему, мы можем вести речь о модели упорядочивания социальных действий и совершающих их агентов. Другими словами, эта схема может стать первым шагом на пути к разработке актуальной модели, описывающей структуру действия и агентов в пост-советском обществе.

Начав с позиционирования на этой шкале отдельных действия, можно далее описывать (на основе собранного эмпирического материала) образ жизни определенного человека, а возможно – и домохозяйства. Это позволит обнаружить констелляции позиций деятельности, характеризующей членов того или другого домохозяйства, позиционированные на этой шкале. Это в свою очередь даст возможность *типологизировать* образы жизни и домохозяйства, для которых они характерны, на основе расположения констелляций их активности в различных секторах нашей схемы, имитирующей организацию пространства повседневной экономики; а также – *проводить различия* между этими типами. Таким образом, мы сможем получить новую типологию и структуру, отражающую устройство современного российского общества. Преимущество этого варианта описания структуры общества в том, что в его основе лежит логика, определяющая принцип жизни или жизненную стратегию людей пост-советского периода.

Нам однако не хотелось бы, чтобы наши эмпирико-теоретические построения «повисали в воздухе» с точки зрения внутри дисциплинарных научных дискуссий. Попробуем увязать наш нетрадиционный подход к пониманию и интерпретации жизни людей в пост-советском пространстве с конвенциональными терминами и подходами.

Социально-экономические трансформации и разрушение повседневности

Мы полагаем, что, говоря о жизненных стратегиях, о проигравших и выигравших, о переменных и трансформациях, следует сосредоточиться на аспекте повседневности, потому что именно реальность повседневной жизни – верховная реальность для человека, и в конечном счете из ткани повседневности соткана наша жизнь.

Из этой перспективы – что стоит за трансформацией, разрушением прежних институтов, структур и т.п., за проблемами, возникшими у людей в этой связи? *За всеми этими изменениями стоит разрушение повседневности* – разлом в размеренном течении жизни, разрушение рутины, когда привычные вещи проблематизируются.

Разумеется сами люди не рефлектируют по этому поводу и не интерпретируют ситуацию в таких терминах. Однако, анализируя их высказывания мы приходим к выводу, что больше всего их беспокоит разрушение привычного, естественного течения жизни, их раздражает и беспокоит, что все кругом перестало быть «само собой разумеющимся», привычным (часто сами люди используют слово «предсказуемый», «стабильный», «уверенность» - см., например Повседневность 1999: 175, 178).

Достаточно взглянуть на то, что произошло со структурами повседневности.

Повседневность структурирована временем, пространством и содержанием деятельности; все эти элементы не осознаются на рефлексивном уровне, но само собой разумеющимся образом соответствуют друг другу: на определенном пространстве в определенное время происходит определенная деятельность. Что произошло с этими структурами? Раньше человек работал на предприятии 5 дней в неделю с 9 до 6 и твердо знал, что после пятницы наступят выходные, в которые он займется чем – то иным, отличным от того, что он делал все неделю на работе. Что начало происходить десять лет назад? В пространстве работы человек сидел без дела – работы не было, его могли отправить в отпуск без содержания, и он бездельничал целыми днями, не понимая, как проводить свободное время, вдруг появившееся в его распоряжении на рабочем месте; он мог начать искать способы заработать на стороне – сначала вечером или в выходные, потом – в совершенно любом режиме, причем, если раньше он работал на одном предприятии и там зарабатывал деньги, на которые жил он и его семья, теперь, чтобы заработать необходимые деньги, он был вынужден работать в нескольких местах. Пространство, время и наполняющая их деятельность смешались и перестали соответствовать представлениям людей; их повседневность потеряла свое основное свойство – непроблематизированность, рутинность и «само собой разумеющность» происходящего.

Именно проблему такого рода со всей очевидностью демонстрируют цитаты из интервью с людьми и исследовательские комментарии к ним, которые можно найти в работах, презентующих результаты социологических исследований по проблемам трансформации и адаптации населения к ним. Хороший пример такого рода исследований – книга, представляющая результаты работы группы российских и финских социологов под руководством Пийирайнен, Симпура и Травина (см. *Повседневность 1999*). В ней можно найти массу указаний на следующие сложности, с которыми жители Петербурга столкнулись с началом перестройки: переструктурирование семейного бюджета, изменение благосостояния семьи, переход от общества дефицита товаров к обществу дефицита денежных средств, потеря работы, непредсказуемость экономической ситуации (*Повседневность 1999*: Гл. 3), работа не по специальности, изменение структур рабочего времени и времени жизни вообще, ситуация, когда «стало невозможно заработать достаточно денег в течение обычного рабочего дня» (Там же: 141). Приведу цитату из интервью, использованного в упомянутой монографии российских и финских исследователей: «Просто в нашей семье бывает или пусто или густо. Нет стабильности. Вот если раньше был стабильный денежный бюджет, я не волновалась. А сейчас стабильного бюджета нет, сегодня есть деньги, а завтра их может и не быть вообще, понимаете. Вот и все» (*Повседневность 1999*: 56).

На схожие проблемы указывали информанты, интервьюируемые другими исследователями из Петербурга в рамках еще одного исследовательского проекта, проведенного под руководством

И. Освальд и В.Воронкова (Oswald, Dittrich, Voronkov 2002). Основное внимание в рамках того проекта было сконцентрировано на изучении трансформации повседневности представителей бывшей «советской интеллигенции». Будучи сотрудниками Центра независимых социологических исследований, мы участвовали в дискуссиях рабочей группы проекта, возглавляемого Освальд и Воронковым. Из интервью было видно, что, несмотря на очевидно произошедшие на макро уровне трансформации, повседневная жизнь информантов объективно не так уж сильно ухудшилась: структура возможностей скорее изменилась, чем сделалась значительно хуже. Главным вопросом всех дискуссий в рамках проекта стал следующий: почему же, несмотря на эти незначительные ухудшения, информанты, практически все, утверждали, что стали хуже жить?

С нашей точки зрения, важно обратить внимание на те проблемы, которые стоят за упомянутыми в интервью и исследовательских комментариях процессами. Смена одной работы на другую, изменение структуры бюджета семьи, изменение режима рабочего времени и даже снижение уровня доходов в семье – не представляют проблемы *сами по себе*. Проблематичность их заключается в том, что они *препятствуют привычному течению жизни*, они проблематизируют то, что до сих пор не было проблематизировано, другими словами *они лишают повседневность ее главного свойства* – естественности, дорефлексивности, непроблематичности. Очень важно понимать, что ***проблемой становится не ухудшение ситуации, но ее изменение*** – оно уже само по себе является источником дискомфорта для людей. Такая ситуация создает проблему для человека, не позволяет ему вести привычный образ жизни, заставляет рефлексировать по поводу происходящего. Т.е. рост цен на продукты представляет проблему не сам по себе – он может для кого-то остаться вообще незамеченным – а поскольку препятствует ведению привычного образа жизни¹².

Таким образом, хотя существует множество различных перспектив для интерпретации и названия происходящих в обществе перемен, с точки зрения людей проблема в этой ситуации состоит в «крушении привычных основ жизни» (Повседневность 1999: 32). Отсюда – появление таких негативных ощущений, как неуверенность, отсутствие чувства безопасности. Если исходить из того, что повседневность является верховной реальностью для человека социального (Бергер, Лукман 1995: 40), то становится очевидно, что такая ситуация вызывает постоянный стресс: поскольку люди просто не в состоянии жить в условиях разрушенной повседневности.

Стратегии адаптации в контексте трансформации: «экономизация повседневности» и «повседневизация экономики»

¹² Хороший пример: по словам информантов из-за роста цен на продукты они перестали ходить друг к другу в гости (Повседневность 1999: 59-60).

Соответственно, основные усилия людей направлены на то, чтобы восстановить свойства повседневности, вернуть ей рутинный характер, вновь сделать ее непроблематичной¹³. Как справедливо пишут авторы монографии «Повседневность...»: «... перемены в стране ... не позволяют практически никому сохранить привычный образ жизни, не прилагая для этого никаких усилий» (Повседневность 1999: 170). В чем же специфика новой ситуации? Какие усилия надо прикладывать людям, чтобы вернуть повседневности ее основные свойства? Для ответа на этот вопрос обратимся для начала к теории повседневности.

Несмотря на то, что повседневность является верховной реальностью для человека социального, она не является единственной. Повседневность всегда сосуществует с другими «конечными областями знания» (Бергер, Лукман 1995: 40-41, Ионин 1996: 81) и более того, находится под их влиянием. Среди других конечных областей знания авторы концепции повседневности выделяют, скажем, реальность сна, науку, религию (Бергер, Лукман 1995: 40). «Как бы ни была сильна автономность повседневности, /.../ [она] может существовать как таковая только в окружении этих миров, в постоянном взаимодействии с ними и взаимном обмене информацией» (Лелеко 2002: 27). Соответственно, каждый человек обитает помимо повседневности и в этих других реальностях своего опыта, все они оказывают на него воздействие.

Возвращаясь к сегодняшним жизненным реалиям, мы со своей стороны хотели бы акцентировать еще два момента. Во-первых, провести аналогию между религией и идеологией советской эпохи, что, впрочем, уже делалось неоднократно (см., например Stites 1989), и что, на наш взгляд, позволяет придать тотальной идеологии статус «конечной области знаний». Во-вторых, указать на то, что, по мнению многих исследователей, в советское время реальность политической идеологии оказывала сильное влияние на реальность повседневности советского человека. Об этом также писало множество исследователей (см. Лебина 1999, Нормы и ценности ... 2000).

То есть, в советское время повседневность очень плотно соприкасалась с пространством тотальной идеологии как конечной области знания, и даже находилась под влиянием последней. В повседневную жизнь советского человека были «вплетены» идеологические «нити», которые делали эту повседневность такой, какой она была. С приходом перестройки ситуация изменилась. Все идеологические нити, составлявшие часть советской повседневности, внезапно истлели. Ткань повседневности порвалась.

На смену политической идеологии как области конечного знания, в значительной степени определявшей повседневность и бытие человека в советском обществе, пришла другая реальность

¹³ Это один из ответов на вопрос о том, почему на фоне великих трансформаций на макро уровне повседневность людей зачастую не так сильно меняется – все их силы брошены на то, чтобы сохранить повседневность в прежнем виде; хотя, очевидно, что это невозможно и усилия, требуемые и направленные на то, чтобы сохранить одни ее фрагменты – сами по себе уже есть разрушение других ее привычных фрагментов.

– реальность рыночной экономики, как совокупности теоретических моделей, и эмпирических практик. Теперь эта реальность стала оказывать сильнейшее влияние на организацию повседневности людей, живущих в постсоветских обществах. Таким образом, в силу происходящих на макроуровне изменений восстановление повседневности стало возможно только через обращение к экономике – к ее структурам, к ее логике, к ее практикам. Этот макро процесс можно было бы назвать «экономизацией повседневности», пришедшей на смену ее «идеологизации». Укорененные в логике экономики практики стали единственным материалом, который позволил бы «сшить» «разорванную» повседневность, залатать возникшие в ней прорехи, вернуть повседневности ее качества – беспроблемность, рутинность. В сложной фактуре «такни» повседневности «нити» идеологии необходимо стало заменять «нитями» экономики. Логика рыночной экономики все глубже стала проникать в логику повседневности и определять устройство последней.

Соответственно, если рассматривать трансформацию как разрушение структур повседневности, основной стратегией на микро уровне – *стратегией адаптации* людей – становится то, что можно назвать «повседневизацией экономики». Это процесс абсорбирования экономических практик повседневностью, вплетения одного в другое. Однако не следует забывать, что экономика с этой точки зрения становится лишь средством восстановления повседневности. Конечная цель прилагаемых людьми усилий: возвращение повседневности ее основных свойств - дорефлексивности, очевидности, беспроблемности.

Повседневная экономика и социальная политика в современной России

Наше исследование проводилось в рамках изучения перспектив социальной политики в современной России. С этой перспективой была связана *третья исследовательская гипотеза*, которая подтвердилась в ходе исследования.

Исследование показало, что многие люди, оказавшиеся в сложной жизненной и экономической ситуации не рассчитывают в первую очередь на помощь государства, но стремятся решать свои проблемы мобилизуя внутренние ресурсы: они создают институты гражданского общества, призванные решать их проблемы. И одним из таких институтов является именно блошинный рынок, который, как показывают сделанные наблюдения, постепенно формирует гражданскую инициативу, собственное общественное представительство, вокруг которого возникает даже печатный орган и публичный дебат.

Повседневная экономика и экономика выживания

Многие исследователи сегодня обращаются к анализу ситуации в российском обществе в связи с разработкой и предложением эффективных стратегий и мер социальной политики в стране. Мы позволим себе обратиться к одному из подходов, которым представляется нам созвучным

нашим собственным результатам и позволяет облечь наши эмпирические и теоретические находки в форму, подходящую для разработки конкретных мер в области социальной политики.

В 2001 году в журнале СоцИс известные российские социологи Тихонова и Шкаратан опубликовали статью под названием «Российская социальная политика: выбор без альтернатив?».

В этой статье авторы анализируют социальную политику в России сегодня и ее перспективы на фоне социально-экономической ситуации в стране. Они приходят к двум важным выводам:

1) цель социальной политики в России сегодня (реальная, а не декларируемая) – поддержание социальной стабильности (в интересах правящей элиты);

2) добиться социальной стабильности в условиях (а) ослабленной экономики в стране и (б) тотального дефицита наличных денег у населения можно только при помощи модели «коллективного выживания» людей.

Авторы видят два пути реализации этой модели:

1) государственные дотации, позволяющие компенсировать людям затраты дефицитных наличных денег¹⁴;

2) налаживание взаимопомощи между людьми и домохозяйствами, нетоварное производство, натуральный обмен товарами и услугами (Тихонова, Шкаратан 2001: 27-29).

В целом мы согласны с авторами статьи. Однако, наше исследование на блошином рынке и анализ стратегии людей, названных нами «повседневизацией экономики» показали, что существует и третий способ решения проблемы выживания людей в ситуации ослабленной экономики и тотального дефицита наличных денег. Этот способ состоит в *поиске* людьми *возможности заработать* те самые наличные деньги, дефицит в которых они испытывают. Принципиальное отличие этого третьего пути состоит в том, что люди стремятся участвовать именно в *товарном* производстве и *рыночном* обмене. Речь идет о тех микро-экономических практиках, которые вплетены в повседневность людей, но одновременно позволяют получать определенную, пусть весьма небольшую, экономическую прибыль – в виде наличных денег¹⁵. Это собранные и сданные бутылки и макулатура; связанные и проданные соседям носки и свитера; это приготовленные дома и проданные на улице пирожки; проданные на блошином рынке вещи подросших детей и внуков; и т.п. Это целый веер тактик, направленных на получение наличных денег – в разных местах и в небольших количествах, для *поддержания* определенного уровня – и *образа* – жизни в домохозяйстве.

¹⁴ Речь идет о государственных компенсациях коммунальных услуг, транспортных расходов, также ряда услуг и даже продуктов (Тихонова, Шкаратан 2001: 28-29).

¹⁵ Скорее всего, сам факт того, что это дефицитные наличные деньги оказывается в данном случае важнее стремления извлечь прибыль. Люди руководствуются логикой дефицита (стремление получить то, что в дефиците), а не логикой прибыли (максимизация прибыли, снижение издержек и т.п.).

Таким образом, предложенная модель – «экономики коллективного выживания» очень близка нашей модели «повседневной экономики», с той лишь разницей, что мы включаем в рассмотрение также неэкономические элементы, поскольку исходим из того, что благосостояние является для индивидов и домохозяйств не самоцелью, но лишь средством воспроизводства непроблематизированной повседневности.

Повседневная экономика, экономика выживания и социальная политика

Что касается собственно социальной политики, то авторы статьи утверждают следующее:

1) нельзя не обращать внимание на такое положение вещей – это способ выживания для людей в нынешней ситуации; нельзя просто взять и запретить людям существовать по этим правилам¹⁶; 2) из этого положения вещей следует, что в долгосрочной перспективе социальная политика должна ориентироваться на два сектора/этапа экономики: (а) экономику выживания и (б) экономику развития. Прямой скачок ко второму этапу или работа на второй сектор при невнимании к первому приведут к разрушению основ общества и социальной стабильности.

Экономике выживания, по мнению авторов, должна соответствовать социальная политика, направленная на обеспечение выживания, т.е. – на поддержку домохозяйств¹⁷. Авторы видят программу такой поддержки в соответствии с двумя возможными путями реализации модели «коллективного выживания», о которых речь шла выше (государственные дотации-компенсации и поддержка нетоварного производства и натурального обмена между домохозяйствами).

Напомним, что мы выделили также третий путь реализации этой модели. Он связан с поиском возможностей получения наличных денег через участие в большом количестве микро-практик рыночного характера. Это означает необходимость выделения еще одного фокуса в рамках программы реализации социальной политики, направленной на обеспечение выживания людей. Социальная политика, по нашему мнению, должна быть направлена на поддержку инициатив граждан в рамках «экономики выживания» или шире - «повседневной экономики».

¹⁶ Это означает, что нельзя взять и осуществить коммунальную реформу, нельзя взять и запретить «теневые», не облагаемые налогами микро-экономические практики в рамках как нетоварного так и, добавим, товарного домашнего производства – такая необдуманная политика приведет к социальному взрыву, что не укладывается в цели сегодняшней социальной политики. Добавим от себя, что этот вывод полностью согласуется с нашим пониманием деятельности людей как осуществляемой в рамках повседневной экономики, направленной на восстановление разрушенной повседневности: тот факт, что во всех описанных процессах кроме чисто экономического измерения задействована и повседневность, лишь усиливает уверенность в том, что меры, препятствующие усилиям по восстановлению разрушенной повседневности, могут привести к социальному взрыву.

¹⁷ Эту точку зрения можно было бы соотнести с так называемой «социальной политики неотложных мер» (термин принадлежит Клаусу Оффе (Offe, 1993:649–684)). Основная задача политики неотложных мер – удержание населения от социального взрыва, предотвращение физической деградации для большей части населения. По своей природе такая политика не может быть целостной, а имеет компенсаторный характер, пассивный, т.е. реагирует своими мерами на уже случившееся. Такая политика является типичной для периода трансформации бывших социалистических государств, где еще отсутствует система субъектов социальной политики, продуманное разделение сфер и ответственности за принятие решений, а также при нехватке средств и опыта практической работы (Лебедев и др., 1996: 9-10).

Государство, как субъект социальной политики, должно способствовать созданию таких институтов, которые позволяли бы людям реализовывать стратегии выживания, в том числе при помощи выделенного нами «третьего пути» - поиска источников небольшого количества наличных денег для обеспечения выживания домохозяйств. По нашему мнению, одним из таких институтов является блошинный рынок.

Социальная политика и блошинный рынок как общественный институт

Напомним, что, по нашему мнению, блошинный рынок решает, в конечном счете, задачу построения людьми относительно «нормальной» повседневности. Рыночные отношения в данном случае – точно так же как и нетоварное производство и натуральный обмен – являются лишь *средствами* решения этой задачи. Это означает, что такие институты не должны восприниматься как институты сугубо экономические. Это скорее институты общественные. Соответствующим должно быть и отношение к ним со стороны государства и граждан. Их регулирование не должно осуществляться в первую очередь в соответствии с правилами, касающимися экономических институтов. Решая судьбу *блошиного рынка* нельзя забывать о том, что он является не рынком в собственном – экономическом – понимании, а социальным институтом - институтом «повседневной экономики», «экономики выживания». Это институт, созданный людьми для того, чтобы решать собственные жизненные проблемы, связанные с выживанием – в том широком понимании этого термина, которое мы используем.

Наше исследование показало: блошинный рынок был создан людьми для того, чтобы предотвратить их собственное «сползание» в нищету, в «культуру бедности». Следовательно, развитие этого института, который по праву может быть назван «институтом гражданского общества», будет способствовать стабилизации положения представителей групп, из которых беднейшие слои обществ рекрутируются, и препятствовать сползанию их на социальное «дно»¹⁸.

Блошинный рынок – это институт гражданского общества, который существует и действует как таковой во всем мире. Он возникает по инициативе граждан – как реакция на определенную ситуацию неудовлетворенности, ощущаемую, как проблема. Государство не может решить многие из этих проблем, по разным причинам, а другие - и не должно решать, если это не тотальное государство, стремящееся контролировать повседневность своих граждан. Не может решить их и рынок, т.к. многие из этих проблем – совершенно не рыночного свойства. Это проблемы людей и люди сами придумывают общественные институты, которые позволяли бы их решать. Это акции гражданской инициативы, общественной самоорганизации, которые превращаются в институты

¹⁸ Здесь важно упомянуть, что андеркласс в научной дискуссии увязывается не только с низким экономическим уровнем жизни, но и с воспроизводящейся «культурой бедности». В этой связи блошинный рынок может рассматриваться как комплексный феномен, противостоящий воспроизводству феномена городской бедности как в направлении экономической стабилизации, так и в направлении культурном – достаточно вспомнить, как много внимания при описании специфики феномена блошиного рынка уделяется вопросам общения, коммуникация, эмоций (см. Sherry, John 1990a, б).

гражданского общества, созданные людьми для людей, существующие параллельно государству и рынку.

Конструктивистский подход в теории социальной политики гласит, что существует много возможных способов интерпретации социальных явлений и конструирование проблемы – лишь один из них. Более того, существуют разные агенты, способные конструировать разные социальные проблемы вокруг одних и тех же феноменов. Важно то, что эти агенты обладают разным объемом власти или легитимного права на конструирование социальной проблемы. В нашем случае существует как минимум два типа агентов, конструирующих социальную проблему вокруг феномена блошиного рынка: государство и люди. И их проблемы очень отличаются друг от друга. Государство и региональные власти видят проблему в самом феномене блошиного рынка, т.к. он не укладывается идеально в существующие сегодня формальные управленческие и законодательные структуры. Поэтому его отодвигают на периферию города, закрывают на время приезда туристов и т.п. Люди видят проблемы в совершенно иных плоскостях и сферах своей жизни и считают блошиный рынок способом решения этих «других» проблем. Как социологи мы заинтересованы в том, чтобы отстаивать точку зрения людей, ибо люди и их действия являются предметом социологии, как дисциплины. Поэтому нам представляется, что ориентированное на своих граждан государство должно принять точку зрения людей и решать то, что представляется проблемой из их перспективы. Тогда блошиный рынок в глазах чиновников превратится из проблемы в средство ее решения.

Мы неоднократно подчеркивали, что блошиный рынок, как и другие институты «повседневной экономики», не является феноменом сугубо экономическим. Он укоренен в структурах и логике повседневной жизни. И, как уже говорилось, феномены подобного рода нельзя просто запретить. Как нельзя запретить людям иметь повседневность, которая является основой существования человека в обществе. Запретить институт повседневной экономики, означает запретить людям выживать. Здравомыслящему политику и администратору вряд ли придет в голову такая мысль. Следовательно, тот, кто хочет эффективно управлять – должен принимать это явление во внимание. Он должен найти ему такое место, чтобы это явление стало эффективным, т.е. могло эффективно сочетаться с другими элементами системы, которой управляет администратор. Варианты такого управления существуют, и наше исследование позволяет наметить направления, в которых следует двигаться для решения этой задачи.

Регулируя деятельность блошиного, рынка следует помнить, что это не рынок в экономическом смысле этого слова, это институт повседневной экономики, или экономики выживания. Соответствующим должен быть и подход к нему – с учетом его специфики. Не нужно регулировать его деятельность исходя из законов, регламентирующих торговую деятельность, частное предпринимательство и т.п. – несмотря на видимое сходство, он не является институтом

такого рода в полном смысле этого слова. Регулированием деятельности институтов «повседневной экономики» или «экономики выживания» должны заниматься подразделения власти, ответственные за социальную политику.

В качестве *инструмента*, позволяющего определить статус блошиного рынка в отношении к сферам хозяйственной жизни и управления, можно воспользоваться предложенной нами схемой организации пространства повседневной экономики. Как показывают наблюдения, большинство людей на пространстве блошиного рынка осуществляет действия, которые будут расположены внизу и слева на этой схеме. Т.е. это деятельность, которая не включает оборота серьезных финансовых средств, и которая является скорее деятельностью повседневной, нежели экономической по своей направленности и логической «укорененности». (см. Приложение: Схема 3). С точки зрения регулирования, деятельность, расположенная слева, в особенности – слева внизу, должна квалифицироваться, как ориентированная на воспроизводство повседневности, а не на получение прибыли, экономическое развитие и т.п., и регулироваться органами, ответственными за социальную политику¹⁹.

Местным властям, вероятно, следует попытаться найти точки соприкосновения между социальной политикой, в которой заинтересованы люди, и политикой, в которой заинтересованы власти. Со своей стороны укажем на возможные точки соприкосновения, сославшись на международный опыт. Напомним, что блошинные рынки существуют в очень многих странах мира, в т.ч., практически во всех европейских странах и в США. Из этого факта можно сделать два вывода: 1) этот институт имеет универсальный характер, 2) власти большинства развитых стран находят место для этого феномена. Какого же это место? Возможно, это станет неожиданностью для петербургских чиновников, но, как показывает опыт западных стран и городов, блошинные рынки занимают свое место в области туризма. В таких городах, как Берлин, Париж, Лондон и др. блошинные рынки включены в список достопримечательностей и помечены на картах туристических маршрутов. В то же время, в Петербурге блошинный рынок неофициальным распоряжением закрывают на время празднования 300-летия города, когда ожидается колоссальный наплыв туристов. На лицо явный диссонанс западного и Российского опыта. В чем же причина? Вероятно в том, что руководители нашего города неспособны пока увидеть такой феномен как блошинный рынок в новом для себя свете, они не способны увидеть перспективы этого явления для Петербурга и не готовы взять на себя воплощение этого проекта в жизнь.

Между тем, позиция блошиного рынка в городе могла бы измениться. Он может стать объектом привлечения туристов, вместо того, чтобы оставаться «бельмом на глазу» чиновников. Какие меры в этом направлении могли бы быть предприняты.?

¹⁹ Деятельность, помещающая справа, в особенности – справа сверху, имеет значительно больше общего с экономическими, рыночными механизмами организации и потому может регулироваться органами и законодательством, отвечающим за управление экономическими институтами и видами деятельности.

1. Прежде всего, блошиный рынок должен получить *формальный статус*, который сделал бы его совершенно, а не частично легальным институтом, *с точки зрения действующего законодательства*. Сегодня блошиный рынок не имеет такого статуса, поскольку, напомним, не является, в полном смысле слова, ни экономическим институтом, подпадающим под законы, регулирующие экономическую деятельность, ни социальным институтом, который не должен осуществлять экономической деятельности. В результате, блошиный рынок вынужден существовать в каких-то щелях между законами, регулирующими деятельность в различных сферах деятельности. Несмотря на все ухищрения, блошиный рынок и осуществляемая на нем деятельность не являются легальными (т.е. соответствующими действующему законодательству) на 100%. Это дает возможность отдельным чиновникам из самых разных ветвей власти заниматься «бюрократическим вымогательством» (Радаев 1998). Такая ситуация представляется несоответствующей как принципам «прозрачного» демократического общества, так и принципам социальной политики, проводимой в интересах граждан.

2. *Инвестиции* в блошиный рынок, как в социальный, а не экономический феномен могли бы изменить его облик. Для этого необходимы инвестиции в инфраструктуру блошиного рынка – в оформление (прилавки, крыша), коммуникации (электричество, сантехнические коммуникации). Необходимы «невозвратные» *инвестиции на социальной, а не коммерческой основе*. Понимание блошиного рынка как института повседневной экономики или экономики выживания, направленной на нормализацию жизни людей, а не на обогащение, делает вполне обоснованной помощь этому институту в рамках программ социальной политики на уровне города²⁰.

С другой стороны, блошиный рынок, все же, функционирует отчасти по правилам рынка. Так, занятые на рынках люди, по крайней мере большинство из них, готовы вносить плату «за место». Сегодня эта плата собирается. Таким образом, блошиный рынок работает отчасти как коммерческий институт, приносящий прибыль. Эта прибыль, в зависимости от ее размера, может идти на улучшение инфраструктуры самого рынка, более того, часть ее может поступать в городской бюджет. Тем самым инвестиции города в этот институт, осуществляемые в рамках программы социальной политики, будут отчасти возвращаться в городской бюджет – в других его статьях. Сегодня собираемые на рынке деньги тратятся, действительно, на поддержание инфраструктуры рынка, чистоты на нем, а также – значительная часть – на взятки чиновникам, которые обладают властью (и на сегодня – легальными основаниями) закрыть рынок и искусственно создают условия для «бюрократического вымогательства». Возникает вопрос: почему город должен мириться с ситуацией, когда реально зарабатываемый блошиным рынком

²⁰ Будучи реализованными абсолютно на рыночной основе, эти меры непременно приведут к повышению издержек участников рыночной деятельности: поднимется арендная плата за место, возможно, будет введена плата для посетителей и т.п. все это, как говорилось выше, «убьет» рынок в том виде, в каком он существует сегодня, сделает его институтом совершенно иной природы, решающим иные задачи.

деньги, которые могли бы стать частью экономических трансакций во взаимоотношениях города и блошиного рынка, уходят в карман коррумпированным чиновникам?

3. «Порочный круг», в котором находится рынок, существует в значительной степени благодаря нашему к нему отношению: то, что воспринимается как грязное, некрасивое, постыдное, «третьесортное», и т.п. не может казаться привлекательным – ни для инвестиций, ни для посетителей, ни для туристов, ни для властей. Между тем, это отношение может быть изменено. Для этого необходима *PR компания, направленная на изменение восприятия блошиного рынка горожанами*. Здесь ценную услугу может оказать международный опыт.

Заключение

Итак, на основе анализа сделанных наблюдений и разговоров с нашими информантами на блошином рынке мы пришли к выводу о том, что их образ жизни может быть назван «повседневной экономикой». Отличительной чертой *«повседневной экономики»* является переплетение, взаимопроникновение *экономики и повседневности* – в том, что касается логик и структур этих двух различных «реальностей». В конкретных формах проявления повседневная экономика может представлять собой действия, происходящие на экономических пространствах, но совершаемые в соответствии с логикой повседневности; или – экономические по целям действия (направленные на заработок денег), совершаемые в повседневном пространстве; и т.п. Типичным примером одной из форм проявления повседневной экономики является *блошинный рынок*. Этот институт функционирует одновременно по правилам и экономическим и повседневным. С одной стороны, это рынок, где вещи обмениваются на товар, он называется рынком, там существует арендная плата за место и т.п. С другой стороны, люди продают на этом «рынке» предметы своей повседневной жизни, цена формируется как правило совершенно не в соответствии с экономическими рыночными законами, люди, занятые на этом рынке, не считают себя «торговцами» и приходят туда не только, а порой и не столько, для того, чтобы что-то продать и заработать, но для общения и времяпрепровождения. Такое сочетание экономического и повседневного – типично для феномена, называемого нами «повседневной экономикой».

Конечной целью людей, вовлеченных в эту экономику является именно *восстановление основных свойств повседневности*, разрушенной в результате трансформационных макро процессов. Экономические по своей природе практики, используемые людьми на пути к достижению этой цели, являются не более чем *средством*.

Люди сами создают институты, которые позволяют им решать задачу восстановления разрушенной повседневности, или, как это принято сегодня именовать, решать задачу «выживания». «Выживание» в этом случае понимается широко, как выживание «человека

социального», а не «экономического»: т.е. выживание касается возможности для человека существовать в приемлемых условиях, а это, на наш взгляд, связано, в конечном счете, с возможностью воспроизводить привычную повседневность.

Итак, блошинный рынок – институт гражданского общества, который существует и относительно эффективно работает. Это институт, который создан людьми для того, чтобы справляться с существующими сложностями в организации жизни. Государство имеет выбор – опереться на него, в рамках программы социальной политики, что значит инвестировать в него, поддерживать его, помочь ему стать более эффективным, или проигнорировать. В первом случае – выиграют все. Во втором – все проиграют, и неизвестно, кто пострадает больше.