

журнал социологических наблюдений и сообщений

Социальная реальность

5(17) 2007
И Ю Н Ъ

Социальная реальность

ЖУРНАЛ СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ
НАБЛЮДЕНИЙ И СООБЩЕНИЙ
№5'2007

Общество

■ СЕЛЬСКОЕ ХОЗЯЙСТВО

С. Климова

Проект “Сельское хозяйство”:
оценки и пожелания крестьян 5

■ ГЕНДЕРНОЕ ИЗМЕРЕНИЕ

Е. Вовк

“Муж-добытчик” и “жена-хозяйка”:
традиционные семейные роли в нормах и практиках24

■ СОЦИАЛЬНАЯ ТКАНЬ

И. Шмерлина

Подарок как “социальная вещь”31

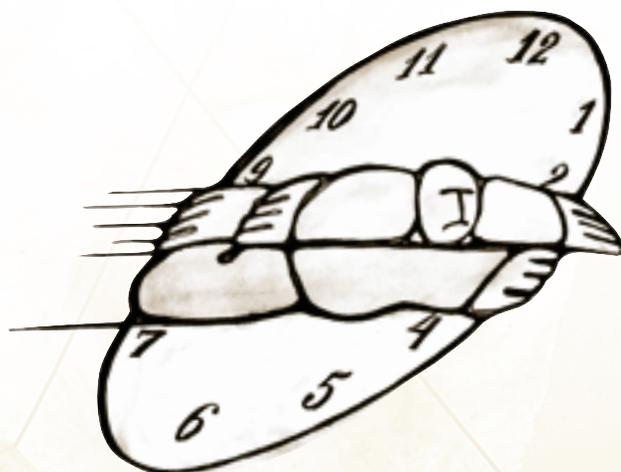
■ ОБРАЗОВАНИЕ

Е. Фень

Образ студента: обстоятельства времени46

■ ЦИФРЫ

Опросы без комментариев49



Форум

■ Д И С К У С С И Я

И. Задорин

Апология "прикладности",
или Еще раз о профессионализме, профессии
и профессиональном сообществе65

Мастерская

■ НАУКА СОЦИОЛОГИЯ

В. Полякова

Изменение социальной роли
экспертного знания77

Д. Rogozin, А. Яшина

Анализ коммуникативных сбоев
в экспертном интервью86

■ М Е Ж Д У П Р О Ч И М

Так говорил респондент...45

Л. Преснякова

Отношение россиян к секс-меньшинствам63

Е. Вовк

Аренда жилья75

Главный редактор
Александр Ослон
Зам. главного редактора
Елена Петренко

Ведущие разделов и рубрик
"Общество"

Григорий Кертман
"Форум"

Леонид Блехер
Георгий Любарский
"Мастерская"

Иван Климов
"Цифры"

Людмила Преснякова
"Между прочим"
Анатолий Черняков

Арт-директор
Анна Данилова
Ответственный секретарь
Мария Каневская
Маркет-менеджер
Светлана Басманова

Редакторы выпуска
Анастасия Егорова
Мария Каневская
Корректор
Наталья Шарова

Оригинал-макет
Любовь Софейчук
Рисунки
Ольга Кириченко
Андрей Мирзоян

Учредитель и издатель
Фонд "Общественное мнение"

Президент
Александр Ослон
Директор по исследованиям
Елена Петренко
Директор по технологиям
Алексей Чуриков
Финансовый директор
Марианна Кононова

Свидетельство о регистрации
средства массовой информации
ПИ № ФС77-21257 от 28.06.2005

Поддержка издания:
Фонд Ельцина

При перепечатке ссылка на журнал
обязательна.

Формат 215×280 в 1/4
Тираж 700 экз.
Цена свободная

Номер подписан в печать
05.07.2007 г.

Адрес редакции журнала:
119421, Москва,
ул. Обручева, 26, корп. 2
тел.: (495) 745-87-65
факс: (495) 745-89-03
e-mail: sr@fom.ru

Электронная версия:
<http://socreal.fom.ru>

© "Социальная реальность"

Отпечатано в типографии
ООО "Группа Море"
101898, Москва, Хохловский пер., д. 9

С. Климова

Проект “Сельское хозяйство”: оценки и пожелания крестьян

Прошло больше года с того момента, когда развитие агропромышленного комплекса было объявлено одним из приоритетных национальных проектов. Главный вопрос в связи с этим: заметны ли перемены рядовым гражданам, в первую очередь – сельским жителям, или национальный проект “Развитие агропромышленного комплекса” остался “кабинетной игрой” чиновников, не имеющей никакого отношения к реальности?

Национальный проект, если говорить языком официальных документов, реализуется в виде мероприятий – направлений деятельности, под которые выделяются деньги и мобилизуются административно-управленческие ресурсы. Однако видение прекрасного будущего российского села из министерских кабинетов может вовсе или частично не совпадать с видением из крестьянского двора. В этом случае мероприятия, непонятные или вовсе нелепые с точки зрения тех, кто должен их реализовывать, останутся на бумаге или воплотятся в небольшом числе “потемкинских деревень”, которые станут показывать заезжему начальству. Но бессмысленная трата денег – это только одна опасность, связанная с подобным рассогласованием. Другая состоит в том, что ограниченные ресурсы могут поступить не туда, где они, по мнению сельских жителей, особенно нужны. В итоге окажутся обманутыми надежды на то, что национальный проект способен улучшить ситуацию в российском сельском хозяйстве в целом и в конкретном регионе, селе – в частности. Поэтому важно знать, как сельские жители оценивают эффективность различных направлений национального проекта и какие мероприятия, по их мнению, следует проводить для возрождения села.

Поиску ответов на эти вопросы был посвящен цикл исследований, проводившихся Фондом «Общественное мнение» в 2006 году¹.

Рейтинг значимости запланированных мероприятий

Респондентов попросили отметить наиболее важные, на их взгляд, направления из тех, что были предусмотрены национальным проектом по развитию сельского хозяйства. Для ответа на этот вопрос предлагалась карточка; можно было выбрать не более трех направлений.

Мы полагали, что субъективная значимость отдельных направлений проекта для сельских жителей во многом определяется формой их участия в сельскохозяйственном производстве, и поэтому выделили группу сельхозработников. Иерархия значимости направлений проекта представлена в *табл. 1* (ответы ранжированы по доле жителей села, отметивших то или иное направление в ходе последнего опроса – в ноябре 2006 года).

Из *табл. 1* видно, что приоритеты сельчан не менялись на протяжении всего периода исследования. У *сельхозработников*, так же, как и у сельчан в целом, первые три места занимают следующие направления: строительство и реконструкция животноводческих ферм; финансовая помощь при строительстве жилья молодым специалистам, работающим на селе; выдача дешевых кредитов для личных подсобных и фермерских хозяйств, кредитных кооперативов.

Во вторую группу входят: передача племенного скота в лизинг; закупка и передача в лизинг импортной техники и оборудования для животноводства; создание кооперативных предприятий по переработке продукции личных подсобных и фермерских хозяйств.

В третью группу (меньше одной десятой доли ответов) вошли следующие направления: создание снабженческо-сбытовых кооперативов по обслуживанию личных подсобных хозяйств; создание потребительских кредитных кооперативов (ссудных касс); выдача кредитов под залог земли.

В третью группу (меньше одной десятой доли ответов) вошли следующие направления: создание снабженческо-сбытовых кооперативов по обслуживанию личных подсобных хозяйств; создание потребительских кредитных кооперативов (ссудных касс); выдача кредитов под залог земли.

¹ В публикации представлены результаты целевых опросов сельского населения, проведенных в 2006 году: 1. Опрос от 18–29 марта. 2010 сельских жителей (в том числе – 420 работников АПК). 2. Опрос от 14–26 июня. 1996 сельских жителей (в том числе – 648 работников АПК). 3. Опрос от 19 сентября – 1 октября. 2068 сельских жителей (в том числе – 606 работников АПК). 4. Опрос от 13–28 ноября. 2045 сельских жителей (в том числе – 584 работника АПК). Работников АПК в выборке каждый раз оказывалось примерно четверть, что соответствует их доле в генеральной совокупности. Предприятия АПК – это колхозы или акционерные общества (примерно пятая часть всех сельчан, или две трети работников АПК); фермерские хозяйства, хозяйства частных предпринимателей (около 5% сельчан или 15% сельхозработников). Остальные заняты в структурах, связанных с сельским хозяйством: в потребкооперации, на предприятиях по обслуживанию сельскохозяйственной техники, в пищевой промышленности, в строительных организациях, учебных заведениях сельскохозяйственного профиля и др. В несельскохозяйственных организациях работают примерно пятая часть опрошенных сельчан. Пенсионеров, домохозяек, временно не работающих или безработных среди опрошенных жителей села – примерно треть. В анализе также использованы данные фокус-групп, которые проводились в 2006 году четыре раза примерно в то же время, что и целевые опросы сельского населения, в семи регионах страны: в Архангельской, Свердловской, Омской, Ярославской областях; в Приморском и Краснодарском краях, в Республике Татарстан. В каждой фокус-группе участвовали 10 человек – жителей сел региона.

Наиболее популярны мероприятия нацпроекта, направленные, с одной стороны, на развитие крупных сельхозпредприятий, а с другой – на создание комфортной среды обитания для сельских семей

Табл. 1. Наиболее нужные направления нацпроекта “Сельское хозяйство”

% от групп (по столбцам)

	Все жители села			Сельхозработники			
	июнь	сентябрь	ноябрь	март	июнь	сентябрь	ноябрь
Отметьте, пожалуйста, наиболее нужные направления национального проекта “Сельское хозяйство”, полезные для решения проблем сельского хозяйства там, где Вы живете							
Строительство и реконструкция животноводческих ферм	58	59	55	66	58	65	58
Выдача дешевых кредитов для личных подсобных и фермерских хозяйств, кредитных кооперативов	32	33	37	33	36	35	40
Финансовая помощь при строительстве жилья молодым специалистам, работающим на селе	37	31	37	37	41	35	42
Закупка и передача в лизинг (аренда с возможным выкупом) импортной техники и оборудования для животноводства	20	24	24	27	23	32	33
Передача племенного скота в лизинг (аренда с возможным выкупом)	17	20	19	19	19	24	21
Создание кооперативных предприятий по переработке продукции личных подсобных и фермерских хозяйств	13	12	16	17	15	10	16
Создание снабженческо-сбытовых кооперативов по обслуживанию личных подсобных хозяйств	9	11	12	8	8	10	9
Выдача кредитов под залог земли (земельно-ипотечное кредитование)	8	8	7	10	9	10	7
Создание сельскохозяйственных кредитных кооперативов	5	4	5	3	6	4	4
Ни одно не нужно	2	4	4	1	2	3	3
Затрудняюсь ответить	15	16	13	9	11	9	9

Таким образом, наиболее популярными являются мероприятия, направленные, с одной стороны, на развитие крупных (или, по крайней мере, средних) сельхозпредприятий, а с другой стороны – на создание комфортной среды обитания для сельских семей. Это может быть косвенным свидетельством ориентации большинства сельских жителей на статус наемного работника в крупном хозяйстве (независимо от форм собственности). Меры по стимулированию разных форм кооперации сельхозпроизводителей наименее популярны у сельчан. Редко упоминается и предоставление кредитов под залог земли: видимо, у опрошенных вызывает опасения перспектива отдать землю в залог и не получить ее обратно из-за низких цен на сельхозпродукцию, неурожая или других стихийных бедствий.

Обратим внимание на то, что вариант “ни одно направление не нужно” участники массовых опросов выбирают редко. На фокус-группах, которые проводились в сентябре 2006 года, тоже не звучало возражений против всех предлагаемых мероприятий (то есть против нацпроекта в целом). Однако,

Наименее популярны у сельчан меры по стимулированию разных форм кооперации сельхозпроизводителей и предоставление кредитов под залог земли

отмечают участники ДФГ, их реализация часто затрудняется из-за некомпетентности, злоупотреблений, нерадивости местных чиновников и хозяев: техника ломается, импортный скот болеет, дешевые кредиты не получить. В ходе обсуждения на фокус-группах звучали мнения о необходимости субпроектов, функция которых – создавать инфраструктуру для реализации основных мероприятий проекта.

Некоторым направлениям проекта посвящались отдельные исследования. Для анализа выбирались и меры, признаваемые сельчанами нужными, и те, которые они считают не особенно нужными. Кстати, мнения об этих “ненужных” мерах, на наш взгляд, более интересны, потому что если то или иное направление не признается значительным числом сельчан важным, то, скорее всего, что-то людей настораживает, вызывает сомнения, – и следует разобраться, что именно. Неприятие той или иной новации может вызываться либо отсутствием в прошлом опыте подобной практики (например, все виды работы с залогами и кредитами), либо, напротив, опытом негативным (например, идея разных форм кооперации часто отвергается потому, что трактуется как “возврат к колхозам”).

Обеспечение хозяйств сельхозтехникой в рамках национального проекта “Сельское хозяйство”

Закупка и передача хозяйствам в лизинг техники и оборудования для животноводства признается крестьянами одним из наиболее нужных, важных для решения проблем сельского хозяйства направлений нацпроекта. Тому, как реализуется это направление, были посвящены отдельный целевой опрос жителей российских сел и фокус-группы, проведенные в ноябре 2006 года.

Потребность в такой технике, видимо, существенно превышает масштабы закупок. О том, что новая сельхозтехника покупалась в этом году их предприятием, сказали 49% работников сельскохозяйственных организаций, а о том, что такая техника нужна, – 89%.

Похоже, появление новой техники стимулирует интерес крестьян к достижениям в этой сфере, и они начинают мечтать о расширении технического парка. Так, участники фокус-группы в Архангельской области рассказывали, что на кредитные деньги оборудованы новые цеха по выращиванию бройлеров и переработке мяса птицы. Крестьяне из сел Татарстана тоже подробно перечисляли, какую технику и оборудование купили их хозяйства на средства, выделенные по национальному проекту.

“Модератор: *Что именно Вы купили?*”

1-й участник: *Три колесных трактора, миксер для раздачи корма, ну и прицепное там всякое... Все они – энерго-*

сберегающие, чтобы меньше расходов было. Сейчас поступают агрегаты такие – они и сеялка, и культиватор, и минеральные удобрения вносят. Но они слишком дорогие, где-то 10 миллионов стоят.

2-й участник: *Скажи: вот если бы я был султаном!..*

1-й участник: *Да, если бы я был султаном, я бы купил оборудование для фермы, отвечающее сегодняшнему дню. Чтобы со счетчиком, чтобы*

Закупка и передача хозяйствам в лизинг техники и оборудования для животноводства признается крестьянами одним из наиболее нужных, важных для решения проблем сельского хозяйства направлений нацпроекта

видно было, сколько молока идет. Хотя у нас есть кое-что, но это только зачатки.

3-й участник: *Новый доильный аппарат нам надо.*

4-й участник: *Новый коровник со всеми удобствами.*

Модератор: *Ваше хозяйство брало технику в кредит, потому что имеющихся средств не хватало?*

1-й участник: *Нет, конечно. Зарплату же давать надо, горючее покупать надо. На запчасти и на остальное все. Это все съедает и не хватает на приобретение новой техники и на развитие своих средств. Без кредита мы бы никак не смогли купить”* (ДФГ, Татарстан, 13.11.2006).

В этом хозяйстве из Татарстана есть проблемы: оборудование для животноводства обновляется медленно, нет современных помещений для содержания скота, не хватает оборотных средств. Но все-таки серьезные улучшения заметны. У других дела идут менее удачно. Есть и рассказы с печальным концом: хозяйство не смогло расплатиться за технику и было вынуждено ее вернуть; техника оказалась в неумелых руках и была испорчена либо ее вообще не смогли (или побоялись) взять из-за бедности.

“Модератор: *Может, еще слышали о проекте? Может, технику кто-то поставляет?*

1-й участник: *Ну, под лизинг дают технику, но это очень дорого.*

2-й участник: *Я знаю один совхоз, который брал под лизинг и комбайны, и все...*

Модератор: *И какая судьба совхоза?*

2-й участник: *Никакая.*

3-й участник: *Нету его уже. Снегом засыпало сою, они ничего не смогли взять с этого, и им пришлось эти комбайны обратно поотдавать.*

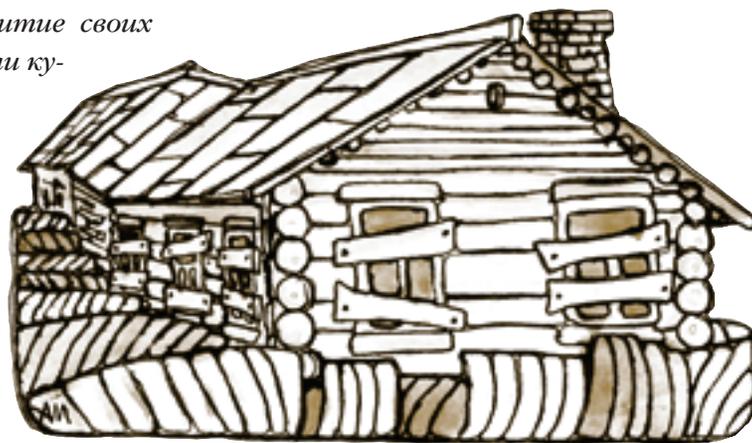
1-й участник: *Ну, я знаю, люди сейчас выходят из этого положения, стараются хитрить, берут под лизинг технику, за год ее убивают – и не рассчитываются. И потом эту технику возвращают”* (ДФГ, Владивосток, 11.11.2006).

Там, где хозяева или руководители сельхозпредприятий, покупая новую технику, увеличивают нормы выработки, появляются недовольные. Такая управленческая стратегия расценивается как усиление эксплуатации. Тем не менее, потерять работу никто не хочет.

“1-й участник: *Техника – да, у нас сейчас комбайны молотят немецкие, трактора набрали финские всякие, американские. Хозяин купил.*

2-й участник: *У хозяина деньги появились – он и купил.*

1-й участник: *Если работы срочные и мы не успеваем своей старой делать, то они пригоняют такую технику – и вперед. Я тоже на нее отучился, на эту новую технику, но желания работать на ней нет, потому что на новой – нормы очень большие. Но в основном работаем, вот смотрите, руками. Ну, сейчас нас, конечно, обижают сильно. Спецовки,*



перчатки – это вообще опустили, они стали понимать, что людям деваться некуда, пугают сокращением. И люди зажались в кулачок и ждут: «Блин, кого же сократят?» И из-за этого нет ни спецовок, ничего такого. Да и вообще зарплата смешная» (ДФГ, Краснодарский край, 02.11.2006).

Работники хозяйств, в которых покупалась новая техника, чаще говорили, что на эти покупки брались кредиты (57% работников хозяйств, покупавших технику, или 28% от числа всех *сельхозработников*). Утверждают, что кредиты не брались, лишь 10% тех, кто работает в хозяйствах, покупавших технику (5% от числа всех *сельхозработников*). Остальные затруднились ответить на этот вопрос.

В ходе целевого опроса и на фокус-группах крестьяне рассуждали о том, что лучше: брать новую технику в кредит или экономить, копить деньги – а потом покупать. Мнения разделились. 29% *сельхозработников* считают, что правы те, кто тратит на новую технику уже заработанные деньги, и 26% – что правы те, кто берет кредиты. Затруднились ответить на этот вопрос 45% крестьян.

Первые чаще всего аргументировали свое мнение тем, что не нужно платить проценты по кредиту – и техника обходится дешевле (5%): *“за кредит платить приходится высокий процент – на них можно купить еще два трактора”*; *“кредит – грабеж: под 2%, 4% – не дают; а 18%, 20% – грабеж”*. Крестьяне обращают внимание на то, что можно не получить ожидаемой прибыли, не вернуть кредит и привести хозяйство к разорению (2%): *“если с кредитом не рассчитаемся, станем банкротами”*. Некоторые утверждают, что благополучные хозяйства имеют деньги и в кредитах не нуждаются; что выплата по кредитам означает отсутствие зарплаты для крестьян; что нерадивые руководители набирают кредиты, а рядовые работники вынуждены их отрабатывать: *“долги руководителей ложатся на плечи сельчан”*; *“у нас председатель взяла кредит – его теперь платит, а зарплату нам не дает”*.

Сторонники кредитов приводят свои соображения. Они говорят, что накопить большие суммы невозможно, деньги все равно будут съедены инфляцией (4%): *“на заработанные деньги ничего не купишь, если в кредит не возьмешь”*; *“откладывать не получается, все съедает инфляция, и сразу заработать не получается, остается кредит”*. Считается также правильным, когда заработанные деньги идут на текущие нужды, на зарплату, а кредиты – на технику (1%): *“кредит выплачивать постепенно, а деньги можно на зарплату работникам пустить”*; *“потому что доход сезонный, а содержать ферму – тоже нужны деньги”*. На то, что кредиты помогают хозяйству быстрее развиваться, обращают внимание еще 1% участников опроса: *“если будет хорошая техника, то урожаи будут выше, значит, и доход лучше, и зарплата у нас”*; *“можно увеличить сельхозоборот – и себе заработать, и кредит отдавать”*.

Примерно те же соображения за и против кредитов излагались на фокус-группах. Работники успешных хозяйств чаще склоняются к мнению, что лучше брать кредиты. Так, по словам участников ДФГ из Татарстана, специфика отрасли такова, что в определенные моменты производственного цикла (например, посевная, закупка молодняка скота и пр.) одновременно нужны крупные вложения, с которыми нельзя запаздывать ни на день.

Те, кто работает в менее успешных хозяйствах, полагают, что лучше экономить и жить без долгов. Но и те, и другие соглашаются, что правильно было бы не требовать сразу выплат по кредитам, а отсрочивать платежи хотя бы на год.

“Модератор: *Ленар, а Вам какая позиция кажется правильной – ждать или покупать в кредит?*”

1-й участник: *Брать кредит. Чего ждать? Сломался старый трактор, его отремонтировали – и часть средств ушла на него. Техника имеет свойство ломаться. Не надо ждать. А тут новую технику купил – и работай на ней.*

2-й участник: *Дают – бери*” (ДФГ, Татарстан, 13.11.2006).

“Модератор: *А как, Вы считаете, правильнее поступать: ждать пока появятся деньги и купить новую технику или же взять ее в кредит?*”

Участник: *Отсрочить платеж. Взять технику – и отсрочить платеж, чтобы ее как-то использовать, чтобы она дала отдачу. А то взять технику, чтобы через месяц уже платеж вносить, – это нереально будет*” (ДФГ, Ярославская обл., 17.11.2006).

Противники кредитов высказывают следующие соображения: техника, взятая в кредит, обходится значительно дороже; бедняку лучше не связываться с кредитами, потому что есть риск их не отдать; оформлять кредиты – сложно и долго.

“1-й участник: *На данный момент были бы собственные средства – не стали бы кредит оформлять. Это такая волокита. Были бы деньги – конечно, лучше купить, быстро это все, не надо переплачивать никаких процентов.*”

2-й участник: *Ну, кредиты берут от безвыходности только. Почти все сельское хозяйство в кредит работает, эти же кредиты и разоряют, кто не смог отдать. Вот и все*” (ДФГ, Архангельск, 13.11.2006).

Закупки сельхозтехники в рамках национального проекта “Сельское хозяйство” становятся заметными для значительной части крестьян. Однако, если судить по данным опроса, потребность в ней остается неудовлетворенной. В целом отношение к обновлению парка сельхозтехники, конечно, одобрительное, но есть и негативные моменты, на которые обращают внимание *сельхозработники*, участвовавшие в исследовании: отсутствие отсрочки выплат по кредитам там, где нет возможности получать льготные кредиты, высокие проценты, увеличение норм выработки в связи с работой на более производительной технике.

Обсуждение на фокус-группах проблем, связанных с обеспечением хозяйств новой техникой, ставит много вопросов о том, как следует развивать национальный проект. В частности, нужна система страхования сельскохозяйственных рисков и дорогостоящего оборудования; нужно возрождать систему профессионально-технического обучения для села, чтобы сельская молодежь училась современным методам хозяйствования и работе на современной технике. Эффективными могут оказаться коллективные (паевые) объекты производственной инфраструктуры для села (МТС, овощехранилища, элеваторы и проч.).

Закупки сельхозтехники в рамках национального проекта “Сельское хозяйство” становятся заметными для значительной части крестьян. Однако потребность в ней остается неудовлетворенной

Проблемы кредитов для личных подсобных хозяйств²

Дешевые кредиты для личных подсобных хозяйств (ЛПХ) – направление национального проекта «Сельское хозяйство», которое неизменно оказывается в числе наиболее значимых для сельчан. Однако участники опроса высказывают немало претензий, связанных с этой работой. На вопросы о кредитах отвечали владельцы ЛПХ на селе.

Примерно треть опрошенных сельчан-владельцев ЛПХ (31%) сказали, что там, где они живут, есть возможность взять кредит на развитие хозяйства. Несколько больше – 38% – тех, кто утверждает, что у них такой возможности нет. Затруднились ответить 31%.

Сельхозработники-владельцы ЛПХ чаще, чем сельчане в среднем, говорят, что там, где они живут, есть возможность получить кредиты, – 43%. Утверждают, что такой возможности нет, 36% *сельхозработников*, имеющих ЛПХ. Затруднились ответить на этот вопрос 20% из них. Существует прямая зависимость между уровнем образования жителей села

и оценкой возможности взять кредит: чем выше образование сельчан, тем чаще они говорят, что могут воспользоваться кредитом. Утвердительно ответили на вопрос «Там, где Вы живете, есть возможность взять кредит на развитие личного подсобного хозяйства или такой возможности нет?» 34% сельчан с высшим образованием, 28% – со средним специальным, 24% – со средним общим и только 12% тех, у кого образование ниже среднего. Неудивительно, что образованные сельчане выше оценивают шансы на получение кредитов: они чаще понимают, как следует действовать, и чаще обладают непосредственными или опосредованными связями с чиновниками, которые занимаются оформлением этих кредитов. Если образованный житель села работает на сельскохозяйственном предприятии, у него еще больше шансов получить кредит на развитие своего ЛПХ: 46% *сельхозработников* с высшим образованием сказали, что могут взять кредит. Это примерно в полтора раза больше, чем среди сельчан с высшим образованием, не занятых в сельскохозяйственном производстве (29%).

Поскольку образование прямо связано со статусом, можно предполагать, что дешевые кредиты на развитие ЛПХ стали шансом для руководителей и специалистов предприятий АПК, но не для основной массы *сельхозработников* и тем более сельчан, в АПК не работающих. Очевидно, что специалисты АПК имеют большие базовые ресурсы для того, чтобы и получить, и освоить деньги: они более компетентны (знание процедур оформления кредита); имеют связи для того, чтобы найти поручителей, если нет залоговой базы или она недостаточна; умеют и имеют возможность найти нужную информацию о способах выгодного приобретения средств производства (семян, удобрений, кормов, средств защиты растений и проч.) и о рынках сбыта произведенной в ЛПХ продукции.

Сказали, что они уже взяли кредит, 1% владельцев ЛПХ на селе (среди *сельхозработников* – 2%). Собираются взять такой кредит 5% (*сельхозработники*-владельцы ЛПХ – 7%). Не собираются брать кредит на развитие ЛПХ большинство – 83% владельцев ЛПХ на селе (79% *сельхозработников*-владельцев ЛПХ).

² Материалом для исследования темы послужили данные опроса жителей села, проведенного в сентябре 2006 года.

В числе наиболее значимых для сельчан направлений национального проекта – дешевые кредиты для личных подсобных хозяйств (ЛПХ)

Тех участников целевого опроса, кто взял или собирается взять кредит, спросили, на что они потратили (или собираются потратить) эти деньги.

Сказали, что уже купили или собираются купить скот, птицу, 2% опрошенных: “купили телочку”; “лошадей, коров купил бы”. По 1% купили или собираются купить сельхозтехнику (“купил грузовую машину”; “купили трактор”), потратить деньги на ремонт хозяйственных построек (“построить сарай и развести скотину”), использовать деньги для поддержания текущего функционирования хозяйства (на корма, семена и пр.): “на обработку земель”; “корма, сахар, медикаменты для пчел”. Иногда респонденты признавались, что планируют истратить кредит на несельскохозяйственные нужды: “помочь детям”; “на ремонт квартиры”.

Некоторые участники фокус-групп подтверждают, что сельчане берут кредиты и за счет этого расширяют производство в своих ЛПХ. Процентные ставки по этим кредитам – действительно льготные. Но по упрощенной схеме можно получить лишь небольшие суммы: 30–50 тысяч рублей. Для развития товарного ЛПХ, на доходы с которого можно было бы содержать семью, таких денег недостаточно, нужны большие средства, для получения которых требуются поручители или залого.

“Тридцать тысяч, пожалуйста. Приходи к главе администрации, он дает характеристику – что положительное, есть ли какой сарай, держит кошку, собаку. Без проблем, не надо поручителей. Пятьдесят – там начнутся какие-то доходы, состав семьи и прочие бумаги собираешь. Сто тысяч – посложнее, там уже поручители. Триста тысяч, я тоже считаю без проблем, если кто-то пожелает взять в Россельхозбанке. Если у человека есть какие-то поля картофельные, скотина какая-то, которая может принести прибыль” (ДФГ, Архангельская обл., 01.09.2006).

“1-й участник: Да, нам дают кредиты на развитие подсобного хозяйства. 12% из 16% Минсельхоз закрывает. До 30 тысяч рублей можно брать без поручителей. Свыше 30 тысяч рублей до 150 тысяч рублей один поручитель нужен. А свыше 150 000 рублей два поручителя нужны. У нас уже восемь человек кредиты взяли. Они расширяют свои животноводческие фермы и хотят племенной скот покупать.

2-й участник: Строить сараи для скотины, укреплять свое подсобное хозяйство.

3-й участник: Хорошо это для молодых, чтобы они не уезжали из деревень” (ДФГ, Татарстан, 07.09.2006).

Те участники сентябрьского массового опроса, кто решил не брать кредит на развитие своего хозяйства, чаще всего говорили, что у них нет доходов, чтобы в будущем расплатиться с долгами, либо им нечего заложить (16%): “не рассчитываюсь потом”; “не под чего, нищие мы”. Не нужен кредит тем, кто не планирует расширять свое личное подсобное хозяйство (15%): “мне не надо много – у меня есть петух, три курицы и огород”. Сетуют на возраст и плохое здоровье, не позволяющие строить долгосрочные планы, 13%. Указывают на высокие процентные ставки 5%. Безуспешно пытались взять кредит либо не пытались, но заранее уверены, что им откажут, 4% респондентов: “пробовали взять, но нам

Существует прямая зависимость между уровнем образования жителей села и оценкой возможности взять кредит: чем выше образование сельчан, тем чаще они говорят, что могут воспользоваться кредитом

не дали»; «дают только богатым». Просто боятся брать кредиты 3%: «не хочу с этим связываться, лучше буду выращивать для себя – так спокойнее»; «кредитам доверять нельзя». Близки к этим ответы тех участников опроса, которые в принципе не любят делать долги, попадать в зависимость от кредиторов, предпочитая скромный достаток (3%): «не хочу лезть в кабалу»; «кабальная система мне не нужна, на жизнь заработаю». Респонденты также говорят, что не хотят брать кредиты, потому что сельскохозяйственное производство не приносит прибыли, нет смысла его расширять; что оформлять кредит – дело хлопотное, трудное; что невыгодны условия кредита или малы суммы.

В ближайшем окружении респондентов не много тех, кто взял кредиты на развитие ЛПХ. Знакомые, соседи, родственники, взявшие кредиты на развитие своих хозяйств, есть у 8% сельчан (у 13% сельхозработников). Еще 11% (как среди сельчан в среднем, так и среди сельхозработников) заявили, что их близкие собираются взять кредиты. Таких знакомых или родственников нет у 52% опрошенных жителей сел (среди сельхозработников – у 49%).

Проблема кредитов на развитие ЛПХ подробно обсуждалась и на фокус-группах. В целом чаще говорилось о недоступности кредитов, чем о нежелании их брать. Недоступность или невыгодность кредитов связана, по мнению участников дискуссий, с тем, что суммы, которые можно взять упрощенным способом, без залога и поручителей, слишком малы, а залоговая база несоизмерима с потребностью в кредитах.

1-й участник: *Люди земельные участки закладывают – и такой суммы не получается.*

2-й участник: *Я не могу взять кредит на развитие, потому что мне не подо что взять, и даже если у меня есть машина, мне дают очень мало.*

3-й участник: *Мои друзья составили бизнес-план и посчитали, что они не смогут на эту сумму раскрутить хозяйство на тот уровень, на который они хотели бы. И они отказались абсолютно.*

4-й участник: *На копейки на эти, на 100 тысяч не поднимешь хозяйство. Ну что, купишь какую-то там мелкую технику. А для того чтобы получить что-то, развиваться, надо людей нанять, чтобы они помогали. Потому что сам своими силами ничего не сделаешь, даже если тебе помогает семья. Это очень тяжело» (ДФГ, Краснодарский край, 07.09.2006).*

«Они говорят: начинай с малого. Ребята, у меня есть малое. Чтобы оно было большое, нужно еще привлечь, чтоб у тебя было обеспечение не менее 200%. Если обеспечения нет, кредита не получишь. Либо поручители, у которых есть большие суммы денег. Зачем тогда кредит? Я лучше возьму у этих людей денег. Бандиты приходят – у них много денег. Они нахватали, наворовали, наотнимали – они не знают, куда эти деньги вложить. Они говорят: давай мы придем к тебе, дадим денег – работай на нас. Мне это неинтересно. Мне интересно на себя работать, на свою семью, на общество» (ДФГ, Архангельская обл., 01.09.2006).

Мечтают крестьяне и об отсрочке выплат по кредитам – хотя бы небольшой: на полгода, на год. Участниками одной из фокус-групп были не владельцы ЛПХ, а руководители сельхозпредприятий. Но у них те же проблемы: отсутствие залоговой базы, соизмеримой с потребностью в кредитах. Кроме того, обремененность старыми долгами также не позволяет воспользоваться кредитами.

“Они выделили деньги. Вот, мы вам даем, чтобы вы взяли кредит. И две трети ставки кредита мы вам возвращаем. Но кредит-то никто взять не может. Сейчас, кто хочет взять кредит, должен бизнес-план предоставить. А что предоставишь, если все в долгах? В долги посадили еще с начала перестройки, всех посадили. Если у тебя хвосты, то тебе ничего не дадут. А чтобы заработать на погашение хвостов, нужен кредит, который не дадут, потому что у тебя долги. Замкнутый круг получается” (ДФГ, Ярославская обл., 07.09.2006).

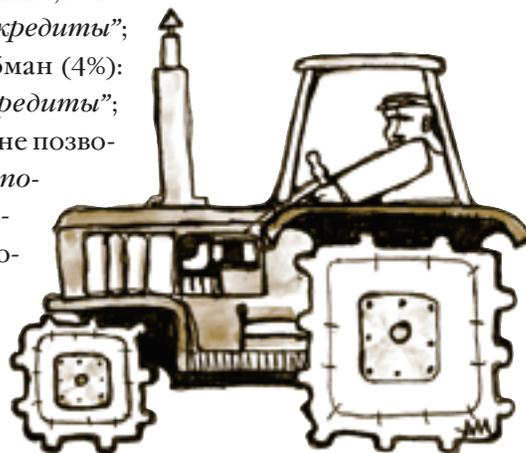
В сентябре мы спросили сельских жителей: *“Знаете ли Вы, что-то слышали или слышите сейчас впервые о том, что кредиты на развитие ЛПХ можно брать через кредитные кооперативы?”* Оказалось, что о такой возможности знают 5% сельчан (7% сельхозработников, 18% сельхозработников с высшим образованием). Что-то слышали – 11% (14% сельхозработников). Большинство опрошенных жителей российских сел – 54% (среди сельхозработников – 52%) – впервые услышали об этом от интервьюера.

Сказали, что они уже являются членами кооператива, меньше 1% респондентов. Допускают для себя возможность такого членства 12% владельцев ЛПХ на селе (среди сельхозработников-владельцев ЛПХ – 15%). Эта цифра кажется довольно большой, если вспомнить, что взяли или собираются брать кредиты на развитие ЛПХ лишь 6% сельчан, владеющих ЛПХ, а знают или что-то слышали о кредитных кооперативах тоже немногие владельцы ЛПХ на селе – 22%. Вероятно, ответ *“допускаю”* продиктован не столько готовностью к реальному действию, сколько одобрением самой идеи кредитных кооперативов.

Исключают для себя членство в кредитном кооперативе 49% владельцев ЛПХ на селе (среди сельхозработников-владельцев ЛПХ – 37%). Затруднились ответить на этот вопрос 39% сельчан, владеющих ЛПХ (среди сельхозработников-владельцев ЛПХ – 48%).

Те, кто допускает для себя членство в кредитном кооперативе, в ответах на открытый вопрос объясняли свою позицию тем, что через кооператив будет легче получать кредиты (*“меньше волокиты при получении кредита”*); что это может быть выгодно в целом (*“если выгода будет”*); что сообща легче решать проблемы (*“это сообщество людей, в одиночку тяжело сейчас выжить”*). Но иногда кредитный кооператив люди воспринимали по аналогии с колхозом или совхозом, который предоставляет людям рабочие места (*“будет работа”*).

Те, кто исключал для себя членство в кредитном кооперативе, говорили, что им не нужны кредиты (10%): *“меня не интересуют кредиты”*; что они боятся брать кредиты вообще, что это очередной обман (4%): *“не верю никому, сейчас каждый за себя”*; *“опасно брать кредиты”*; *“очередной лохотрон”*. Говорят сельчане и о том, что возраст не позволяет им делать долги (11%): *“нам это не надо, уже возраст не позволяет – пусть молодые берут”*; что долги будет нечем отдавать (3%): *“не рассчитаешься”*; что невыгодны условия кредитования (2%): *“кабала та же”*. Некоторые признавались, что ничего не знают о кредитных кооперативах (1%): *“посмотреть надо, что это такое”*. Другие утверждали, что рассчитывают только на себя, на свою семью (1%): *“наша семья привыкла рассчитывать только на себя”*.



Таким образом, мотивация отказа от членства в кредитных кооперативах примерно та же, что и мотивация отказа от кредитов на развитие ЛПХ в целом: главное для сельчан – страх оказаться несостоятельным, не отдать долг. За этой позицией, вероятно, стоит более общая оценка своей жизненной ситуации как нестабильной.

Участники фокус-групп рассказывали как о положительном, так и об отрицательном опыте работы кредитных кооперативов. Одобрение вызывают те кооперативы, которые хорошо знают своих членов; дают кредиты под небольшие проценты, оказывая реальную помощь крестьянам.

“Понравилась мне Оренбургская область, потом Алтайский край... Там под ставку рефинансирования, никаких процентов. И еще эти проценты возвращают, созданы такие... как у нас – типа приморского потребительского кооператива. Руководители этого кооператива знают своих сельчан: кому можно этот кредит дать, а кто просадит сразу, бесполезно, и они уже берут на себя ответственность по возврату этого кредита. Они дают по Алтайскому краю под 16%, но процент им потом компенсируется из бюджета. И я понял, что этот кооператив живет на том, что он потом получает обратно эти проценты из бюджета, оставляет их себе. И этой суммой они рискуют в случае, если кто-то из заемщиков кредит не вернул” (ДФГ, Архангельская обл., 01.09.2006).

В Краснодарском крае среди участников фокус-группы оказались крестьяне – члены такого кооператива, которые подробно рассказывали, как он работает. Они, в частности, подчеркивали, что с учетом субсидий кредиты оказываются практически беспроцентными.

“Модератор: Известно ли вам, что кредиты на развитие личного подсобного хозяйства можно получить через кредитные кооперативы?”

1-й участник: Да.

2-й участник: Ну, я – естественно.

3-й участник: Я вот состою в этом кооперативе.

Модератор: Как Вы считаете, что такое кредитный кооператив? Для чего он существует?

4-й участник: Ну как – для чего? Для помощи крестьянским хозяйствам, для нас. Началось с ассоциации. Чтобы помогать, информировать о нововведениях.

5-й участник: Ну, потому что беспроцентный получается кредит же. Официально легче будет взять в своем кооперативе, нежели в банке взять под большие проценты. Я считаю, создан для помощи крестьянам, крестьянским хозяйствам. И более информированными мы можем быть о нововведениях.

2-й участник: Ну, кредитный кооператив – это как бы содружество фермеров и крестьян, которые добровольно вступают в это общество, вносят вступительные взносы, которые являются базой начальной этого кооператива. И всем остро нуждающимся они выдают кредит. Мы и начинали с этого. Сколько было денег – те и выдавали. На стороне взяли 200 тысяч – раздали. Кому-то нужно 10, кому-то 20 тысяч.

Мотивация отказа от членства в кредитных кооперативах – примерно та же, что и мотивация отказа от кредитов на развитие ЛПХ в целом: главное для сельчан – страх оказаться несостоятельным, не отдать долг

Но выдавали на небольшой срок, самое большое – на год. Ну, все равно все были довольны, пользовались. Все вовремя возвращали, платили проценты, все. Ну, естественно, на стороне занимали деньги. Это в этом только году нам государство дало эти миллионы, которые мы смогли выдать крестьянам, – а кооператив-то существует уже давно. И все это для чего? Для того чтобы помочь крестьянам, остро нуждающимся. Кому-то трактор надо было купить, кому-то семена срочно. А с этого года, я считаю, что это очень хороший кредит. Все-таки сейчас платят 12%, еще и 12% тебе и отдают – считай, беспроцентное. Это очень удобно. Ну, а также информацию выдаем» (ДФГ, Краснодарский край, 07.09.2006).

Кредитный кооператив – по определению неприбыльная организация, цель которой – оказывать финансовую помощь своим членам. Это своего рода сельская касса взаимопомощи, ее основа – собственные (более или менее крупные) средства пайщиков. В соответствии с программой развития кредитных кооперативов Россельхозбанк может войти ассоциированным членом в кредитный кооператив и внести в пассив фонд сумму, в пять раз превышающую средства пайщиков.

Однако появились предприимчивые люди, которые не столько оказывают финансовые услуги членам своих кредитных кооперативов (их в таких лже-кооперативах минимально необходимое количество), сколько торгуют государственными деньгами с выгодой для себя.

“Они [сельхозпроизводители] могут без проблем взять кредит в банке под 14% годовых. Приходят <в кредитный кооператив> – кредит под 5% в месяц, 14% годовых и 5% в месяц, так – 60% годовых! Что, не жулики, да? Сказали бы: парень, иди в банк! Они полностью собирают все анкеты, потом берут поручителей. То есть всю семью в заложники берут и еще со стороны одного или двух поручителей под минимальный кредит. То же самое, что требует банк, но люди просто не знают, что в банке с таким набором документов можно все это дело нормально сделать” (ДФГ, Архангельская обл., 01.09.2006).

“Модератор: Знаете ли вы, что можно брать кредиты через кредитные кооперативы?”

1-й участник: Знаем. Брали.

2-й участник: 25%.

3-й участник: Кредитный кооператив привлекает те же самые государственные деньги, которые от национального проекта, плюс свои 12%. Там зато не спрашивают, богатый ты или бедный.

1-й участник: Создали кооператив. Я вот, например, состою в Ярославском кооперативе «Фермер». Я прихожу, вижу два кредита: бюджетный и свой. Бюджетный – 12%, а свой – 25%.

4-й участник: Понимаете, кредитные кооперативы – это такие ростовщички, получают деньги ни за что. За то, что только что передали государственные деньги.

Основные направления нацпроекта ориентированы преимущественно на помощь хозяйствам и регионам, которые имеют собственный потенциал развития. У “упавших” хозяйств и забытых сел мало шансов стать участниками мероприятий проекта

2-й участник: *А национальный проект существует не для колхозов, и не для совхозов, и не для производителей – а для банкиров, для тех, кто организовал кредитные кооперативы. Они богатые, и еще богаче будут из-за того, что мы будем брать кредиты*” (ДФГ, Ярославская обл., 17.09.2006).

Итак, возможность взять кредиты на развитие личного подсобного хозяйства чаще имеют представители высокоресурсных групп на селе – сравнительно молодые, образованные сельчане, работающие в агропромышленном комплексе. Они же склонны ценить такую возможность. Однако реально воспользовались ею немногие.

Те жители села, кто не имеет достаточно знаний, здоровья, энергии (как правило, это пожилые люди), не могут и не хотят брать кредиты. Главное препятствие для желающих сделать это – несоответствие имеющейся залоговой базы и потребности в кредите.

Кредитные кооперативы, призванные решить, в частности, и проблему залоговой базы, не везде соответствуют своему назначению. Некоторые из них стали по сути ростовщиками – внешними по отношению к крестьянам структурами, где членство формально, а цель деятельности – не помощь членам кооператива, но получение прибыли для небольшой группы лиц или даже для одного человека, хозяина базового капитала. Однако там, где такие кооперативы соответствуют своему назначению, они развиваются успешно.

Проблемы создания кооперативных предприятий по переработке продукции личных подсобных и фермерских хозяйств³

Реализация конкретных направлений проекта практически сразу же выявила проблему, которая в будущем может иметь серьезные социальные последствия. Это усиление дифференциации районов, хозяйств, людей на перспективные и неперспективные. Дело в том, что основные мероприятия национального проекта “Развитие агропромышленного комплекса” ориентированы преимущественно на помощь хозяйствам и регионам, которые имеют собственный потенциал развития (плодородные земли, социально сохранное сельское население, производственную базу или хотя бы ее элементы). “Черные дыры” села (“упавшие” хозяйства и забытые села) имеют мало шансов стать участниками мероприятий национального проекта. Не получив шанса – первоначального толчка для развития в виде кредитов, инвестиций в сельскохозяйственные производства, – они почти наверняка погибнут, будут стерты с географической и хозяйственной карты. Один из алгоритмов выведения из кризиса, который обсуждался на фокус-группах, – кооперация между людьми, хозяйствами, районами.

Стабильно низкая популярность всех форм кооперации на селе требует особых размышлений специалистов. Не встречает широкой поддержки даже идея создания кооперативных перерабатывающих предприятий – хотя отсутствие таких предприятий существенно снижает рентабельность сельскохозяйственного производства и жители села это осознают. Сказывается, видимо, во-первых, отсутствие начального капитала у потенциальных совладельцев таких пред-

³ Материалом для исследования темы послужили данные опроса жителей села, проведенного осенью 2006 года (сентябрь – ноябрь).

приятный; во-вторых, отсутствие специальных знаний, необходимых для такого дела; в-третьих, дискредитация любой идеи совместной собственности печальным опытом советских колхозов.

Когда мы просили сельчан оценить сравнительную значимость девяти направлений национального проекта “Сельское хозяйство”, они довольно редко выбирали мероприятия по созданию кооперативных предприятий по переработке продукции личных подсобных и фермерских хозяйств.

Однако когда вопрос о переработке обсуждался особо, оказалось, что большинство сельчан разделяет убеждение в необходимости создания таких предприятий. *Сельхозработники* поддерживают эту идею более активно, чем сельчане в среднем (*график 1*).

То, что сельхозработники поддерживают идею “собственной” переработки активнее сельчан в среднем, неудивительно: они чаще являются владельцами товарных ЛПХ. В среднем производят в своих ЛПХ продукцию не только для собственного потребления, но и “отчасти на продажу” 35% *сельхозработников* и 24% сельчан в целом.

Две трети опрошенных крестьян не обсуждали возможность создания кооператива по переработке продукции своих хозяйств в кругу знакомых, соседей, родственников. Обсуждали такую идею немногие: около одной пятой части всех опрошенных. Но доля говоривших об этом представляется достаточной для того, чтобы могла возникнуть критическая масса участников нового кооперативного движения.

Мы спросили сельских жителей: “Если там, где Вы живете, будет организован кооператив по переработке продукции личных подсобных и фермерских хозяйств, Вы допускаете или исключаете для себя, что станете членом такого кооператива?” Оказалось, что готовность к вступлению в кооператив выказывают многие.

Сказали, что они уже являются членами такого кооператива, лишь 1% респондентов. Допускают для себя возможность членства в подобном кооперативе примерно треть участников опроса, а среди *сельхозработников* – около половины. Исключают для себя такую возможность тоже треть опрошенных сельчан, а среди *сельхозработников* – только четверть (*табл. 2*).

Как Вам кажется, нужно или не нужно создавать кооперативные предприятия по переработке продукции личных подсобных и фермерских хозяйств там, где Вы живете?



График 1. Представления о необходимости создания кооперативов по переработке продукции

Табл. 2. Отношение к идее создания кооперативов по переработке в зависимости от рода занятий

% от групп (по столбцам)

	Все жители села	Род занятий			
		работают в сельхозорганизации	работают в несельхозорганизации	пенсионеры	неработающие
Доли групп, %	100	32	16	32	20
Если там, где Вы живете, будет организован кооператив по переработке продукции личных подсобных и фермерских хозяйств, Вы допускаете или исключаете для себя, что станете членом такого кооператива?					
Я уже член такого кооператива	1	2	<1	<1	<1
Допускаю	35	49	39	<u>14</u>	42
Исключаю	35	<u>24</u>	35	56	<u>21</u>
Затрудняюсь ответить	29	25	26	30	37

Отклонения от средних значений на 5 п.п. и больше в ту или другую сторону выделены жирным шрифтом или курсивом.

Конечно, готовность к какому-либо действию – это не само действие. На деле создание кооператива и членство в нем зависят от множества обстоятельств. Дистанция от обсуждений, разговоров о необходимости собственных предприятий по переработке сельскохозяйственной продукции до конкретных действий велика: перерабатывающее предприятие – довольно сложный и дорогостоящий объект. Но важно, что идея таких кооперативов не отвергается с порога, и тот факт, что примерно половина работоспособного сельского населения допускает мысль о вступлении в кооператив по переработке продукции ЛПХ, свидетельствует о перспективности идеи. Примечательно, что готовность вступить в такой кооператив чаще демонстрируют респонденты со средним уровнем социальных ресурсов: не самые состоятельные, имеющие среднее общее или среднее специальное образование; молодые и представители средней возрастной группы; работники сельхозпредприятий и нигде не работающие. Представители низкоресурсных групп (пожилые малообразованные сельчане) и сравнительно более ресурсных групп (имеющие высшее образование, сравнительно высокие доходы) реже заявляют о своей готовности вступить в такой кооператив. Первые отказываются от гипотетического вступления в него, вероятно, из страха перед новым делом и из-за отсутствия товарного производства в ЛПХ; вторые – вероятно, из-за того, что они и без кооператива могут решать проблемы переработки и сбыта продукции.

И тех, и других попросили обосновать свою позицию. Те, кто допускает для себя возможность вступления в кооператив, который бы занимался переработкой продукции их хозяйств, чаще всего говорили, что они могли бы сдавать излишки (8%): *“для нас самое трудное – сбыт продукции ЛПХ, такой кооператив решит эту проблему”*; *“мы выращиваем и мясо, и овощи, а продавать не можем”*. Привлекает людей и то, что кооператив сможет предоставить рабочее место, более или менее стабильный заработок (7%): *“без работы сидим”*; *“буду хотеть работать”*. Важным доводом многим кажется и то, что в кооперативе, возможно, закупочные цены будут выше, чем у перекупщиков (5%): *“на рынок оптом*

сдавать невыгодно, если был бы цех, то можно было бы выращивать”; *“свели с ног перекутики: свинью с трудом вырастив, а они цены сбавляют, и не знаешь, что с мясом делать; в этом году цены снизились – невыгодно стало заниматься ЛПХ”*. Упоминается также, что при наличии кооператива не нужно будет куда-то ездить, что коллективом легче решать проблемы, знакомые люди не обманут (7%).

Те, кто исключает для себя возможность вступления в такой кооператив, ссылаются на возраст и здоровье (13%); говорят, что им нечего сдавать, потому что они не держат личного подсобного хозяйства (5%). Некоторые видят в идее создания таких кооперативов жульничество (1%): *“это ненадежно: сегодня они карманы набьют – а что завтра будет, их не волнует”*; *“только для себя они работать будут, людям мало что достанется”*.

Другим кооператив не нужен, потому что они уже научились самостоятельно решать проблемы переработки (1%): *“мы сами все делаем, и для себя только”*; *“уже есть маслозавод, есть перерабатывающие предприятия”*; *“мы самостоятельная большая семья, и нам не надо помощи, мы не станем*

Готовность вступить в кооператив по переработке продукции ЛПХ чаще демонстрируют респонденты со средним уровнем социальных ресурсов. Представители низкоресурсных групп и сравнительно более ресурсных групп реже заявляют о своей готовности вступить в него

помогать”. Есть и те, кто уверен, что всю сельхозпродукцию должно закупать государство; что только государственные перерабатывающие предприятия будут назначать справедливую цену (<1%).

Допускают, что сами возьмутся за организацию кооператива по переработке продукции личных подсобных и фермерских хозяйств, 11% сельских жителей (среди *сельхозработников* – 16%). Это в три раза меньше, чем доля заявивших, что при определенных условиях они вступили бы в такой кооператив, если бы кто-то взял на себя инициативу по его созданию. Но и 11% – это немало, если учитывать, что речь идет об инициаторской, лидерской позиции. Чаще, чем в среднем, готовы взять на себя такую инициативу мужчины (15%); представители средней возрастной группы (36–54 года) – 16%; сельчане, имеющие среднее специальное или высшее образование (по 15%). Вероятно, эти люди уже знакомы с тем, как в селах организовываются какие-то простейшие (типа цехов засолки или маслобоен) или более сложные перерабатывающие предприятия, и потому им это дело представляется несложным, если есть деньги для начала такой работы.

Среди участников фокус-групп оказались люди, выразившие готовность взяться за организацию кооператива по переработке продукции личных подсобных и фермерских хозяйств; они горячо обсуждали возможности перерабатывающих кооперативных предприятий и трудности их работы. Крестьяне говорили, что если такие кооперативные предприятия будут развиваться, между ними возможно разделение труда – создание цепочек кооперативных предприятий, связанных между собой производственным циклом: снабжение – производство – переработка – сбыт.

“Если один кооператив, допустим, может выращивать коров – другой занимается посевами кормов для этих животных. Понимаете, это очень даже удобно. А другие занимаются переработкой этого. Тут же у них есть цех – они сыр, молоко перерабатывают. Поэтому, если это так вот, то это очень даже интересно” (Краснодарский край, 30.10.2006).

Кроме того, это позволило бы, по их мнению, избавиться от ценового диктата потребителей продукции.

“1-й участник: Там же предусмотрены не только потребительские кооперативы, но и снабженческие, сбытовые...”

2-й участник: Еще перерабатывающие. Вот если ты выращиваешь капусту и сдаешь ее посредникам по 3 рубля, а они везут в Москву и продают там по 12 рублей – это нормально?

3-й участник: Нет, вот поэтому нужен кооператив.

1-й участник: Да. В дальнейшем будем планировать снабженческий кооператив. Там уже, как говорится, целый район будет участвовать. Возьмем землю, построим кооператив этот, будет скот, будем выращивать картофель. И люди будут приходить сдавать сами, а если нужно что-то там – то и купить. Вот это планируется в дальнейшем. Сбыт я еще не обдумал. Вырастить – это одно, а сбыт – это уже другое, правильно же, спрос, предложение. В дальнейшем это планируется параллельно вести. Чтобы не так было, что посадил, вырастил, собрал два мешка – на машину и в Казань. Не так будет. Нужно рынок создавать” (ДФГ, Татарстан, 13.11.2006).



Невозможность для многих продать или переработать продукцию своих хозяйств – одна из актуальных проблем на селе. Поэтому препятствия для создания собственной переработки сельскохозяйственной продукции особо обсуждались в ходе исследования. Производители понимают, что для создания кооперативов главное – инициатива самих сельчан. Но участники фокус-групп отдают себе отчет в том, что большинство крестьян, даже объединившись, не смогут решить все связанные с организацией перерабатывающих предприятий проблемы. Без государственной поддержки, убеждены участники обсуждений, такие предприятия не создать: нужны проекты, капиталовложения на ввод в действие перерабатывающих мощностей, инфраструктура технической и экономической поддержки.

“1-й участник: Потребительская кооперация выходит из тебя, из меня, из него и из него. Есть исполнительный директор, которого мы избираем и который занимается этими проблемами, понимаете? За это в потребительской кооперации идут взносы. Кооператив сам решает проблему сбыта! Он может предложить: давайте, ребята, скинемся, построим мясоперерабатывающий комбинат. Давайте свою колбасу делать.

2-й участник: А я тебе тоже вопрос задам как организатору приемного пункта. Почему «Родина» получает с Москвы девять, десять рублей, а мы – только шесть?

1-й участник: А я тебе объясню. Знаешь, почему? Потому что когда мы собрали собрание и говорили: «Ребята, давайте сами заниматься сбытом», они сказали: «Нам некогда!» Вот поэтому ты и получаешь только 6 рублей.

3-й участник: Ну и так же будет действовать и потребительский кооператив, понимаешь? Там добрый дядя получит миллион, построит приемный пункт с холодильниками, а мы так и будем получать копейки.

1-й участник: Это выгодно тем, что ты там сам руководитель. Я тебе уже говорил: у нас не потребительская кооперация.

2-й участник: В общем, пока государство не возьмется за создание этой потребительской кооперации, ее никому не создать.

1-й участник: Государственная поддержка обязательно нужна!” (ДФГ, Ярославль, 01.09.2006).

Проблема создания кооперативных перерабатывающих предприятий и хранилищ произведенной сельхозпродукции (холодильников, элеваторов) – не только в отсутствии денег и проектных разработок (хотя именно об этом чаще всего говорят крестьяне), но и в том, что идея кооперации остается скомпрометированной прошлым и нынешним опытом общения со скупщиками сельхозпродукции. Последние часто работают под вывеской потребительских кооперативов, но действуют как “дикие” перекупщики. Производители не могут хранить мясо, зерно, овощи (негде, кроме того, нужны оборотные средства на возврат кредитов и проч.) и потому вынуждены сдавать произведенное за бесценок.

Как показывает анализ данных целевого массового опроса сельских жителей и материалов фокус-групп, крестьян беспокоит, что процесс “освоения” государственных денег пока неэффективен, поскольку не создана организационная, правовая, образовательная, техническая инфраструктуры национального

проекта “Сельское хозяйство”. В частности, участники фокус-групп сетовали на то, что деньги вкладываются в производства, которые не принесут ожидаемой прибыли; покупается дорогая импортная сельхозтехника, которую ломают немелкие пользователи; привезенный из-за границы скот болеет идохнет, потому что для него нет необходимых помещений, подходящей кормовой базы, квалифицированного персонала, умеющего за ним ухаживать и лечить, и проч. Отсутствие организационно-правового оформления прав собственности на землю, угроза для бывших колхозников лишиться своих паев создает потенциал конфликтов между ними и новыми собственниками.

В дополнение к заявленным направлениям в рамках проекта участники фокус-групп предлагали мероприятия, которые могли бы способствовать его успеху. Нужны субпроекты, функция которых – создавать инфраструктуру для реализации основных мероприятий. Это, например, такие работы, как организация страхования, ветеринарное обслуживание, обеспечение кормами, обслуживание сельскохозяйственной техники и др.

В частности, предлагалось оказывать организационную и консультативную помощь крестьянам, желающим создать кооперативные предприятия разных типов: снабженческо-сбытовые, заготовительные, перерабатывающие, кредитные. Такие кооперативы могут действовать как сетевые структуры, между которыми существует разделение труда, но есть координирующий центр, в котором ключевую роль играют производители.

Исследование показало, что развитие всех форм кооперации на селе – наименее популярное направление проекта, хотя на фокус-группах многие говорили о важности этого. В создании кооперативных предприятий по переработке продукции личных подсобных и фермерских хозяйств заинтересованы не только владельцы таких хозяйств, но и руководители средних по размерам сельхозпредприятий. Интерес к перерабатывающим кооперативам обусловлен наличием проблем сбыта продукции по приемлемой для крестьян цене. Участники обсуждений на фокус-группах уверены, что у перерабатывающих кооперативов есть будущее, но нужна помощь государства – выделение кредитов, проектные разработки, юридические и экономические консультации.

Проблема в том, что люди не знают, как взяться за это дело. У многих сельчан нет необходимых ресурсов (экономического капитала хозяйств, знаний, здоровья и проч.). Вместе с тем развитие кооперации – единственный способ помочь мелким и средним сельхозпроизводителям и тем самым снизить уровень недовольства сельского населения нынешней социально-экономической ситуацией.

По нашему мнению, для того чтобы мелкие и средние сельхозпроизводители (ЛПХ и КФХ) могли участвовать в реализации мероприятий проекта, нужно стимулировать развитие нового кооперативного движения. Кооперативы при поддержке специалистов могли бы аккумулировать ресурсы и если не конкурировать с крупными агропромышленными холдингами, то хотя бы получить свою нишу в производстве и реализации сельхозпродукции. ■

Проблема создания кооперативных перерабатывающих предприятий – не только в отсутствии денег и проектных разработок (хотя именно об этом чаще всего говорят крестьяне), но и в том, что идея кооперации скомпрометирована прошлым и нынешним опытом общения со скупщиками сельхозпродукции

“Муж-добытчик” и “жена-хозяйка” – роли знаковые, своего рода маркеры символического водораздела между мужской и женской сферами обязанностей. Даже во времена Советского Союза, когда государство стремилось уравнивать мужчин и женщин в качестве производственных единиц, на ценностно-установочном уровне это внутрисемейное разграничение мужской и женской, публичной и приватной зон компетенции, ответственности и правомочий присутствовало. И сегодня, если хотят обозначить процессы эгалитаризации семейной модели или же устойчивость ее традиционного варианта, в первую очередь вспоминают именно об этих статусных ролях: кто в семье считается и кто по факту является основным кормильцем, на чьих плечах лежат обязанности по ведению хозяйства, дозволено ли каждому из супругов на равных правах влезать в “чужую” епархию – и готовы ли они при этом брать на себя соответствующие равные обязанности.

Е. Вовк

“Муж-добытчик” и “жена-хозяйка”: традиционные семейные роли в нормах и практиках

Распределение семейных обязанностей: ролевые нормативы и российская действительность

Согласно данным недавнего опроса¹, в том, что касается заработков, россияне склонны декларировать приверженность традиционному распорядку вещей, а в том, что касается ведения домашнего хозяйства, – отказываться от такового и демонстрировать преданность принципу равенства. Приведем конкретные цифры.

Отвечая на вопрос, чьей обязанностью должно быть финансовое обеспечение семьи², 60% респондентов высказали мнение, что зарабатывать – обязанность мужа, мужчины. При этом только 22% утверждают, что “симметричная”

¹ Общероссийский опрос населения от 24–25 февраля 2007 года (100 населенных пунктов, 44 субъекта РФ, 1500 респондентов). Далее по умолчанию приводятся данные этого опроса.

² Вопрос: “Как Вы считаете, зарабатывать деньги, финансово обеспечивать семью – обязанность мужа, обязанность жены или муж и жена должны в равной мере участвовать в финансовом обеспечении семьи?”

обязанность – ведение домашнего хозяйства – должна лежать исключительно на женских плечах³. Большинство же – 73% – заявляют, что, по их мнению, и муж, и жена должны в равной мере принимать участие в домашних заботах. Для сравнения: говорят, что супруги должны вносить равный вклад в финансовое благополучие семьи, только 37% опрошенных.

Мнения, согласно которым зарабатывать в семье должна в основном женщина или вести хозяйство должен в основном мужчина, высказывались крайне редко (буквально долями процента опрошенных в первом случае, и примерно 1,5% – во втором). Это и неудивительно: не очень-то ясно, по каким соображениям подобный порядок может вводиться в разряд нормы.

В целом, как видим, симметричности в представлениях о нормативном распределении семейных обязанностей не наблюдается. Логично было бы ожидать, что если респонденты возлагают на мужа обязанность по финансовому обеспечению семьи, то обязанность по поддержанию семейного уюта они будут возлагать главным образом на жену. Однако участники опроса почти втрое чаще высказываются за сохранение традиционного гендерного порядка в сфере заработка, чем за сохранение такового в сфере домашней. Возможно, рассуждая о распределении обязанностей, они исходят не только из представлений об идеальном устройстве семьи и о “естественных” гендерных ролях, но и делают скидку на реалии российской жизни, которые препятствуют равенству на службе, но не дома: снять с жены (так же, как и он, работающей) часть хозяйственных забот мужчине ничто, кроме установок, не мешает. Впрочем, возможно и иное – не менее правдоподобное – объяснение этого дисбаланса. Не исключено, что, ратуя за равное участие мужчины в домашней работе, многие подразумевают необходимость помощи с его стороны – оставляя конечную *ответственность* за организацию и поддержание домашнего уюта за женщиной.

Как бы то ни было, две трети считающих финансовое обеспечение семьи обязанностью мужа заявляют, что он должен на равных с женой участвовать и в ведении домашнего хозяйства. Отметим также, что респонденты, выступающие за паритет в одной ролевой сфере, как правило, придерживаются принципов равенства и в другой (табл. 1).

В том, что касается заработков, россияне склонны декларировать приверженность традиционному распорядку вещей, а в том, что касается ведения домашнего хозяйства, – отказываться от такового и демонстрировать преданность принципу равенства

Табл. 1. Представления о должном распределении обязанностей в семье

% от групп (по столбцам)

	Зарабатывать деньги, финансово обеспечивать семью должны	
	муж и жена в равной мере	муж
Как Вы считаете, вести домашнее хозяйство – обязанность жены, мужа или муж и жена должны в равной мере участвовать в ведении хозяйства?		
Муж и жена в равной мере	92	63
Жена	6	33

³ Вопрос: “Как Вы считаете, вести домашнее хозяйство – обязанность жены, мужа или муж и жена должны в равной мере участвовать в ведении хозяйства?”

Табл. 2. Распределение обязанностей в большинстве знакомых респонденту семей

% от населения

	Сфера финансового обеспечения семьи	Сфера домашнего хозяйства
Практикуют традиционное распределение обязанностей	52	48
Практикуют принцип равенства в распределении обязанностей	26	42
Практикуют “перевернутое” распределение обязанностей	8	3

Табл. 3. Распределение обязанностей в собственной семье респондента (среди состоящих в браке)

% от состоящих в браке

	Сфера финансового обеспечения семьи	Сфера домашнего хозяйства
Практикуют традиционное распределение обязанностей	59	52
Практикуют принцип равенства в распределении обязанностей	26	38
Практикуют “перевернутое” распределение обязанностей	12	8

В целом по выборке доля тех, кто на уровне норм, долженствования возлагает на мужчин двойной груз обязанностей, составляет около 40% – при том, что, подчеркнем, двойную ролевую нагрузку на женщин возлагают только 2%. Примерно 35% выступают за равенство обязанностей супругов и в вопросах заработка, и в вопросах домохозяйства. Традиционное распределение гендерных ролей поддерживают 20% опрошенных.

Кстати, представления респондентов о должном распределении супружеских ролей довольно слабо связаны как с их уровнем образования, так и с уровнем дохода – различия в ответах здесь минимальны.

До сих пор речь шла исключительно о нормативных установках – о том, как, по мнению россиян, *должно* быть. В действительности же, по свидетельствам участников опроса, роли в российских семьях распределены несколько иначе.

При разделении домашних обязанностей принцип равенства выполняется менее чем в половине (а отнюдь не в трех четвертях) семей: только 42% опрошенных говорят, что в семьях большинства их знакомых домашним хозяйством занимаются оба супруга (по словам 48% респондентов, основная нагрузка приходится на жен). О равном распределении домашней работы в своей собственной семье участники опроса сообщали еще реже⁴: 38% из числа семейных респондентов заявили, что в их паре и муж, и жена в равной мере участвуют в ведении домашнего хозяйства, тогда как 52% говорили, что этим занимается в основном жена.

Реальная ситуация с заработками супругов значительно ближе к идеальной, нормативной. О том, что в семьях их знакомых больше зарабатывают именно мужья, говорят 52% опрошенных, о том, что так обстоит дело в их собственной семье, – 59%; о равенстве заработков сообщается вдвое реже: и в том, и в другом случае – 26%.

Правда, при этом заметная доля опрошенных – 8%, если речь идет о знакомых, и 12%, если речь идет о собственной паре, – утверждают, что в семье жена зарабатывает больше мужа. Симметричная ситуация – когда мужчины берут на себя “исконно жен-

⁴ Здесь и далее данные о распределении обязанностей в семьях респондентов приводятся в процентах от числа состоящих в браке. Прочим участникам опроса эти вопросы, естественно, не задавались.

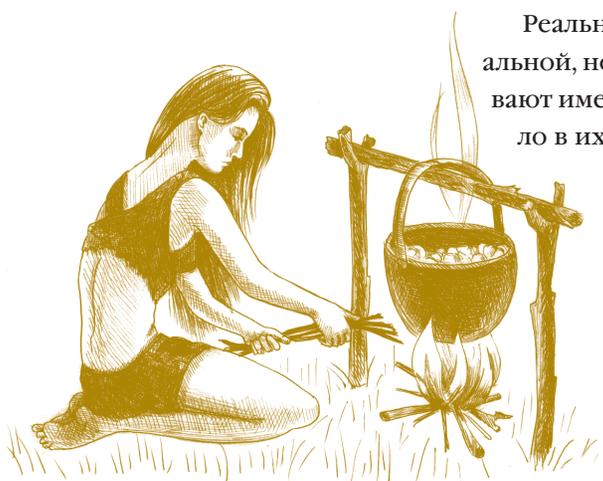


Табл. 4. Распределение обязанностей в большинстве знакомых респонденту семей

% от групп (по столбцам)

	В семьях большинства знакомых супруги зарабатывают		
	примерно одинаково	больше мужа	больше жены
В семьях большинства Ваших знакомых кто в основном занимается домашним хозяйством: мужа, жены или оба супруга в равной мере?			
Оба супруга в равной мере	57	37	35
Мужья	3	3	7
Жены	36	56	53

скую” роль, – встречается несколько реже: о том, что основная часть бремени ведения домашнего хозяйства лежит на муже, респонденты говорили в 3% случаев в применении к семьям знакомых и в 8% случаев в применении к своему браку (табл. 2, 3).

Как видим, наблюдения респондентов за распределением гендерных ролей в других семьях и их оценки распределения таковых в своей семье очень близки; имеющиеся же различия можно объяснить тем, что свою ситуацию они знают несколько лучше, чем чужую, и реже затрудняются ответить.

Вообще оказывается, что на практике на женщин возлагается значительно бóльшая, чем декларируется на уровне норм, ролевая нагрузка. Согласно наблюдениям опрошенных (табл. 4), даже в тех знакомых им семьях, где супруги зарабатывают примерно одинаково, нередко – в трети случаев – жены выполняют и основную часть домашних обязанностей (хотя, напомним, согласно декларациям, нормальной такую ситуацию считают только 6%).

В целом о полном паритете обязанностей в большинстве знакомых им семей сообщили только 15% опрошенных, тогда как 17% говорили о двойной ролевой нагрузке на женщин (о ситуации, когда женщина зарабатывает на равных или даже больше мужа, но при этом выполняет и основную часть домашней работы).

Вместе с тем – отметим особо – о двойной ролевой нагрузке на мужчин респонденты говорили еще чаще: 22% из них заявили, что в большинстве знакомых им семей муж, зарабатывая больше жены, на равных участвует и в домашних заботах или даже берет на себя основную их часть. На наш взгляд, это обстоятельство тем более заслуживает внимания, что, согласно стереотипам, двойная нагрузка приходится главным образом – или даже исключительно – на женщин.

Еще 30% опрошенных говорили о традиционном распределении ролей в большинстве знакомых им семей (последнее, впрочем, не означает равенства нагрузок: как хорошо известно, нередко женщина, зарабатывая меньше мужчины, отдает работе отнюдь не меньше времени и сил). О распределении ролей в собственной семье респонденты отзывались примерно так же. Кроме того, некоторые (1,5% из числа состоящих в браке) сообщили, что в их паре порядок распределения ролей “зеркален” традиционному: зарабатывает жена, а за домом следит муж.

Насколько реальная практика распределения ролей в российских семьях отличается от декларируемых установок, показано в табл. 5.

Ответ на вопрос о причинах такого расхождения неочевиден.

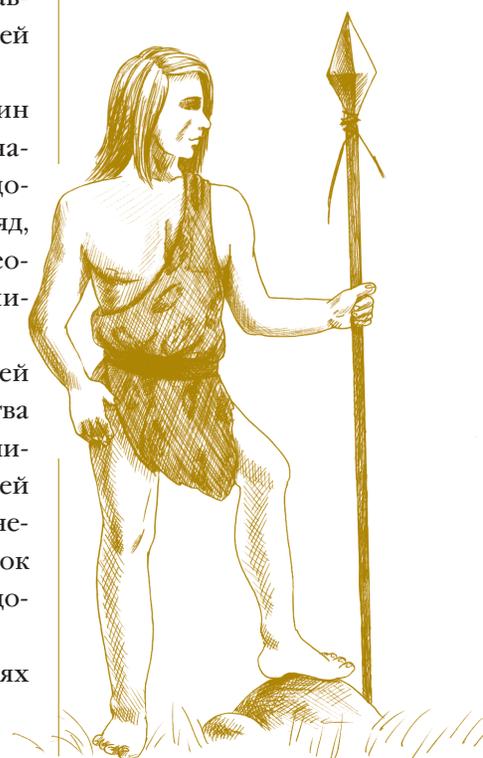


Табл. 5. Распределение обязанностей в российских семьях

% от состоящих в браке

	Нормативные установки	Практика
Равенство в распределении ролей (обязанностей)	35	15
Двойная ролевая нагрузка на жен	2	17
Двойная ролевая нагрузка на мужей	40	22
Традиционное распределение ролей (обязанностей)	20	30

Если бы большинство участников опроса выступали за полный паритет обязанностей, а на практике преобладала бы модель двойной ролевой нагрузки на женщин, можно было бы просто повторить распространенное утверждение, что идеология гендерного равенства маскирует и усиливает эксплуатацию женщин в семье. Конечно, отчасти так оно и есть – именно поэтому в действительности жены значительно чаще, нежели в рисуемой респондентами нормативной картине, и зарабатывают наравне с мужьями, и берут на себя заботы по дому (и отчасти именно поэтому равенство в распределении ролей встречается вдвое реже, чем декларируется).

Но наблюдаемая нами картина – сложнее. Ведь многие считают, что в идеале супруги не должны на равных участвовать в финансовом обеспечении семьи и ее хозяйственных заботах, а что мужчина должен брать на себя “повышенные обязательства”. И здесь интересно, почему на уровне норм именно на мужчин (а не на женщин) возлагается двойная ролевая нагрузка.

Возможно, объяснение кроется в том, что роль “добытчика” имеет четкую статусную окраску, связанную с идеологией мужского превосходства, роль же “домохозяйки” таковой не является? В этом случае, действительно, мужчине было бы зазорно не зарабатывать в достаточной мере, но не зазорно работать (а тем более помогать) по дому, равно как и женщине было бы не зазорно переключать свои домашние обязанности на мужа – но негоже посягать на мужские привилегии “кормильца”⁵.

Любопытно, что при весьма спокойном отношении большинства россиян к случаям “обратного” традиционному распределению ролей в семье (не видят ничего худого, ненормального в ведении мужем хозяйства 53% опрошенных, а в превышающих зарплатки мужа зарплатах жены – 61%), выполнение мужчиной “исконно женской” роли вызывает у респондентов несколько больше нареканий, чем выполнение женщиной роли “исконно мужской”: ситуацию, когда ведением домашнего хозяйства занимается в основном муж, сочли нехорошей, ненормальной 28% опрошенных, а ситуацию, когда основным кормильцем семьи является жена, – 21%. По всей видимости, здесь мы наблюдаем преломление тех же ценностных представлений: мужчине зазорнее столь однозначно отказаться от своего “традиционного” статуса, нарушив гендерные границы и взяв на себя “женину” обязанность, чем женщине – отказаться от своего статуса, перенеся роль мужа.

Тот же факт, что на практике многие мужчины своим статусом основного “кормильца” поступаются, может объясняться тем, что они воспринимают ра-

⁵ Кроме того, возможно, дело в том, что, как мы говорили выше, от женщины объективно сложно требовать равного участия в финансовом обеспечении семьи – тогда как мужчине брать на себя половину домашних забот ничто не мешает.

Табл. 6. Оценки респондентами распределения обязанностей в их семьях (среди состоящих в браке)

% от групп (по столбцам)

	Мужчины	Женщины
Если Вы сейчас состоите в браке (зарегистрированном или гражданском), то кто в Вашей семье больше зарабатывает – Вы, Ваш муж (жена) или и Вы, и Ваш муж (жена) зарабатываете примерно одинаково?		
Зарабатываем примерно одинаково	27	25
Муж зарабатывает больше	58	59
Жена зарабатывает больше	11	12
На ком в Вашей семье лежит основная часть забот по ведению домашнего хозяйства – на Вас, на Вашем муже (жене) или и Вы, и Ваш муж (жена) в равной мере участвуете в ведении хозяйства?		
Участвуем в равной мере	42	35
На муже	11	4
На жене	44	60

боту жены – какую бы долю семейного дохода она ни обеспечивала – как временный (так сложились обстоятельства) или дополнительный, структурно необязательный, источник семейного благополучия; продолжая считать, что в конечном счете всю ответственность за финансовое обеспечение семьи они, мужчины, несут единолично.

Обсуждая тему распределения обязанностей в семье, нельзя хотя бы кратко не коснуться гендерных различий в отношении к этим вопросам. В целом, как и следовало ожидать, женщины несколько чаще мужчин выступают против традиционного статусного порядка – чаще высказываются за равное распределение обязанностей и чаще считают нормальным, если супруги “обмениваются” ролями. Оценки респондентами, состоящими в браке, реального распределения обязанностей в их паре уже не столь ожидаемы. Выясняется, что вклады каждого в финансовое обеспечение семьи супруги оценивают примерно одинаково, а вот по поводу распределения домашних обязанностей возникают разночтения: как мужьям, так и женам их собственная роль в поддержании домашнего уюта кажется большей, чем она видится противоположной стороне (табл. 6).

Трансформация модели?

Согласно полученным данным, в настоящий момент и реальная структура распределения обязанностей в российских семьях, и представления о том, как они должны быть распределены, равно далеки и от чисто традиционной, и от чисто эгалитарной моделей. Скорее, они представляют собой некий конгломерат вариантов, и пока что признаков движения к тому или другому полюсу не наблюдается ни на ценностно-нормативном уровне, ни на практике.

Доказательство тому – не только факт, что и несколько лет назад российские граждане точно так же отвечали на вопросы о нормативном распределении семейных обязанностей и что в практике распределения семейных обязанностей, судя по свидетельствам респондентов, мало что изменилось. Но какие-либо нормативные подвижки отсутствуют и в долгосрочной, межпоколенческой перспективе. Люди всех возрастов демонстрируют сходные представления о том,

Табл. 7. Оценки респондентами нормативного распределения обязанностей в семьях

% от групп (по столбцам)

	Возраст, лет		
	18-35	36-54	55 и старше
Как Вы считаете, вести домашнее хозяйство – обязанность жены, мужа или муж и жена должны в равной мере участвовать в ведении хозяйства?			
Муж и жена должны участвовать в равной мере	72	75	72
Обязанность жены	24	20	24
Обязанность мужа	2	2	1
Как Вы считаете, зарабатывать деньги, финансово обеспечивать семью – обязанность мужа, обязанность жены или муж и жена должны в равной мере участвовать в финансовом обеспечении семьи?			
Муж и жена должны участвовать в равной мере	40	34	38
Обязанность мужа	59	63	57
Обязанность жены	<1	<1	<1
Бывает, что ведением домашнего хозяйства занимается в основном муж. Одни считают, что это плохо, ненормально. Другие считают, что ничего плохого в этом нет, это нормально. Какое мнение – первое или второе – Вам ближе?			
Первое	27	29	28
Второе	57	53	48
Затрудняюсь ответить	16	19	25
Бывает, что жена зарабатывает больше мужа. Одни считают, что это плохо, ненормально. Другие считают, что ничего плохого в этом нет, это нормально. Какое мнение – первое или второе – Вам ближе?			
Первое	22	19	21
Второе	63	64	54
Затрудняюсь ответить	15	16	25

кто должен зарабатывать, а кто – хлопотать по дому (табл. 7). Сходным образом они оценивают и допустимость обмена традиционными семейными ролями (разве что представители старшего поколения с несколько меньшей готовностью признают нормальность “перевернутого” порядка и несколько чаще затрудняются ответить на вопрос об отношении к нему).

И только в самых молодых возрастных группах – среди 18–29-летних – можно усмотреть определенный намек на потенциал будущей трансформации. Хотя суждения этих респондентов о *нормативном* распределении ролей ничем не выделяются, они несколько либеральнее относятся к случаям, когда *на практике* мужья берут хозяйство на себя. А вот однозначных сдвигов в отношении к женам-“кормилицам” и здесь не видно.

Вообще же выходит, что на данный момент мужчины осваивают пространство женских обязанностей активнее, чем женщины – пространство мужских. Если судить по рассказам респондентов о распределении ролей в их собственных семьях (вернемся к табл. 3), наравне с мужем или даже больше него зарабатывают 38% жен, а вот среди мужей равную или большую часть домашних обязанностей берут на себя 46%. В принципе объяснимо. Но от этого не менее неожиданно.

И. Шмерлина

Подарок как “социальная вещь”

Аристотель ясно говорит, и святой Фома подтверждает, что вещественные подобию пробуждают память легче, чем сам по себе голый смысл.

Д. Краули. Египет

Подарок – ненужная вещь

Подарок – яркое проявление человеческой склонности к нерациональной и расточительной деятельности¹. Страшно представить себе ту гору бесполезных вещей и вещичек – топорных сувениров, громоздких ваз, пыльных игрушек, дешевых статуэток, рамок, пепельниц, брелоков, шкатулок, – которые люди постоянно дарят друг другу, а потом убирают в дальний угол или просто выкидывают.

“Мне иногда эти сюрпризы девать некуда, просто в корзину их выкидываешь, и все, и они просто не нужны” (ДФГ, Санкт-Петербург)².

“...Может быть... создать коллекцию ненужных подарков... Хобби... – кто-то <собирает> кружки, а кто-то – ненужные подарки” (ДФГ, Москва).

В этом отношении вполне понятно стремление довольно многих людей получать и преподносить подарки деньгами (график 1).

“...Я практичный человек, мои друзья все практичные... Мне кажется, что подарок – сувенир или какая-то безделушка – это какая-то отмазка, как бы вот я купил, отмазался – на, держи, кидай у себя где-нибудь. И мне

*Иногда подарки делаются в денежной форме. Одни считают, что вручать человеку в качестве подарка какую-то денежную сумму в принципе нежелательно. Другие не видят в этом ничего плохого. Вам лично ближе позиция первых или вторых?*³



График 1. Отношение к практике вручения подарков в денежной форме

¹ Нечто аналогичное подаркам человека зафиксировано и в животном мире, но там оно имеет внятный биологический смысл – привлечь к себе внимание полового партнера, а то и остаться в живых после акта любви. “Любопытнейшие приспособления для сближения полов выработались у пауков *Pisaura mirabilis* (сем. *Pisauridae*). Самец приближается к самке, держа в хелицерах (головных конечностях. – И. Ш.) своеобразный «свадебный подарок» – пойманную им муху, тщательно окутанную паутиной. Самка, обычно бросающаяся только на подвижное насекомое, на сей раз принимает муху. Пока самка высасывает ее, происходит спаривание... Интересно, что в опытах самец, за неимением мухи, обертывает паутиной и неживые объекты, например щепочку, предлагая затем такой сверток самке. Обычно самец успевает спариться и в этом случае, но горе ему, если обман до времени обнаружен” [Жизнь животных. 1969. С. 67–68].

² Фокус-группы на тему “Подарок” были проведены 27–28 февраля 2007 года в Воронеже, Москве и Санкт-Петербурге.

³ Опрос населения от 13–14 января 2007 года (100 населенных пунктов, 44 субъекта РФ, 1500 респондентов). Далее по умолчанию приводятся данные этого опроса.

недопустимо, я с этим не согласен, эти все какие-то штучки-дрючки, которые понятно, что человек ими пользоваться не будет, и копить и смотреть на них тоже в течение года и вспоминать меня тоже не будет, я заранее это знаю, поэтому это недопустимо. А допустимо – денежки в конверте” (ДФГ, Санкт-Петербург).

“Мне сейчас много дарят, но я редко когда довольна. Зачем, не то это, деньгами лучше. Я сама куплю, мне будет подарок, я буду знать, что вот это подарок, я купила, допустим, на эту сумму, по такому-то случаю, допустим, день рождения у меня. Честно вам это скажу. Фигли-мигли – все это не надо, и потом думаешь, куда это девать” (ДФГ, Санкт-Петербург).

Выступая материальным эквивалентом подарка, деньги, однако, не заменяют всей его многослойной подарочной сути.

“Деньги, конечно, хорошо... Но сам я деньги дарить не люблю, считаю, что должен быть подарок. Не знаю, подарок – это же не деньги. Подарок должен быть” (ДФГ, Санкт-Петербург).

Характерно, что при обсуждении на фокус-группах темы денежных подарков люди невольно ставили в ряд свадьбу и похороны – особо затратные события, в которых принято участвовать деньгами.

“Это общепринято – на похороны и на свадьбы” (ДФГ, Санкт-Петербург).

“Деньги всегда нужны, когда какие-то такие события в жизни происходят” (ДФГ, Санкт-Петербург).

Когда вместо подарка дарятся деньги, пропадает важнейший атрибут подарка – атмосфера праздника⁴. Многие люди на этом основании отвергают “денежные подарки” как “неинтересные”:

“...Это неинтересно... И дарить, и получать... неинтересно” (ДФГ, Москва).

“Я сама деньги дарить не буду, потому что мне кажется, это не очень интересно” (ДФГ, Санкт-Петербург).

“Про деньги же говорят, что они, деньги, не пахнут, кажется, да... вот, и после денег не остается никакого шарма, как бы такого вот ощущения, что тебе сделали подарок... представьте, пришли люди на праздник, на юбилей, все по конверту принесли... вино там, еда, и ничего больше нет... Нет изюминки какой-то...” (ДФГ, Москва).

“Я не знаю, мне несколько раз дарили деньги – я не испытывал негатива или чего-то. Нормально отношусь. А сам я, например, деньги – нет, я могу дать просто, если надо, но не как подарок, подарком я не дарил никогда. Я не подарю, я не знаю, мне вот подарок – это... больше воспринимается как какое-то приятное, радость испытывает человек, а от денег не то будет совсем” (ДФГ, Санкт-Петербург).

“Я стремлюсь к тому, чтобы не стремиться к этому материализму. И чтобы все-таки если есть подарок, то ему должен быть посвящен определенный духовный потенциал” (ДФГ, Воронеж).

Тонко чувствуя тот диссонанс, который вносит практичный жест вручения конверта в атмосферу дня рождения, свадьбы, юбилея, некоторые люди поступают

⁴ Как подчеркивает один из ведущих российских “подарковедов”, “подарок предполагает наличие праздника – общественного или личного” [Ильин]. По-видимому, это один из наиболее точных критериев, позволяющих отличить подарок от вещей, которые люди в тех или иных ситуациях отдают друг другу “безвозмездно, то есть даром”.

весьма остроумно, спасая ситуацию с помощью относительно недорогих, но эмоционально насыщенных атрибутов праздника:

“Мы тоже дарим деньги, но мы эти деньги украшаем шарами, цветами. Чтобы завуалировать” (ДФГ, Воронеж).

“..Наверное, бывают ситуации, когда деньги, может быть, людям лучше подарить, например свадьба, но я считаю, что помимо денег, помимо денег всегда все-таки должен быть там букет цветов или что-то...” (ДФГ, Москва).

Подарок: Вещь или Символ?

Итак, как бы ни был порой бесполезен подарок, он все-таки нужен. Во-первых, он создает атмосферу праздника, элементом которого выступает “ритуализированное необычное потребление” [Ильин], во-вторых, подарок – это способ показать людям, что они для нас небезразличны: *дорог*, как известно, *не подарок, а внимание*. В этом отношении время и усилия, затраченные на поиски подарка, часто ценятся больше, чем сама вещь.

“...Вот смотрите, – рассказывает молодой мужчина, – вот мне бабушка постоянно дарит всякую фигню, знаете, вот так не нужную мне. Я ей не скажу, что фигню подарила. Но очень приятно, что она там ходит, выбирает там что-то... Хотя она подарит там майки немыслимые, я потом не знаю, куда их деть, эти майки, но то, что она мне подарила, мне очень это приятно. Или цепочку там подарит, я не знаю, где она покупает эти цепочки, но... Ну конечно, не золотые... Пользы никакой. Ну, я положу, пусть она лежит это там...” (ДФГ, Москва).

В то же время, если *“дорог не подарок, а внимание”*, – нужен ли тогда подарок вообще? Ведь выразить свое отношение к человеку, проявить к нему внимание можно не только с помощью вещей, но и путем соответствующего поведения, жестов, которые легко читаются и значат порой гораздо больше, чем материальная вещь. Может быть, правы те авторы, которые считают, что дарить можно не только грубо-вещественные предметы материального мира, но и *“улыбку, хорошее настроение, продекламированные стихи”* [Мейлах]? Дарить, разумеется, можно – другой вопрос, что от принимающей стороны требуется изрядная доля экзальтации, чтобы воспринять это в качестве подарка.

“Подарок – это серьезная вещь... Который стоит определенных денег. Выбирается, ходится по магазинам специально для человека. Как правило, приурочено к чему-то” (ДФГ, Воронеж).

Настаивая на таком понимании подарка, участник ДФГ проводит различие между подарком и просто знаком внимания, не имеющим “серьезного” материального воплощения. Так, цветы, согласно этой интерпретации, относятся скорее к знакам внимания, а не к подаркам:

“Участник: ...Есть подарок, а есть просто знак внимания...”



Модератор: *А цветы... – это подарок?*

Участник: *Я бы не сказал, что это подарок. Это знак внимания, знак уважения* (ДФГ, Воронеж).

Итак, подарок не живет вне материального тела, он требует предметного воплощения – такова специфика этого феномена. По-видимому, пограничным случаем, когда подарок еще не утрачивает свой статус “того, что он есть, а не че-

го-то другого”, выступает подарок-зрелище – билеты в театр, например. Это – специфичный, достаточно редкий вариант подарка, и неслучайно он “преподносится” и воспринимается как таковой обычно при условии труднодоступности, эксклюзивности ожидаемого перформанса.

Таким образом, нечто, именуемое подарком, располагается где-то посередине виртуально-материального континуума, один полюс которого уходит в символический жест, а на другом царит Вещь во всей своей самодостаточ-

ной ценности. Напряженность этого континуума иллюстрируют раблезианские картины уничтожения даров в архаических сообществах, описанные М. Моссом и показывающие, что изначально подарок (“дар”) принадлежал миру социально-символического и как таковой был несовместим с прагматикой материального обладания. В ритуально ослабленной жизни современного человека эти полюса сблизились и не всегда различимы, однако они не исчезли и в определенных, особо гротескных ситуациях нарушения “подарочной этики” могут порождать обиды и конфликты.

1-я участница: *20 пар носков мужчине, например, <подарить>.*

2-я участница: *Ой, ну это уж почти...*

3-я участница: *После чего человек обидится*” (ДФГ, Санкт-Петербург).

Три ипостаси подарка

Подарок, таким образом, оказывается весьма сложной конструкцией. С одной стороны, современный человек, живущий в *расколдованном мире* и многие вещи воспринимающий прагматически, ожидает от подарка пользы (и в этом смысле *деньги – лучший подарок*).

“Я считаю, что вещь должна быть нужна в хозяйстве. Человек должен ею пользоваться” (ДФГ, Воронеж).

С другой стороны, оказывается, что подарок не должен быть слишком полезным. Атрибут пользы совершает с подарком парадоксальный кунштюк: чем больше пользы в подарке, тем менее он остается подарком.

1-я участница: *...Ботинки... порвались, ему купили другие – это не подарок, это необходимость.*

2-я участница: *А вот если вы купили ботинки такие, как человек сам хочет, но они дороже, не сильно нужны, у него есть другие, попроще, вот это уже подарок*” (ДФГ, Санкт-Петербург).

“...Подарком, мне кажется, нельзя назвать те вещи, которые... постоянно человек носит, то есть обычные ботинки, одежда какая-нибудь. Если у человека это и так есть” (ДФГ, Санкт-Петербург).

“...Всякие там чулочно-носочные изделия – тоже не подарок, получается, одежда – это вообще очень странно, если только не какой-то красивый

Подарок создает атмосферу праздника, элементом которого выступает “ритуализированное необычное потребление”

суперхалат, это нужно попасть сразу в яблочко, это очень сложно” (ДФГ, Санкт-Петербург).

По-видимому, в большинстве случаев, когда люди дарят подарки своим родным, близким и знакомым, они, осознанно или нет, в той или иной степени учитывают три ипостаси подарка – и пользу, и эмоционально-праздничный заряд, и ритуальную сторону дарения.



Подарок как Ритуал, то есть как формально обязательное действие, – это своего рода “институциональный аспект” подарка. Существуют гласные и негласные правила, регулирующие ситуации дарения, определяющие, кому и что следует дарить

в том или ином случае. Для некоторых людей очень важна ритуальная сторона жизни (как показывают наблюдения, такие люди обычно дарят весьма консервативные подарки), для других, напротив, подарок, сделанный “по поводу”, кажется бездушным (впрочем, таких, скорее всего, меньшинство).

“...Есть стандарт, когда даришь определенному человеку. Когда в обществе общаешься, в определенной иерархии. Где есть определенные правила, установленные обществом. Где ты от этого не уйдешь”⁵ (ДФГ, Воронеж).

“...Приятней, наверное, когда больше от души идет подарок, я поэтому... не люблю на день рождения, например, принимать подарок, потому что зачастую получается так, что какая-то обязанность, что ли. Человек идет, обязательно должен купить подарок и подарить. Не всегда получается там искренне что-то дарить – вот надобность. Поэтому я люблю... спонтанно” (ДФГ, Санкт-Петербург).

В ритуальной регламентации дарения всегда “защит” социальный адресат подарка. Некоторые авторы, увлекаясь идеей существования специфического языка подарочной коммуникации, излишне категорично отвергают это известное обстоятельство. Так, настаивая на том, что подарок есть индивидуальное, творчески конструируемое “послание”, которое “нужно научиться грамотно «писать»”, автор иронизирует: “Вероятно, в этом месте кому-то захочется возразить: подарки-де определяют-ся вовсе не какими-то там туманными посланиями, а просто полом и возрастом того, кому подарок предназначен, поводом для подарка, материальным достатком того, кто дарит” [Домогатская].

Как бы ни казались скучными, плоско-социологичными представления, критикуемые автором, по сути своей они глубоко верны. Подарок всегда имеет социальное значение, он всегда дарится не просто индивиду, а представителю определенной социальной группы (такой группой может быть, например, категория “возлюбленные”). Индивидуально-личностные и социальные характеристики дарителя или получателя подарка не исключают, а просто накладываются друг на друга. Очень хорошо об этом пишет В. Ильин, когда анализирует континуум “товар – подарок” с точки зрения степени обезличенности – индивидуализированности воплощенных в нем отно-

Некоторые люди считают, что дарить можно не только грубо-вещественные предметы материального мира, но и “улыбку, хорошее настроение, продекламированные стихи”

⁵ Показательно, что автор этой реплики – военнослужащий.

шений: “В крайней точке подарочной части континуума – предельно индивидуализированные ситуации дарения. Например, матери не все равно, какой подарить подарок дочери, он предназначен совершенно конкретному индивиду. Однако в ситуациях дарения личностные отношения неизбежно приобретают форму отношений устойчивых статусных позиций: индивид X дарит индивиду Y как отец сыну (коллега – коллеге, подчиненный – начальнику и т. д.). Индивидуальные отношения в таких ситуациях неизбежно облекаются в социальную форму, а она наполняется индивидуальным содержанием. Особенность крайней точки подарочной части континуума состоит в том, что здесь социальные отношения теряют свой анонимный характер. Однако они остаются именно социальными отношениями. Их социальный характер проявляется в повторяющемся, универсальном характере ситуаций дарения: в миллионах семей идет обмен подарками по одним и тем же поводам между стандартными социальными позициями (мать, отец, дочь, сын, брат и т. д.) согласно принятым ритуалам” [Ильин].

Подарок – это “инструмент” социальных связей и индикатор их характера и прочности, а также хороший критерий оценки значимости социальных ситуаций. Чаще всего люди дарят подарки по общепринятым поводам, имеющим для них личностный смысл. Подарок органично связывает социальное и индивидуальное, и по факту наличия / отсутствия подарка можно судить о том, насколько социальное событие (праздник, ритуал) вошел в сферу лично значимого.

Чем больше пользы в подарке, тем менее он является подарком

В связи с этим стоит вспомнить, что даже в самые беззаботные застойные времена никто не дарил подарков на 7 ноября, хотя сам по себе праздник обычно отмечался, часто – как некая релаксация после обязательно-принудительной демонстрации.

Сегодня россияне чаще всего дарят друг другу подарки на день рождения (91%), а также Новый год и 8 марта (82%)⁶. На именины – событие, “смежное” с днем рождения, но имеющее религиозный смысл, – подарки дарят гораздо реже (18%). Не очень принято, судя по нашим данным, дарить подарки и на Рождество: на открытый вопрос: “Скажите, пожалуйста, как Вы обычно празднуете Рождество? Что Вы делаете в этот день?” лишь 4% россиян сказали, что они поздравляют друг друга или делают подарки (“дарили подарки близким своим”; “желаем друг другу всего самого доброго”; “поздравляем домашних”; “поздравляем друг друга”; “дарим детям подарки”; “готовлю подарки для друзей”)⁷.

Бывают и достаточно экзотичные, необычные поводы обмена подарками, уникальные для определенной субкультуры или даже сообщества.

“Широкий круг собачников – знакомых, кинологов так называемых. День рождения любимцев, рождение щенков, какие-то победы на выставках,

⁶ К сожалению, в карточке, с помощью которой респонденты отвечали на вопрос о типичных поводах преподнесения подарков, праздники Новый год и 8 марта были предложены в одном и том же варианте ответа, что несколько затрудняет интерпретацию данных.

⁷ Опрос населения от 26–24 декабря 2006 года (100 населенных пунктов, 44 субъекта РФ, 1500 респондентов).

на чемпионате мира, обязательно отмечают, обязательно презенты. Просто посидеть и какой-то полезный и приятный подарок” (ДФГ, Санкт-Петербург).

“Вытадет первый снег – мы, горнолыжники, мы можем сделать подарки” (ДФГ, Санкт-Петербург).



Подарок как Игра – в этом случае подарок служит элементом оживления реальности. Это – карнавальная, праздничная ипостась подарка; он помогает сменить “регистр” существования, встряхнуть рутину обыденной жизни⁸. Люди, чувствительные к этому аспекту подарка, никогда не подарят деньги (или разукрасят конверт бантиками и шариками), и они же, очевидно, любят дарить подарки без повода, “просто так”.

“У меня вот если хорошее настроение есть, просто могу пойти что-то купить. ...Почему бы не поднять там <настроение> близкому человеку и не передать свое хорошее настроение каким-то подарком, в общем-то?” (ДФГ, Москва).



Подарок как Польза. Как выяснилось выше, польза, при всей своей кажущейся очевидности, – весьма сомнительный аспект подарка. Мнения людей по этому вопросу довольно сильно расходятся. Кто-то искренне убежден в том, что “сковородка – это хороший подарок” (ДФГ, Москва)⁹. У других такие подарки вызывают раздражение:

“А вот я не хотела бы, чтобы мне дарили даже очень красивый набор кастрюль, стаканов. Не хочу. Это не мне подарок. Да ну, зачем это?.. Да это ж, знаете как – муж подарит жене что-то такое – соковыжималку... На хрен это надо?” (ДФГ, Санкт-Петербург).

“Ну конечно, <я> не возражаю насчет полезности. Сковородка полезная, да, если мне ее подарят, вроде бы она нужна, да, но я лучше... Ну да, польза, но это же не подарок... Вот подарок... мне так кажется, подарок – больше душевное, чем материальное... то есть подарок, он должен нести какую-то радость... то есть элемент какого-то, ну, не материального...” (ДФГ, Москва).

⁸ Как подчеркивает В. Ильин, подарок органически соединен с праздником и может порождать последний даже без видимых причин: “Праздник – это запланированное событие, разрывающее повседневную практику и порождающее радостное настроение. Его характерная черта состоит в том, что жизнь в его пределах организуется «не так, как обычно». Одной из сторон праздника является ритуализированное необычное потребление, частью которого нередко выступает ситуация дарения. ...Иногда случаются подарки без видимых внешних причин, лежащих в структуре социального или личного времени. В этом случае не праздник ведет к подарку, а наоборот – подарок порождает праздник” [Ильин].

⁹ Впрочем, что касается конкретных примеров, то любой из них уязвим и адекватно читается только в определенном контексте, ситуационном или культурно-историческом. Так, судя по источникам, в начале XIX века среди дворянства были в моде хозяйственные подарки. Вот, например, что пишет в своих записках Е. Дашкова: “...Когда мы приехали, княгиня прислала пару серебряных подсвечников и восковых свечей впрок! Затем я ожидала получить в дар заступ или рашпер, но не угадала, так как на следующий день нам подарили по сковородке” [Лаврентьева. 2005. С. 161].

Дело, конечно, не в том, что сковородка – не лучший подарок. Людей обижают не сковородки, а ситуации, когда под видом подарка дарится “*просто необходимая для дома вещь*”, например соковыжималка, которую муж “*и так купит*” (ДФГ, Санкт-Петербург).

Следует, впрочем, признать, что подарок как форма реализации жизненно важных задач – весьма распространенная в нашем общества практика¹⁰. Неслучайно люди, обсуждая на фокус-группах тему полезности подарков, быстро соскальзывали в маргинальные зоны этой темы, рассказывая о раздаче “бэушных”,

выпавших из домашнего употребления вещей, о милостыне, подаваемой вещами, о том, как покупали при случае для своих родных и знакомых необходимые им товары и не брали за это деньги.

“*Без повода, мне кажется, сейчас знаете, кому дарят чаще? Вот бездомным людям. Ну, я такое сам наблюдал, как человек, видно, что он ничего не имеет, к нему кто-то*

подходит и вместо того, чтобы деньги ему там... – ну, то, что не нужно там, дарят” (ДФГ, Москва).

“*..Я тоже как раз даю, бывает, что-то, из чего там выросли дети, или там... Хорошие вещи, они стиранные, глаженные, но... Кому-то раздать эти вещи, их нельзя же выбрасывать...*” (ДФГ, Москва).

“*..Ну, я без повода родным опять же дарила, без повода. Ну, просто вот знаю, что ей это нужно, я где-то увидела, купила. Деньги просто не беру за это, это получается подарок...*” (ДФГ, Москва).

“*Ну, вот я, например, узнаю у своих знакомых, кому чего нужно... И то, что мне дома не нужно, не требуется, я стараюсь сбавривать, бывшее в употреблении. И охотно берут... Например, подушки, матрас*” (ДФГ, Москва).

Таким образом, в сознании российского человека концепты подарка и помощи оказываются весьма близки.

“*Вы знаете, подарок от помощи – недалеко ушли эти два понятия*” (ДФГ, Воронеж).

И все же многие стараются отделить эти понятия – и “теоретически”, и практически.

“*Подарок – это более конкретное. И его нужно посвятить... чему-то. А помощь – это уже жизненно важно*” (ДФГ, Воронеж).

“*Мне кажется, по ситуации, есть люди, которым можно задать вопрос честно и прямо: «Тебе что-нибудь надо?» Конкретно, практически подарить... Например, мама мне сказала: «Подари мне электрическую плитку, на даче у нас электричество проводят...» Я, конечно, подарю ей электрическую плитку, но к нему, естественно, я сделаю какой-то приятный подарок – сюрприз, лично для человека. Практика практикой, для дома, для семьи, но что-то еще такое личное, приятное обязательно тоже надо*” (ДФГ, Санкт-Петербург).

¹⁰ Даже теоретики признают такую ипостась подарка: “Подарок как материальная инвестиция, то есть перелив ценного материального ресурса. Эту функцию выполняют полезные подарки (начиная от денег и кончая предметами – одеждой, обувью, домашней техникой и т. д., – которые нужны получателю). Такой подарок по своей сути является материальной помощью в специфической форме” [Ильин].

Чаще всего люди дарят подарки по общепринятым поводам, имеющим для них личностный смысл

Интуитивно чувствуя, что чистая польза убивает подарок, люди используют маркеры подарка там, где подарочная суть предмета неочевидна, или сопровождают полезную вещь безделицей, единственное назначение которой – быть подарком, сделать так, чтобы прагматичный конверт с деньгами или такая серьезная вещь, как электрическая плитка, были восприняты в этом качестве. Иначе говоря, для того, чтобы перевести полезную вещь в регистр подарка, надо нагрузить ее либо игровым, либо ритуальным смыслом.

Ритуальный аспект присутствует, по-видимому, в любом типе подарка, даже подарке спонтанном, сделанном без видимого (общественно признанного) повода. Часто такой “беспочвенный” подарок бывает вплетен в ритуальный контекст любви или дружбы. Необходимость некоей ритуально закрепленной “социальной рамки” дарения становится особенно очевидной, если разыграть ситуацию “от противного” и довести ее до абсурда, что и сделали участники одной из фокус-групп.

1-й участник: *Вот я сижу, думаю: вот пойду я, куплю и подарю подарок той же соседке. Но это же ненормально, да? Что такое подарок?*

2-й участник: *...Вы знаете, давайте я Вам пословицу расскажу. Смех без причины – признак дурачины.*

1-й участник: *Да, правильно. Это отклонение – если я пошла купила подарок и подарила его без причины кому-то... Да, вот в троллейбусе часы снять и кому-то подарить” (ДФГ, Воронеж).*

Будучи ритуалом, подарок не требует такого, казалось бы, обязательного атрибута, как цель. У подарка-ритуала не может быть эксплицированной, “отточенной” цели. Он вручается, потому что должен быть вручен (как мы выяснили, некоторые люди из-за этого плохо относятся к обязательным подаркам, считают их формализмом).

Фактически цель, просматриваемая в подарке (“если цель – рассмешить, даришь что-то прикольное... если хочешь вызвать трогательные чувства – даришь что-то сентиментальное, помочь в быту – что-нибудь для хозяйства” [Мейлах]), имеет факультативное значение. Главная цель подарка – быть подарком. Наличие выраженной прагматической цели есть, по-видимому, хороший критерий, чтобы разделить “истинные подарки” и вещи, подарочный статус которых сомнителен, – например “подарки–подношения” людям, от которых мы получаем или ожидаем каких-либо услуг. Где-то в начале этого континуума, тяготеющего в криминальную сторону, находится “подарок–поощрение” (за “пятерку” или вымытую посуду), “подарок – моральная взятка”, призванный завоевать расположение человека, подарки, которые делаются во искупление грехов¹¹.

Ты – мне, я – тебе

Для современного человека подарок – это феномен прежде всего приватной сферы жизни¹², в которой отношения между людьми выстраиваются, как правило, более или менее симметрично и в сфере дарения ожидается взаимность. Если

¹¹ На эту тему см.: [Фенько].

¹² В частности, в России подарки дарят преимущественно родным, близким и любимым (93%), а также друзьям и добрым знакомым (49%).

Подарок как форма реализации жизненно важных задач – распространенная практика в нашем обществе

этого не происходит, отношения постепенно деформируются или переопределяются. Так, односторонняя ситуация дарения может показать, что отношения, которые одним партнером мыслились как приятельские или по крайней мере симметричные, другим партнером воспринимаются как иерархические (в служебном или неформально-межличностном или сексуально-ролевом плане).

Что бы ни говорили люди о бескорыстности, “безоглядности” своих подарков¹³, рассмотренные в более или менее долгосрочной перспективе отношений, подарки либо конструируют и подтверждают нашу взаимную симпатию, либо, напротив, разрушают ее. Особенно чувствительны к подарочному ритуалу бывают хрупкие, несложившиеся отношения. Так, отсутствие подарка можно простить давней подруге или мужу, но для новой дружбы или любви это серьезное испытание.

В любом случае ситуация длительного несимметричного дарения воспринимается людьми как ненормальная.

“Очень плохая ситуация, потому что... подарок – это проявление своих хороших чувств, если ты эти чувства к какому-то человеку постоянно проявляешь, а он в ответ никаких тебе чувств не проявляет, следовательно, что или ты в нем ошибся, или ты ему не нужен, или еще что-нибудь” (ДФГ, Санкт-Петербург).

“В принципе нормальная ситуация, когда дарит подарки один человек, а другой не дарит в ответ. Постоянно? Зависит от отношений этих людей, наверное, многое, какие у них между собой отношения. То есть это двоякая ситуация – может быть нормальной, а может быть и, наверное, не очень. Для меня лично, наверное, не очень. Приятно как подарить подарки, так и их получать. Если все время что-то даришь, а совсем никогда ничего не получаешь, как-то уже становится грустно” (Санкт-Петербург).

“Все относительно и все зависит от человека. Если не близкий вам человек, и вы сделали ему один подарок, сделали другой подарок, сделали третий подарок, а он вам ничего не дарит, я скажу за себя: не думаю, что будут продолжать дарить подарки. Дарить подарки неблизкому человеку и не ожидать ничего взамен...” (ДФГ, Воронеж).

“<Это> до поры до времени. Долго такое продолжаться не будет” (ДФГ, Воронеж).

Всегда ли, однако, подарок предполагает взаимность? В частности, как оценить те чрезвычайно распространенные щекотливые несимметричные ситуации дарения со стороны получателей услуг лицам, которые в силу своей институциональной позиции эти услуги оказывают? Поскольку мы имеем в виду ситуации, когда подарок не предполагает ответной адекватной по своей значимости услуги, говорить о взятке здесь было бы слишком сильно, хотя

иногда люди бывают в этом вопросе достаточно категоричны:

“Подарок учительнице – это уже взятка” (ДФГ, Воронеж).

¹³ *“Когда дарю подарок, я не настраиваю себя на то, что я что-то буду получать в ответ”* (ДФГ, Москва); *“По-моему, так нельзя делать подарки, если ждешь что-то в ответ”*; *“Если я подарил, мне ничего не подарили – ну и что...”* (ДФГ, Санкт-Петербург); *“Я не знаю, когда я дарю, не задумываюсь, получу подарок от этого человека или нет. Просто если делаешь подарок, то делаешь от чистого сердца, искренне. Подсчет не вижу, если честно. Не могу сказать точно”* (ДФГ, Воронеж).



Однако делать подарки учительнице к 8 марта можно и не сильно надеясь на то, что Пете выставят за год по литературе не “тройку”, а “четверку” (хотя подспудно надежда, скорее всего, все равно присутствует). В меру скромные, ритуально выдержанные подарки на взятку все же не тянут. Однако и подарками в собственном смысле слова (в том смысле, в каком подарок преподносится близкому человеку) такие подношения назвать трудно. Люди делают здесь весьма тонкие различия – между просто подарком и подарком-благодарностью, подарком-поощрением, подарком-стимулом...

“Без повода приходится дарить людям, от которых ты зависишь. Опять же это учителя, врачи. Но я бы это подарком не назвал бы. Это просто знак внимания. Вот и все.

Подарок более эмоционально идет... Взяткой я тоже это не назвал бы. Взятка – это совсем другая епархия” (ДФГ, Воронеж).

“1-й участник: ...Нет, это не подарок, это, ну, врачам благодарность...

2-й участник: Взятка.

3-й участник: Это взятка.

1-й участник: Нет, это просто благодарность...

4-й участник: Я считаю, подарок – это когда от всего сердца, а тут, в общем-то, вынужденная все-таки мера” (ДФГ, Москва).

“1-й участник: ...Ты человеку как-то помог, а он тебе за это подарок – это уже не подарок...

2-й участник: Это проявление благодарности” (ДФГ, Санкт-Петербург).

“Благодарность я не считаю подарком, потому что это не подарок, это тебя благодарят, не более того. Подарок – это когда тебе дарят или просто так, или по какому-либо поводу...” (ДФГ, Санкт-Петербург).

“Хирург сделал операцию, да, – ему подарок, коробка конфет. Это же подарок... – как поощрение. Я думаю, <оно> даже всегда сопровождается ценным подарком, само выражение «ценный подарок» – награждается за что-то. То есть, я думаю, что можно рассматривать подарок как поощрение” (ДФГ, Санкт-Петербург).

“Я считаю, что не подарок – это когда ты вот что-то даешь за что-то. Это не подарок, а вот когда просто от души что-то – это подарок... А когда тебе человек что-то сделал – ты ему там даришь, ну, это не подарок, это благодарность там, либо еще как-то” (ДФГ, Москва).

Очевидно, в отношении таких подарков-благодарностей не возникает моральная проблема “передаривания”, в других случаях весьма острая и не просто решаемая.

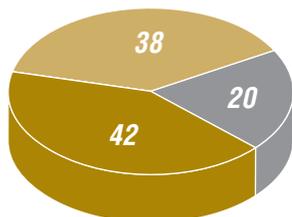
Сакральная сила подарка

Случается, что ненужный подарок, вместо того чтобы отправиться в дальний угол, на дачу или даже в мусорную корзину, вновь становится подарком и вручается другому человеку. По-видимому, так делают многие – во всяком случае, в ходе опроса 38% респондентов сказали, что не видят ничего плохого в том, что



Большинство россиян время от времени делают подарки другим людям – лишь 5% респондентов сказали в ходе опроса, что обычно никому ничего не дарят

Некоторые люди осуждают тех, кто передаривает подарки – то есть дарит другим то, что когда-то подарили ему. Некоторые люди ничего плохого в этом не видят. Вам лично ближе позиция первых или вторых?¹⁴



- первых
- вторых
- затрудняюсь ответить

График 2. Отношение к практике передаривания подарков

человек передаривает подарки – то есть дарит другим то, что когда-то подарили ему (график 2).

“Я передариваю, ну и что. Бывает, лежит долго” (ДФГ, Санкт-Петербург).

“Если вещью не пользуешься, да, то, наверное, чем она будет валяться, лучше ее <передарить>” (ДФГ, Санкт-Петербург).

“Все равно валяется – выбросить или подарить” (ДФГ, Санкт-Петербург).

“...Честно говоря, потому что если вещь действительно не нужна, то зачем она будет пылиться? Лучше еще кому-то отдать” (ДФГ, Санкт-Петербург).

Действительно, в таком поведении есть рациональный смысл – во всяком случае, его легче выявить, чем существующие плохо эксплицируемые предубеждения против передаривания. Между тем даже те, кто практикует такой разумный и эффективный способ избавления от ненужных вещей, порой испытывают смутное чувство неловкости от этого.

“А что делать, время такое, грех бывает” (ДФГ, Санкт-Петербург).

Что, однако, плохого в том, чтобы отдать другому человеку то, что тебе не нужно, а другому, может, понравится или даже пойдет на пользу? На этот вопрос не просто ответить как “простым” людям, так и исследователю. Многие люди решительно осуждают практику передаривания (судя по данным опроса, к ним относятся около 40% россиян), однако немногие могут внятно объяснить, в чем тут моральный изъян.

“Не положено так”; “просто не передаривают, и все” (ответы на открытый вопрос¹⁵).

“Это некультурно”; “это даже неприлично, елки-палки”; “это признак невоспитанности”; “невежливо”; “аморально передаривать подарки” (ответы на открытый вопрос).

“Передаривают? Это нехороший тон. Это... настораживает” (ДФГ, Воронеж).

“Я, например, считаю, это очень отрицательно – что мне подарили, и я... Это вообще нереально” (ДФГ, Москва).

“Нет... это не принято просто” (ДФГ, Москва).

Участник: У меня три года фарфоровый сервиз чайный лежит... Вот он стоит три года. И мы все думаем, что же с ним сделать? А пользоваться им неохота все равно... Я говорю жене: «Давай подарим его кому-то?» – «Ну, кому? Мне стыдно. Неудобно». Стоит и будет стоять.

Модератор: Такой плохой, что и пользоваться им неохота?

Участник: Нет, хороший. Но этот, которым мы пользуемся, не износился” (ДФГ, Воронеж).

В попытках объяснить, что, собственно, плохого в том, чтобы подарить другому хороший сервиз, которым ты все равно не пользуешься, люди приводят два типа аргументов. В первом случае они подчеркивают, что подарок – это воплощение отношения, и пренебречь подарком – значит пренебречь отношением к тебе человека и (обыденное сознание немедля делает

¹⁴ Опрос населения от 13–14 января 2007 года (100 населенных пунктов, 44 субъекта РФ, 1 500 респондентов).

¹⁵ Формулировка вопроса: “Почему Вы осуждаете тех, кто передаривает подарки?”

здесь шаг в сторону “гипосташирования сущностей”) пренебречь самим человеком.

“Значит, не ценят дарителя”; “не нравится, это плохое отношение к дарившему”; “даже если и не понравилось, то не делать вид и не передавать – пусть как память останется”; “надо иметь совесть, это же подарено от души” (ответы на открытый вопрос).

Второй тип аргументации – мистический: считается, что передавание подарков приносит несчастье.

“Но это несчастье приносит, я такое слышала” (ДФГ, Москва).

“По приметам – нельзя”; “есть примета, что нельзя передавать”; “не передавая подарки, отдаешь свое здоровье”; “говорят, что этого нельзя делать”; “что Богом тебе дано, нельзя разрушать” (ответы на открытый вопрос).

На одной из фокус-групп даже прозвучала зловеющая история о том, как соседка одной из участниц, подарив ее сыну залежавшиеся перчатки, вскоре умерла. Некоторые из участников дискуссии отнеслись к этой истории со скепсисом, а другие – с полным признанием мистической силы передавания:

“1-й участник: Это что – подарила перчатки и померла? Да ну, вы загнули...”

2-я участница: Она свое счастье отдала... Свое счастье отдала она, получила” (ДФГ, Москва).

Между тем обе названные интерпретации находят органичное соединение в научной трактовке, согласно которой феномен подарка по своей сути относится к сфере так называемого *сакрального*. Э. Дюркгейм если не объяснил, то блестяще показал, что сфера сакрального, принимаемого как должное и неким, непостижимо-высшим образом легитимированного, есть необходимое зазеркалье повседневной, прозрачной в своих смыслах профанной жизни. В “расколдованном” мире современного человека подарок балансирует на грани профанного и сакрального, но что-то от мистической силы сакральной “социальной вещи” в нем, безусловно, остается.

“Покупка подарка, – подчеркивает один из исследователей, – очень сложный ритуал, смысл которого сродни религиозному. Приобретая подарки, мы превращаем деньги в объекты, несущие особый смысл и значение, то есть осуществляем их сакрализацию. Деньги сами по себе никакого священного смысла не несут, а наоборот, являются приметой повседневного, «профанного» мира. Обмен священными объектами на деньги разрушает их сакральный статус, подвергая их недопустимому контакту с областью профанного. Такими объектами являются не только подарки, но и вещи, доставшиеся по наследству. Именно поэтому трансформация сакрализованных денег обратно в профанные (например, продажа подарка или родового имущества) обычно связана с мучительными угрызениями совести” [Фенько].

Подарки освящены для нас отношением других людей. Воплотить отношение – такова осознанная интенция дарения, в силу чего “подарок деньгами” есть

Наличие в подарке выраженной прагматической цели дарения есть верный критерий, чтобы разделить “истинные подарки” и вещи, подарочный статус которых сомнителен, – например, “подарки-подношения” людям, от которых мы получаем или ожидаем каких-либо услуг

по сути своей оксюморон. Люди чувствуют это, когда говорят, что такой подарок ненадежен, не способен хранить отношения:

“Люди не помнят о деньгах так, как вот о каких-то вещах... Когда делается какой-то подарок, на него смотришь и вот вспоминаешь, что это подарил человек, а деньги, они как-то...” (ДФГ, Москва).

“...Чтобы человеку было интересно увидеть этот подарок через три, пять лет. И он мог вспомнить о тебе” (ДФГ, Воронеж)¹⁶.

Любопытно, что в непростой моральной дилемме – хранить или передаривать заведомо ненужные и порой раздражающие вещи – здравый смысл нашел компромиссное решение. Участники одной из фокус-групп предложили не передаривать, а отдавать такие подарки – *“просто отдать”*. Тем самым подарок мягко выводится из сферы сакрального (избегая ритуально-ценностной девальвации и превращаясь в обычную полезную вещь), а поступок человека приобретает приятный благородный оттенок бескорыстного и не требующего ответной признательности жеста.

Приведенный ниже обширный фрагмент дискуссии любопытен тем, что он показывает, как рождалось подобное решение – главный герой не сразу уловил, что вариант *“просто отдать”* позволяет ему избавиться от ненавистных папок нравственно приемлемым образом, но когда понял это, с благодарностью воспринял совет.

1-й участник: *Вы меня извините, мне подарили вот три папки... Вот один подарил папку, второй, третий, три папки у меня. Они, правда, такие не слишком употребительные, так сказать. Они мне так не понравились, честно говоря, но у меня их три, что я с ними должен делать?.. Ну на помойку выкинуть? Ну вот они у меня сейчас лежат, три папки, я не знаю, сейчас у меня проблема – от них избавиться.*

2-й участник: *Отдать, просто отдать.*

1-й участник: *Я вынужден их кому-то переподарить, либо выбросить на помойку.*

2-й участник: *Отдать.*

1-й участник: *Новые папки...*

3-й участник: *А вот вы должны просто уже... Просто отдать уже, я считаю.*

1-й участник: *Вот это я не знаю, ну, либо отдать, либо подарок...*

Модератор: *Но это допустимо – без повода отдать?*

3-й участник: *Без повода – вот это, я считаю, можно, конечно.*

Модератор: *А переподарить?*

3-й участник: *Ну, это мне кажется, это нереально.*

1-й участник: *Просто не принято вообще-то, да, но в данной ситуации что мне делать?*

¹⁶ Конечно, деньги могут быть “сакрализированы” и превращены в подарок тем, кому их вручили (денежный подарок обычно сопровождается словами вроде “купи себе то, что тебе хочется”). Однако известно, что это происходит не всегда, а если и происходит, то не очень ясно, чье отношение воплотит тогда подарок: дарителя или одариваемого к самому себе?

Подарочная практика россиян затрагивает преимущественно частную сферу их жизни: подарки дарят главным образом родным, близким и любимым (93%), а также друзьям и добрым знакомым (49%)

2-й участник: *Отдать кому-то, и все.*

1-й участник: *Вот подскажите.*

2-й участник: *Безвозмездно... Отдать.*

1-й участник: *Хорошо, спасибо за совет”* (ДФГ, Москва).

“Да, да, теперь я понял, – вступает еще один участник дискуссии, оценивший элегантность предложенного решения, – ну конечно, подарок дарить там, завязывать бантик... второй раз там дарить кому-то – это очень, я считаю, некрасиво, а вот если вещь не нужна... Чем держать ее дома – это лучше отдать, кому она пригодится” (ДФГ, Москва).

* * *

Несерьезная тема подарка оказалась весьма серьезным предметом научной и обыденной рефлексии. Впрочем, это та сфера, в которой эмпирия гораздо заманчивее самих красивых теоретических конструкций. ■

Литература

Жизнь животных. В 6 томах. Том 3. Беспозвоночные / Под ред. Зенкевича Л. А. М.: Изд-во “Просвещение”, 1969.

Дашкова Е. Р. Записки. Письма сестер М. и К. Вильмот из России. // Цит. по: Лаврентьева Е. В. Повседневная жизнь дворянства пушкинской поры. М.: Молодая гвардия, 2005.

Домогатская К. Язык подарка; <http://www.acapod.ru/1150.html>

Ильин В. Подарок как социальный феномен; <http://www.acapod.ru/2067.html>

Мейлах Э. К вопросу о создании естественной классификации подарков; <http://www.acapod.ru/1242.html>

Фенько А. Б. Для чего делаются подарки? <http://www.acapod.ru/601.html>

МЕЖДУ ПРОЧИМ

☞ Так говорил респондент...

– На Ваш взгляд, что такое мужская дружба? Каковы ее отличительные черты?

– Мужчины многие не работают, бродяги, бомжи. Они объединяются, дружат.

* * *

– По Вашему мнению, какие меры следует принять правительству, чтобы уровень рождаемости в России повышался?

– Надо беседовать с молодежью, чтобы девочки выходили замуж, а не занимались сексом. Благоустраивать дворы.

– Какие именно положительные стороны Вы видите в неуставных отношениях, дедовщине?

– Поддержка дружеских отношений между младшим офицерским составом и рядовыми солдатами.

* * *

– Скажите, пожалуйста, к каким положительным последствиям, по Вашему мнению, может привести отмена графы “против всех”?

– Будут стараться выбирать из никого лучшего.

– Вы сказали, что возможность попасть в число присяжных нужно предоставлять не всем. А кто, какие люди должны, по Вашему мнению, иметь возможность заседать в суде присяжных?

– Кто не сидел в тюрьмах, тот и должен сидеть в судах.

(Из опросов ФОМа)

Е. Фень

Образ студента: обстоятельства времени

Понятие “студент” во все времена не только указывало на род занятий человека, но и несло в себе некую информацию – или, по крайней мере, предположения – относительно его материального положения, стиля жизни, манеры вести себя, круга интересов и жизненных планов. Из данных характеристик складывался образ студента, свойственный определенной эпохе. Какие-то из них менялись с течением времени, а какие-то оставались неизменными. Студенчество, допустим, советских времен разительно отличалось от российского студенчества XIX века, и если 30 лет назад в разговоре упоминалось, что кто-то является студентом, а тем более – “типичным студентом”, в сознании слушателей эта характеристика вызывала совершенно иную цепь ассоциаций, нежели 130 лет назад.

А каким видится студент сегодняшний? Можно ли говорить о том, что студенчество по-прежнему воспринимается как отличная от других группа, что понятие “студент” сопряжено с определенным, достаточно целостным образом? И если да, то отражаются ли в нем те преобразования, которые происходят в высшей школе (изменения правил обучения в вузах, растущая дифференциация в сфере высшего образования и т. д.)? В основу наших рассуждений легли данные опроса, посвященного теме современного студенчества¹.

Отметим прежде всего, что, по мнению половины участников опроса (49%), отличить студента “по внешнему виду, поведению, манере общения” от того, кто в вузе не учится, сегодня нельзя. Противоположной точки зрения придерживаются чуть более трети респондентов – 35% (остальные затруднились ответить на соответствующий вопрос). Интересно, что среди обладателей высшего образования, то есть среди тех, кто сам когда-либо принадлежал к сообществу студентов, суждения разделились почти поровну: 46% полагают, что отличить студента можно, 44% – что нельзя (*табл. 1*).

Тем, кто такую возможность признает, был задан открытый вопрос о признаках, по которым, на их взгляд, можно отличить студента (*табл. 2*)².

¹ Общероссийский опрос населения от 23–24 сентября 2006 года (100 населенных пунктов, 44 субъекта РФ, 1 500 респондентов).

² Таблица 2, а также таблицы 4–7 составлены по ответам на открытые вопросы.

Табл. 1. Представления о наличии отличий студентов от нестудентов

% от групп (по столбцам)

	Население в целом	Образование	
		высшее	среднее специальное и ниже
Как Вы считаете, сегодня в большинстве случаев можно или нельзя отличить студента от того, кто в вузе не учится, – по внешнему виду, поведению, манере общения?			
Можно	35	46	33
Нельзя	49	44	50
Затруднились ответить	16	<u>10</u>	17
Отклонения от средних значений на 5 п.п. и больше в ту или другую сторону выделены жирным шрифтом или курсивом.			

Табл. 2. Отличительные признаки студента

% от считающих, что студента можно отличить (по столбцам)

	Все считающие, что студента можно отличить	Образование	
		высшее	среднее специальное и ниже
Как, по каким признакам Вы могли бы отличить студента от человека, который в вузе не учится? (Открытый вопрос[❖])			
Поведение, манера общения	27	23	29
Внешний вид, одежда	25	<u>19</u>	27
Манера речи, хорошая речь	22	29	21
Грамотные, образованные, умные	18	19	18
Воспитанные, интеллигентные, культурные	17	16	18
Занятые, деловые, целеустремленные, уверенные в себе	12	12	12
Раскованные, свободные	2	1	3
Материально обеспеченные	2	2	2
Праздные, легкомысленные, ничем не занятые	2	1	2
Высокомерные, наглые	2	<1	2
Отклонения от средних значений на 5 п.п. и больше в ту или другую сторону выделены жирным шрифтом или курсивом.			
❖ В ответах каждого респондента могло содержаться одно, два или более суждений. Поэтому процент по столбцам не равен 100%.			

Рассматривая распределения ответов, будем обращать внимание на то, в какой мере совпадают, а в какой различаются суждения высокообразованных респондентов, с одной стороны, и тех, кто высшего образования не получил, – с другой. Ведь естественно предположить, что люди, знающие студенчество – пусть и не сегодняшнее – “изнутри”, представляют себе дифференцирующие признаки этого “племени” в чем-то иначе, нежели никогда к нему не принадлежавшие; не случайно же первые чаще верят в возможность распознать студента.

По мнению 27% опрошенных³, студентов отличает стиль поведения, манера общения, причем отличает, судя по тону реплик, в лучшую сторону: “культура поведения в обществе”, “манера поведения, воспитанность”. Данный признак участники опроса, не имеющие высшего образования, называют немного чаще, чем обладатели вузовских дипломов.

³ Здесь и далее под опрошенными подразумеваются те, кому этот вопрос был задан, – то есть допускающие возможность отличить студента по внешним признакам. Данные приводятся в процентах от этой группы, составляющей, напомним, около трети всех участников опроса (35%).

О возможности узнать студента “по одежке” говорят 25% опрошенных. Студент представляется “более опрятным, аккуратным”, он “следит за своим внешним видом”, “старается быть всегда подтянутым”; “во внешнем виде чувствуется стиль”.

Многие так или иначе описывали тот отпечаток, который накладывает на студента собственно процесс обучения в вузе. Здесь можно выделить три мотива.

Во-первых, студента можно, полагают 22% респондентов, отличить по манере речи, выдающей образовательный уровень: “речь образованного человека”, она “намного богаче, культурнее”, чем у иных молодых людей; студент “более развитый, и это заметно в разговоре”. Это, отметим, единственная характеристика, которую респонденты с высшим образованием приводили гораздо чаще, чем люди, таковым не обладающие (29 и 21% соответственно).

В связи с этим нередко возникает тема нецензурной лексики – по мнению некоторых респондентов, ее отсутствие служит своего рода маркером, позволяющим с большой долей уверенности определить студента в повседневном взаимодействии: “они более вежливы, гораздо меньше бранных слов в их речи”, “даже по разговору можно отличить студента от человека, который не учится в вузе: студенты почти не употребляют нецензурных выражений”.

Во-вторых, студенты признаются более развитыми в интеллектуальном отношении (18% опрошенных). Одни констатируют, что “студенты больше знают”, “эрудированнее”, у них “выше интеллект, интереснее с ними общаться”, другие делают акцент на установке: “он тянется к знаниям”. Кто-то говорит о развитой смекалке, сообразительности, кто-то – о специфических навыках: “они знают хорошо компьютеры, Интернет, умные”. В этом контексте некоторые склонны противопоставлять студентов, которые платят за свое обучение, тем, которые учатся бесплатно.

Положительной оценки заслуживает, по мнению этих респондентов, только студент-бесплатник: “интеллект студента и интеллект нестудента отличаются. Хотя это можно сказать только для студентов-бесплатников; коммерческие же студенты интеллектом не блещут”.

И, наконец, в-третьих, отмечается воспитанность, интеллигентность и культурный уровень, обеспечиваемый учебой в вузе (17% респондентов): “все-таки вуз дает больше культуры, уровень”. Тут респонденты нередко выстраивают своего рода цепочки синонимов, описывающих связанные качества. Первая достаточно типичная цепочка: вежливость – воспитанность – скромность. Вторая: интеллигентность – образованность – уровень культуры. Причем в первом случае, судя по всему, заслуга приписывается скорее самому студенту, во втором – вузу.

По мнению 12% респондентов, студенты отличаются деловыми качествами – такими, как целеустремленность, ответственность, дисциплинированность: “сейчас поступают в вуз либо денежные, либо очень серьезные и целеустремленные”, “студент – более целеустремленный, остальные – кто с пивом, кто с чем, студенты ведут себя иначе”.

Другие группы высказываний невелики (по 1–2%), но любопытны – в частности, тем, что в какой-то мере альтернативны по содержанию описанным выше.

Окончание см. на стр. 57 →

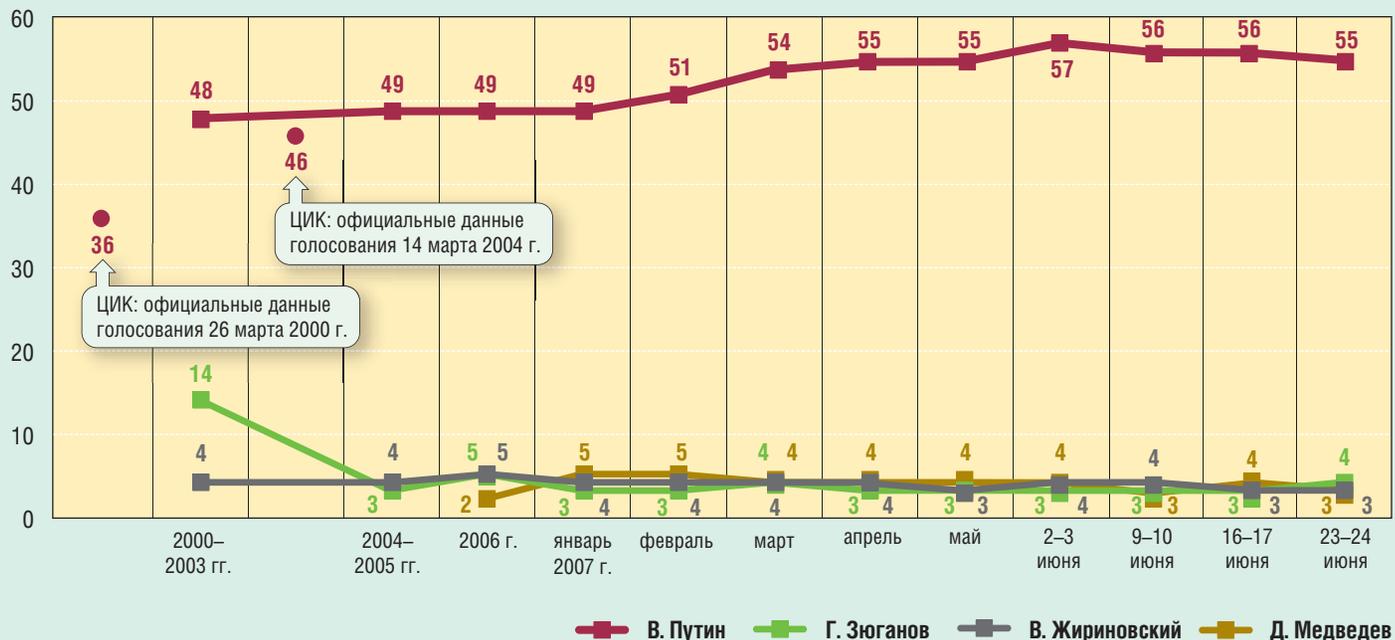


Электоральные рейтинги

Данные в % от населения

Политики

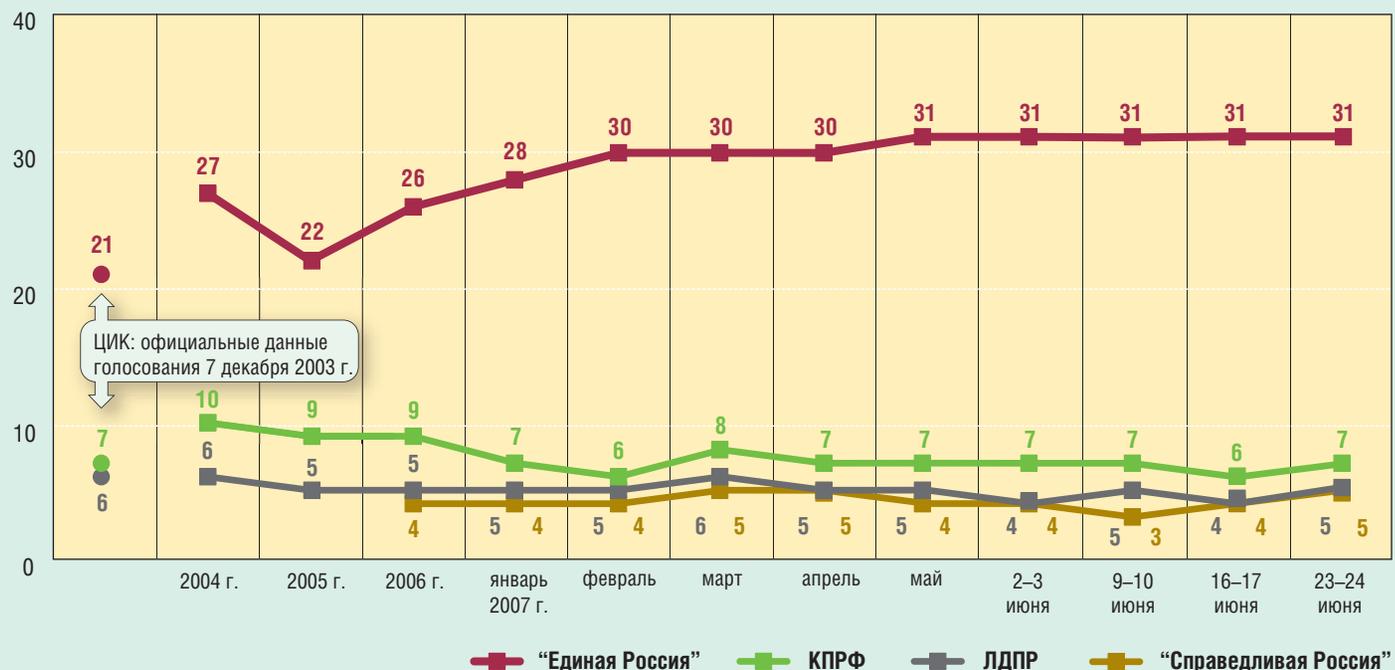
Представьте себе, что в ближайшее воскресенье состоятся выборы президента с участием перечисленных политиков. За кого из этих политиков Вы бы проголосовали?* (Карточка, один ответ)



* Приведены рейтинги политиков, составляющие не меньше 2%

Политические партии

Если бы в ближайшее воскресенье состоялись выборы в Государственную думу, то за какую из перечисленных партий Вы бы скорее всего проголосовали*** (Карточка, один ответ)

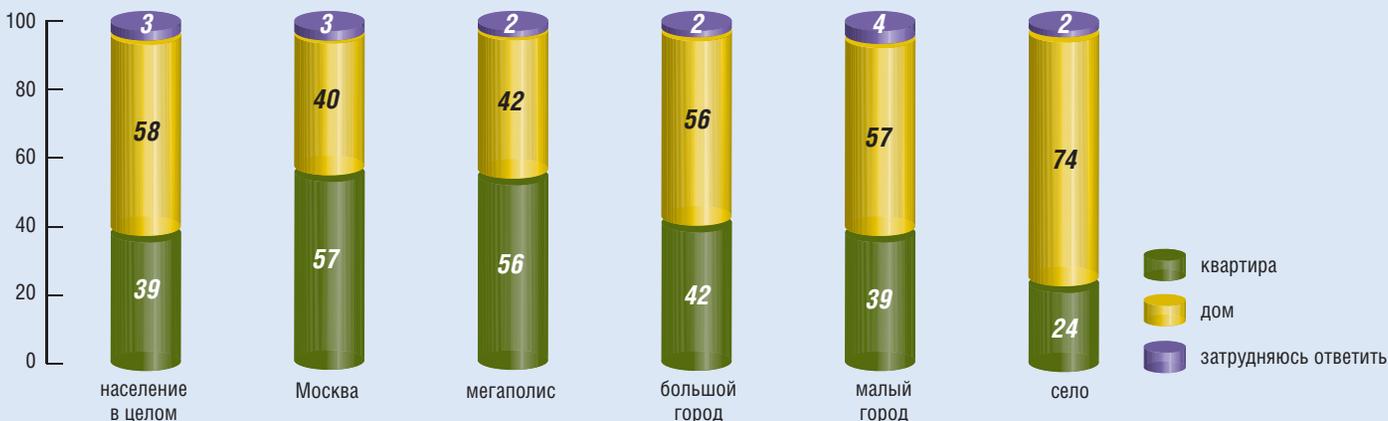


*** Приведены рейтинги партий, составляющие не меньше 2%

Идеальное жилье в представлении россиян

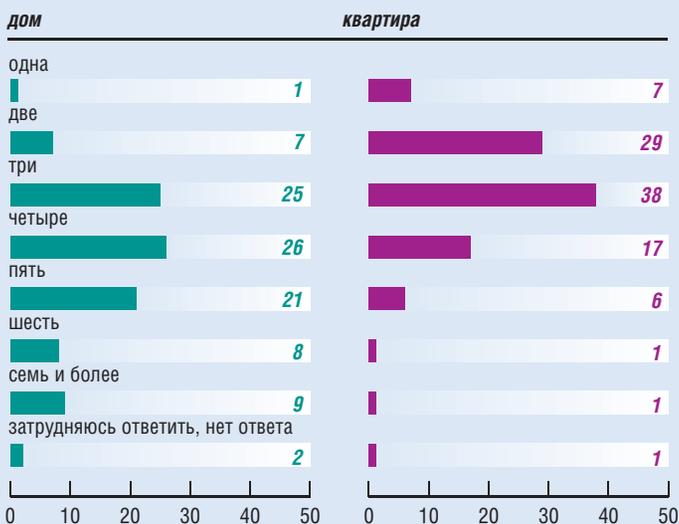
Данные в % от населения

Одни люди предпочитают жить в квартире многоквартирного дома. Другие люди предпочитают жить в своем частном доме. А если говорить о Вас лично, то идеальное жилье для Вас – это квартира или дом?

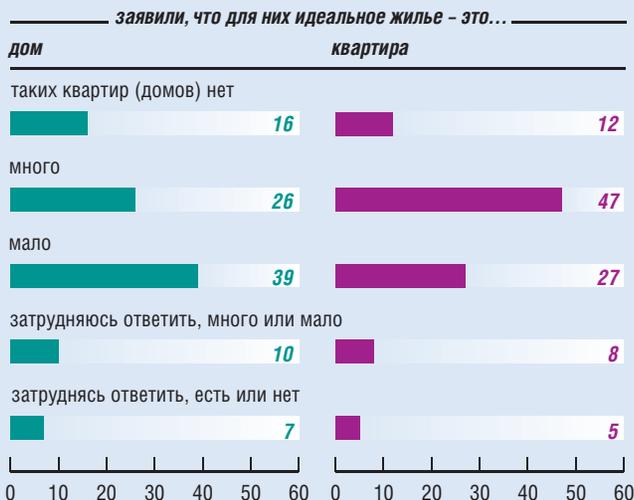


Сколько жилых комнат должно быть в Вашей идеальной квартире (в доме)?

заявили, что для них идеальное жилье – это...



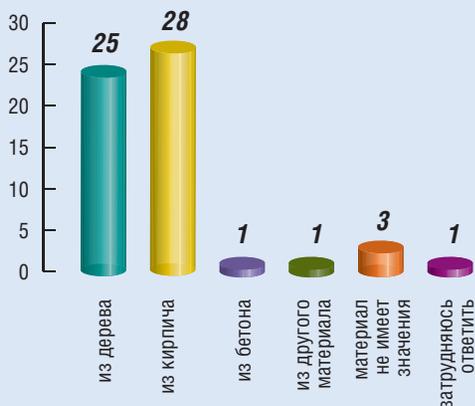
Там, где Вы живете, есть или нет такие квартиры (дома), которые Вы могли бы назвать идеальными для себя? И если есть, то таких квартир (домов) много или мало?



Вы бы предпочли, чтобы Ваш идеальный дом находился в городе или не в городе? (Ответы заявивших, что идеальное жилье для них – дом)



Из какого материала должен быть построен Ваш идеальный дом: из дерева, кирпича или бетона? (Ответы заявивших, что идеальное жилье для них – дом)



Если бы у Вас было идеальное жилье, то Вы предпочли бы жить в нем один (одна), "малой семьей" – с супругой(-м) и детьми или "большой семьей", когда под одной крышей живут несколько поколений (родители, дети, внуки)?



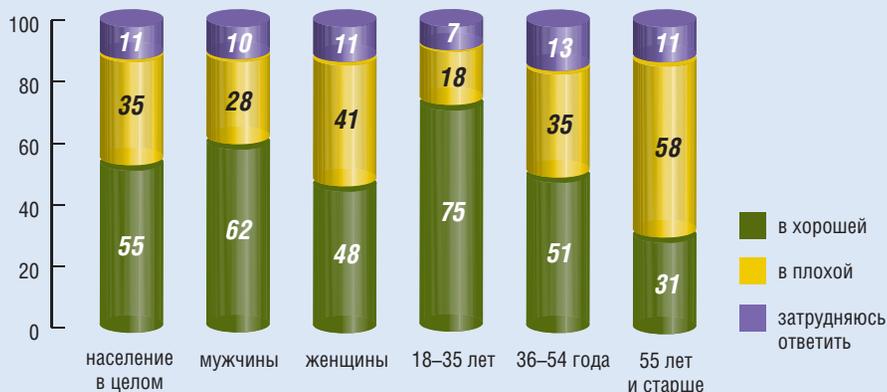
Россияне о занятиях спортом и хорошей физической форме

Данные в % от населения

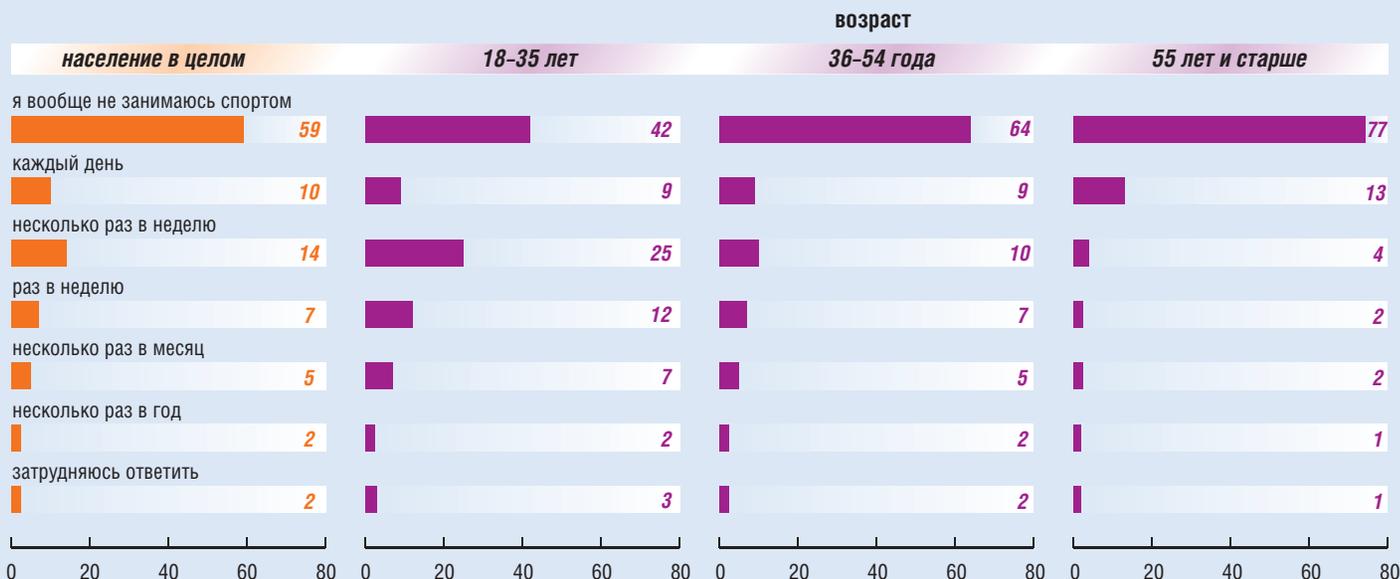
Как Вам кажется, там, где Вы живете, большинство людей Вашего возраста находятся в хорошей или в плохой физической форме?



А если говорить о Вас лично, Вы для мужчины (женщины) Вашего возраста находитесь в хорошей или в плохой физической форме?

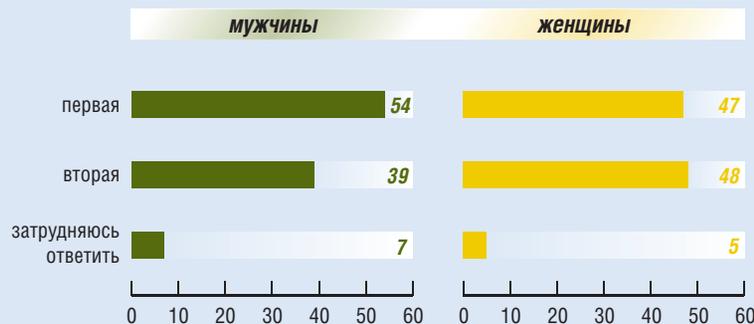


Вы занимаетесь или не занимаетесь физкультурой или спортом? И если занимаетесь, то как часто?*



* Опрос от 21-22 апреля 2007 года

Есть разные представления о том, что такое "хорошая физическая форма". Для одних "хорошая физическая форма" – это общее физическое состояние, хорошее самочувствие. Для других "хорошая физическая форма" – это не только общее физическое состояние, но и красивое тело, хорошая фигура. Какая точка зрения – первая или вторая – Вам ближе?



Одни считают, что для поддержания хорошей физической формы обязательно нужно посещать специально оборудованные залы, секции, клубы. Другие считают, что для поддержания хорошей физической формы необязательно посещать специально оборудованные залы, секции и клубы. С какой точкой зрения – первой или второй – Вы согласны?

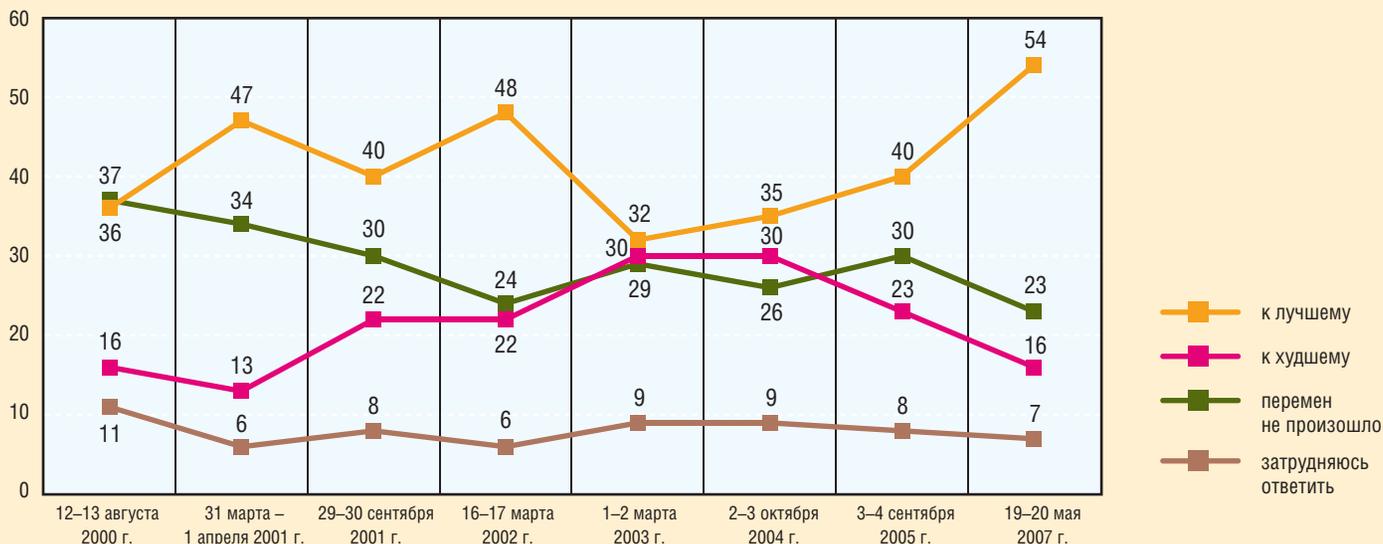


На графиках, там, где не приводятся даты, представлены данные опроса от 7-8 апреля 2007 года. Выборка: 1500 человек

Стабильность и перемены в России

Данные в % от населения

Как Вам кажется, за последний год в жизни России произошли перемены к лучшему, к худшему или перемен не произошло?



Одни говорят, что в последние годы в России наступила стабильность. Другие считают, что стабильности в России нет. С каким мнением – с первым или вторым – Вы согласны?



В истории страны бывают такие периоды, когда необходимы резкие перемены, радикальные реформы во многих областях. А бывают такие периоды в жизни страны, когда важнее обеспечить стабильность.

Как Вы считаете, сегодня в России важнее проводить радикальные реформы, осуществлять резкие перемены или сегодня в России важнее обеспечить стабильность?



Одни считают, что в последние годы в России наступил застой, страна практически не развивается. Другие считают, что страна продолжает развиваться, никакого застоя нет. С каким мнением – с первым или вторым – Вы согласны?



Как Вы думаете, сегодня российская власть в большей мере озабочена проведением реформ или обеспечением стабильности?

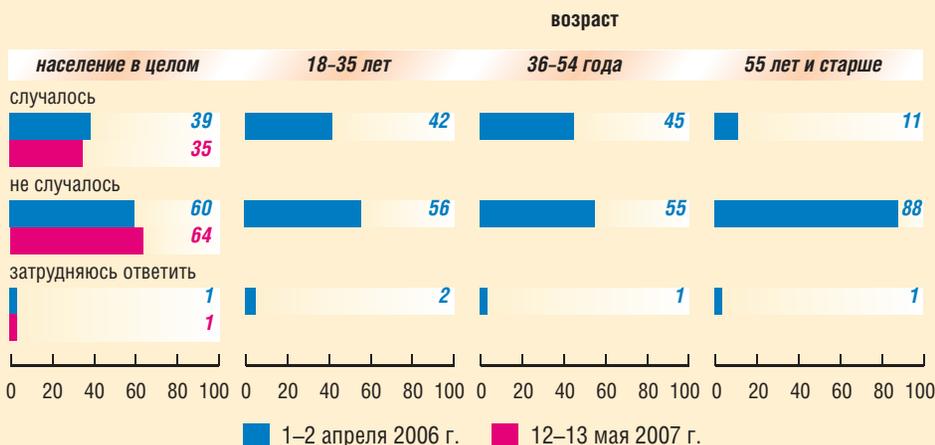


На графиках, там, где не приводятся даты, представлены данные опроса от 19–20 мая 2007 года. Выборка: 1500 человек

Отношение к невозврату кредитов

Данные в % от населения

В последние годы в нашей стране появилась возможность пользоваться кредитами – брать кредиты в банке или покупать товары в кредит в магазине. Лично Вам за последние два-три года случилось или не случилось пользоваться кредитом: брать кредит в банке или покупать товары в кредит в магазине?



Случалось или не случилось, что Вы задерживали выплаты по кредитам? (Ответы заявивших, что им за последние два-три года случилось пользоваться кредитом)

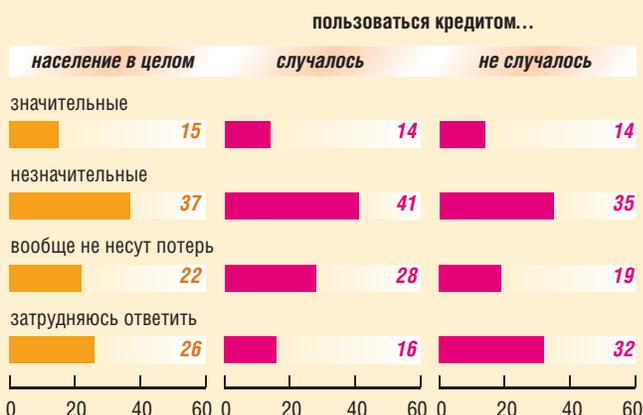


Поговорим о ситуациях, когда люди берут кредиты, а затем по каким-то причинам их не возвращают.

Как Вам кажется, сегодня среди россиян, берущих кредиты, много или мало людей, которые не возвращают взятые кредиты? Или таких людей нет?



Как Вам кажется, российские банки несут значительные или незначительные потери из-за невозвращенных кредитов? Или они вообще не несут потерь из-за невозвращенных кредитов?



Одни считают, что бывают ситуации, когда допустимо, пропустительно не возвращать кредит. Другие считают, что не возвращать кредит недопустимо, непростительно ни в каком случае. С каким мнением – с первым или вторым – Вы согласны?

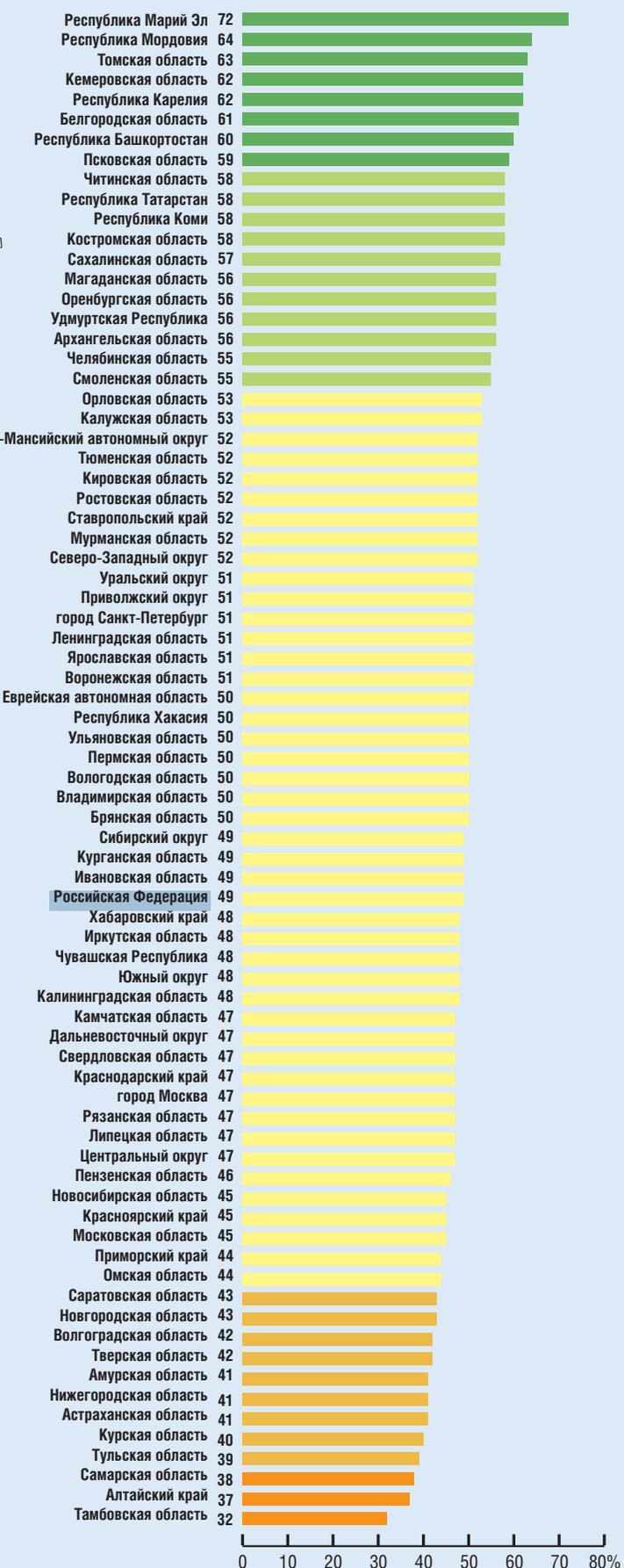
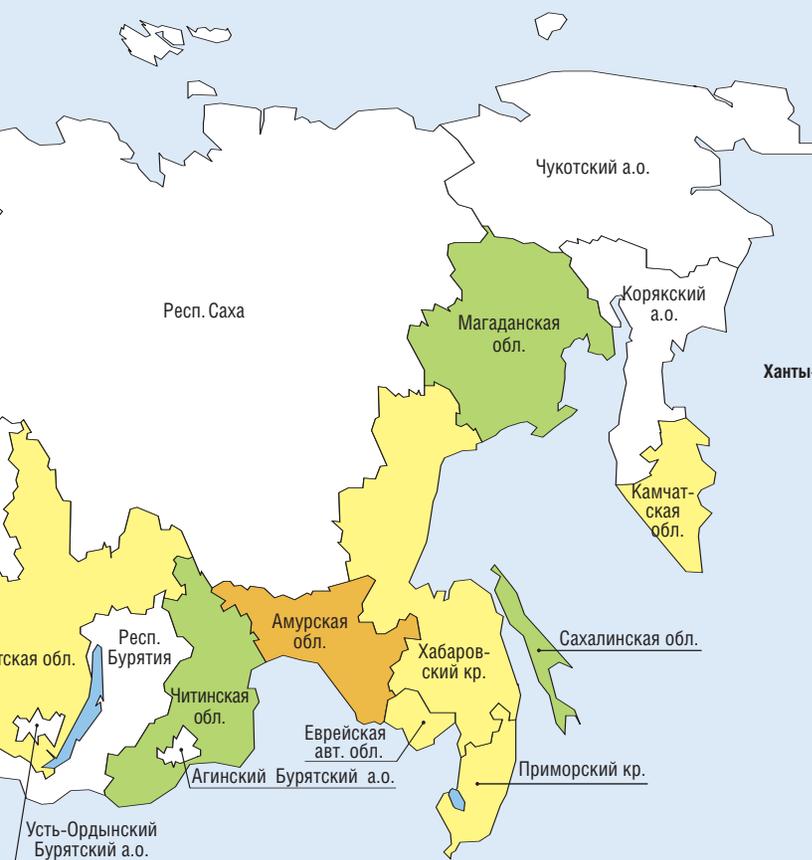


Как Вы думаете, если бы люди не опасались наказания за невозврат кредитов, большинство возвращали бы или не возвращали бы кредиты?



На графиках, там, где не приводятся даты, представлены данные опроса от 12–13 мая 2007 года. Выборка: 1500 человек

Опрос 5–19 февраля 2007 года. Выборка: 34 000 человек



Заготовки на зиму и их значение для рациона россиян

Данные в % от населения

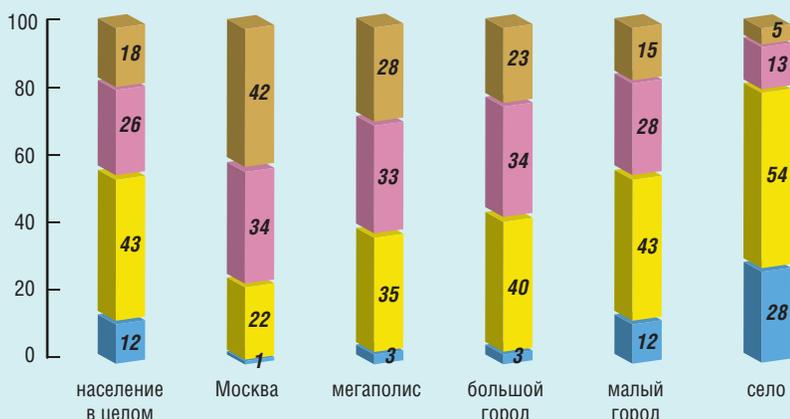
Вы, Ваша семья делаете какие-нибудь заготовки на зиму или никаких заготовок не делаете? И если делаете, то какие именно? (Карточка, любое число ответов)



Как Вам кажется, там, где Вы живете, люди стали в последние годы делать больше заготовок на зиму, меньше или делают столько же, сколько раньше?

■ больше ■ меньше
■ столько же ■ затрудняюсь ответить

Для Вас, для Вашей семьи домашние заготовки – это ваше основное питание, это существенная добавка к покупаемым в магазине продуктам или это небольшая добавка к покупаемым в магазине продуктам? (Карточка, любое число ответов)

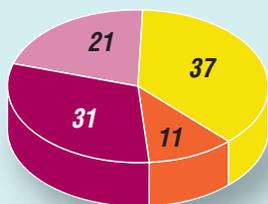


Посмотрите на карточку и скажите, из каких продуктов Вы обычно делаете заготовки на зиму? (Ответы заявивших, что они делают какие-либо заготовки на зиму. Карточка, любое число ответов)



■ основное питание
■ существенная добавка к покупаемым в магазине продуктам
■ небольшая добавка к покупаемым в магазине продуктам
■ заготовок не делаем

Скажите, пожалуйста, прошедшей осенью Вы делали или не делали заготовки на зиму? И если делали, то сегодня от них осталась большая часть, меньшая часть или ничего не осталось? (Ответы заявивших, что они делают какие-либо заготовки на зиму)



→ *Окончание статьи.*

Некоторые респонденты в качестве отличительной черты студентов называют раскованность, свободу. Данная характеристика приобретает в ответах различную окраску – от *“свободы в одежде, в поведении, продвинутости”*, *“раскованной манеры общаться”* до *“расхлябанности”* (*“наше поколение было скромнее”*). Причем здесь снова выделяют “платников”: *“тот, кто учится за деньги, развязно себя ведет”*.

Иногда опрошенные говорят, что студента можно отличить по высокомерию, наглости: *“выскочки, и ставят себя выше других”*, *“студенты задаются очень, сразу их видать”*. Интересно, что такие высказывания принадлежат только респондентам без высшего образования.

Следующая характеристика – праздность, легкомысленность. Причем участники опроса с высшим образованием говорят об этих чертах без осуждения – как о легкости, присущей молодости (студент *“отличается беззаботностью”*), а те, кто высшего образования не получил, – с явным раздражением: *“болтается целыми днями”*, *“без дела скитается”*. Часть респондентов ассоциируют праздность не со студентами вообще, а только с теми, которые оплачивают свое обучение: *“в институт не ходят, только по кабакам, знают – за деньги диплом обеспечен”*.

Вообще сюжет, который можно было бы обозначить как “студент и деньги”, всплывает в суждениях респондентов достаточно часто: упоминаются то различия между учащимися бесплатно и за плату в их отношении к учебе, в поведении, то возможность “покупать” результаты экзаменов. Иногда опрошенные заявляют, что студента можно отличить по материальному благополучию, которое скорее приписывается родителям студента, чем рассматривается как его собственное достижение: *“студенты – <дети> богатых родителей, поэтому сильно отличаются внешне и по манере поведения”*, *“богатством, это дети богатых родителей”*. Некоторые говорят о высшем образовании как об элементе обязательного набора, которым состоятельные родители “наделяют” свое чадо (наравне с автомобилем, дорогой одеждой, мобильным телефоном и т. д.). Другим обучение в вузе в принципе представляется затратным мероприятием: *“у тех, кто учится в вузе, есть деньги”*, *“в вузах учатся состоятельные люди”* – ведь на протяжении обучения многие студенты не являются материально независимыми и частично или полностью поддерживаются родителями.

Итак, в образе студента акцентированы прежде всего такие характеристики, как хорошее воспитание, грамотность речи, широкий кругозор и целеустремленность. В то же время респонденты нередко оговаривают, что эти черты свойственны не всем студентам, а только тем, кто учится “без денег”. Показательно и то, что положительный образ студента в ряде ответов связан с прошлым: *“раньше были более культурные, образованные”*, *“раньше студенты беднее одевались – теперь поступают за деньги, чувствуется материальное благополучие”*. Нельзя утверждать, что в сознании россиян сложился альтернативный образ студента-“платника” (впрочем, нельзя утверждать и обратного – вопрос не нацеливал респондентов на сопоставление двух категорий студентов). Но демаркационная линия между теми, кто платит за обучение, и теми, кто не платит, участниками опроса проводится достаточно четко. Причем респонденты подчеркивают, что платное обучение – это новая практика, отличающая сегодняшнюю систему образования от прежней.

Табл. 3. Представления о наличии отличий сегодняшних студентов от студентов советских времен

% от групп (по столбцам)

	Население в целом	Образование	
		высшее	среднее специальное и ниже
Как Вы думаете, сегодняшние студенты отличаются или не отличаются от студентов советских времен, 70–80-х годов?			
Отличаются	80	92	78
Не отличаются	9	7	9
Затрудняюсь ответить	11	<u>2</u>	13

Отклонения от средних значений на 5 п.п. и больше в ту или другую сторону выделены жирным шрифтом или курсивом.

В связи с этим интересно, считают ли наши сограждане, что нынешние студенты принципиально отличаются от студентов прошлых времен, и если считают, то в чем они видят отличия, в частности – в какой мере приписывают их коммерциализации высшей школы. На вопрос о том, отличаются ли сегодняшние студенты от студентов советского времени (конкретнее, 70–80-х годов), 80% опрошенных ответили утвердительно (табл. 3), причем среди респондентов с высшим образованием – 92% опрошенных.

Тех, кто полагает, что различия между студентами сегодняшними и студентами прошлых лет есть, попросили указать, в чем именно они заключаются. Все многообразие полученных ответов нам показалось оправданным разделить на четыре группы (табл. 4–7).

Чуть более трети высказываний респондентов⁴ так или иначе затрагивают тематику финансовых отношений в образовании. Феномен платного образования, как известно, не был характерен для советских времен, равно как не подлежала публичному обсуждению проблема платных услуг и коррупции в данной сфере (табл. 4). Именно это принципиально новое явление выходит на первый план при сопоставлении ситуации “тогда” и “сейчас”.

Необходимо отметить, что ответы участников опроса с высшим образованием и без оно в данном случае не различаются – ни по содержанию, ни по долям акцентировавших внимание на данном сюжете. Фактически, по мнению респондентов, товарно-денежные отношения присутствуют на каждом этапе обучения: при поступлении – “поступить без денег нельзя”, “сейчас все решают деньги, мало кто поступает в вузы по знаниям”; во время обучения – “были бы деньги – учиться не надо, заплатил – и поставят оценку”, “те сами пробивались, зубрили, а нынче все зачеты за деньги получают”; наконец, при получении диплома – “за деньги они могут даже и не учиться, у всех купленные дипломы”. Причем зачастую трудно определить, что имеет в виду конкретный респондент – институт платных образовательных услуг либо коррупцию в сфере образования. Очевидно, и в сознании самих респондентов эти явления разделены не всегда. Но иногда речь вполне определенно идет о взятках: “студенты не дорожат своим местом учебы, знают, что за взятку можно получить оценку любую; в наше время это была большая редкость, мы действительно учились сами”, “все сейчас дают взятки, и все привыкли”.

В некоторых случаях говорится, что товаром становятся не только и не столько диплом или оценки, сколько собственно знания: “сегодня студен-

⁴ Здесь, как и ранее, под “опрошенными” понимаются те, кому задавался соответствующий открытый вопрос (80% от всех респондентов). Распределение ответов – в процентах от этой группы.

ты учатся за счет денег, все в институтах продается, покупается, особенно знания”, “все знания покупаются”, “все покупается за деньги, даже знания”.

О принципиальном изменении отношений в сфере образования, с точки зрения отвечающих, свидетельствует новое направление “денежных потоков” в данной сфере: “нам платили за учебу – а теперь наоборот”, “не платили за учебу и получали стипендии”. Изредка в этом контексте слышится сочувствие к нынешним студентам: “они за образование платят, а нам преподносили его на блюде с голубой каемкой”.

С данной темой связан еще один сюжет – о качестве специалистов с высшим образованием. Так, замена усилий, которые затрачиваются на обучение, возможностью “купить” трудный предмет отождествляется со снижением качества подготовки студентов: “сейчас учатся те, у кого денег много, они могут купить диплом, и вряд ли из них выйдут хорошие специалисты, как в советское время”, “получают оценки и дипломы за деньги; боюсь делать операцию: разве можно доверять таким специалистам?”

Если в первую группу были объединены суждения, которые затрагивали разнообразные практики в области образования, связанные с его коммерциализацией, то вторую группу образуют негативные оценки современного студенчества (табл. 5). При этом основные различия, по мнению опрошенных, лежат в плоскости не только отношения к образованию и учебе, но и в целом – взглядов на мир.

Табл. 4. Отличия сегодняшних студентов от студентов советских времен

% от считающих, что сегодняшние студенты отличаются от студентов советского времени (по столбцам)

	Все считающие, что сегодняшние студенты отличаются от студентов советского времени	Образование	
		высшее	среднее специальное и ниже
Чем именно сегодняшние студенты отличаются от студентов 70–80-х годов? (Открытый вопрос. Продолжение*)			
Получают оценки и дипломы за деньги	16	15	16
Сейчас платное образование	11	10	12
Материально более обеспеченные	4	3	4
Более бедные, сильное расслоение на бедных и богатых	2	2	2
* См. примечание к табл. 2.			

Табл. 5. Отличия сегодняшних студентов от студентов советских времен

% от считающих, что сегодняшние студенты отличаются от студентов советского времени (по столбцам)

	Все считающие, что сегодняшние студенты отличаются от студентов советского времени	Образование	
		высшее	среднее специальное и ниже
Чем именно сегодняшние студенты отличаются от студентов 70–80-х годов? (Открытый вопрос. Продолжение*)			
Безответственные, ленивые, нет стремления получать знания, нет дисциплины	15	17	14
Ниже уровень знаний	10	16	8
Распущенные, наглые, невоспитанные	9	5	10
Бездуховные, циничные, корыстные, жестокие	3	4	3
Более глупые	3	1	3
Несамостоятельные, зависят от родителей, избалованные	2	4	2
* См. примечание к табл. 2.			

Сегодняшние студенты представляются респондентами “безответственными, ленивыми, без стремления получать знания, дисциплины”, “современные студенты поверхностные, нет цели и заинтересованности”. Такого рода характеристики дали 17% ответивших на открытый вопрос.

В группе критических отзывов мнения респондентов с разным уровнем образования частично расходятся. Те, кто когда-то сам был студентом, усматривают негативные различия в уровне знаний студентов вдвое чаще, чем респонденты без высшего образования (16 и 8% соответственно). Причина видится участникам опроса прежде всего в изменении мотивации самих студентов: “раньше знания были у студентов лучше, они учились ради знаний, а теперь это просто престиж, не думают о будущем”, “студенты раньше боялись осуждения общественного мнения, а сейчас мало читают, учатся без желания, лишь бы в армию не идти”. Другая причина – неутешительное состояние сферы образования, причем не высшего, а среднего: “наука ушла вперед, а школьная подготовка слабая”, “отсутствие школьной образовательной базы, бессистемность знаний, отсутствие мировоззренческой основы”.

В неразрывной связке с отрицательными характеристиками нынешнего студенчества возникает тема денег: “студенты не очень серьезно относятся к учебе, так как надеются, что деньги все решат”, “меньше учатся, потому что легче деньги заплатить сейчас, сегодняшним студентам”.

Респонденты без высшего образования вдвое чаще усматривают нежелательные отличия в поведении современных студентов по сравнению с теми, кто учился в вузах раньше. Сегодняшние студенты видятся им менее воспитанными, не уважающими старших, нахальными: “наглые, неуважение к старшим, пробив-



ные, поведение не очень хорошее у некоторых”. Образ же студентов прежних времен становится в некотором роде идеализированным: *“раньше если человек студент, то вел себя благородно”, “молодежь была более отзывчивая, добрая”*.

Однако не всем современные студенты представляются отщепенцами, не уважающими старших и не желающими учиться. Обратимся к табл. 6.

Как видно из этой таблицы, отличительные черты сегодняшних студентов видятся прежде всего в том, что они лучше знают жизнь, более зрелые, образованные, обладают широким кругозором: *“они более образованные, более умные, они жизнь повидали в отличие от советских”, “современные студенты очень грамотные и более развитые по сравнению с советскими временами”, “шире объем знаний, много нового, современного”*. Кроме того, некоторые подчеркивают преимущества, которые дают им новые технологии: *“они более развитые – у них компьютеры, интернет”, “более развитые сейчас, интернет доступен, средства связи, обмен студентами из других стран”*. Нередко отмечают поведенческие особенности нынешней студенческой молодежи – то, что она более свободная, раскованная: *“сейчас без комплексов, очень раскованные”; “своей свободой и независимостью”*. За нынешними студентами признается превосходство в деловых навыках и качествах, в хваткости ума, целеустремленности, приспособленности к жизни: *“они более предприимчивы, самостоятельны, свободны, жизнь их заставляет думать о хлебе насущном и об образовании”, “сейчас студенты более материалистично смотрят на жизнь, умнее”*.

И, наконец, отдельную группу составили суждения, в которых речь идет об изменении внешних обстоятельств, обусловившем различия студентов вчерашних и сегодняшних, о том, что времена сейчас другие (табл. 7).



Табл. 6. Отличия сегодняшних студентов от студентов советских времен

% от считающих, что сегодняшние студенты отличаются от студентов советского времени (по столбцам)

	Все считающие, что сегодняшние студенты отличаются от студентов советского времени	Образование	
		высшее	среднее специальное и ниже
Чем именно сегодняшние студенты отличаются от студентов 70–80-х годов? (Открытый вопрос. Продолжение❖)			
Более умные, развитые, продвинутые, современные	12	12	11
Более свободные, раскованные	9	13	8
Более ответственные, целеустремленные, активные	2	4	2
Более самостоятельные, практичные, приспособленные к жизни	2	6	1
❖ См. примечание к табл. 2.			

Табл. 7. Отличия сегодняшних студентов от студентов советских времен

% от считающих, что сегодняшние студенты отличаются от студентов советского времени (по столбцам)

	Все считающие, что сегодняшние студенты отличаются от студентов советского времени	Образование	
		высшее	среднее специальное и ниже
Чем именно сегодняшние студенты отличаются от студентов 70–80-х годов? (Открытый вопрос. Окончание❖)			
Разные взгляды, разное поведение, они другие	10	8	11
Сейчас сложнее учиться, получить работу после учебы	3	4	2
Сейчас у студентов больше возможностей выбора, легче учиться	2	3	2
❖ См. примечание к табл. 2.			

Иногда респонденты даже не упоминают о самих студентах, акцентируя внимание именно на различиях в ситуации “теперь” и “тогда”: “*просто раньше другой народ был*”, “*времена меняются, и люди тоже*”, “*интересы, власть другая, обучение – тоже другое*”. Для кого-то изменение “времен” стало шагом к лучшему: “*у нынешних студентов больше возможностей, перспективнее в денежном отношении, они лучше обеспечены*”, “*сейчас больше перспектив в жизни у студентов*”, “*не такие штампованные, у каждого есть выбор*”. А для кого-то лучшими остались прежние времена: “*сейчас студентам трудней: нужны деньги, чтобы учиться, после учебы трудно место найти по специальности*”, “*раньше студенты знали, что они были и будут нужны в нашей стране*”.

Так как же выглядит в глазах сограждан студент сегодняшний? В ответах респондентов картинка получается достаточно пестрой. Это вызвано тем, что на представления о студентах накладывается отношение к высшему образованию в целом, к появлению платного образования (которое кем-то воспринимается как барьер, а кем-то – как совокупность новых возможностей), к увеличению в обществе дифференциации материального положения людей. Неоднозначность, с которой воспринимаются происходящие изменения, проецируется на образ студента. При этом ряд черт этого образа остается, по-видимому, довольно устойчивым. Можно, пожалуй, говорить о существовании некоторого “ядра” образа, включающего неизменные характеристики студента, и накопления новых, нередко вступающих в противоречие с ними “периферийных” характеристик. В результате целостность образа студента несколько размывается, а перспектива его дезинтеграции становится более вероятной. ■



Отношение россиян к секс-меньшинствам

Как показывает проведенный ФОМом опрос, в российском обществе нет однозначного отношения к представителям сексуальных меньшинств. Почти половина респондентов (47%), по их признанию, относятся к геям и лесбиянкам с осуждением (причем чаще других такое мнение разделяют мужчины и представители наименее ресурсных социальных групп населения – люди старшего возраста, с низким уровнем образования и жители сел). Но не многим меньше (40%) доля тех,

кто заявляет, что относится к представителям секс-меньшинств без осуждения (такую позицию чаще разделяют женщины, молодежь, респонденты с высоким уровнем образования, а также жители Москвы и других мегаполисов). Остальные опрошенные (13%) затруднились выразить свое отношение к людям с нетрадиционной сексуальной ориентацией.

По мнению примерно половины россиян (53%), представителям сексуальных меньшинств следует скрывать от окружающих свою ориентацию, почти вдвое меньше (28%) доля полагающих, что этого делать не нужно, и еще 19% затруднились ответить на соответствующий вопрос. Заметим: среди осуждающих однополую любовь примерно каждый шестой, как видно из таблицы,

не считает, что о такой сексуальной ориентации надо умалчивать; в то же время свыше трети тех, кто относится к геям и лесбиянкам без осуждения, придерживаются мнения, что эти люди должны скрывать свою принадлежность к секс-меньшинствам.

Утверждают, что лично знакомы с представителями сексуальных меньшинств, 11% россиян (в столице и других мегаполисах – каждый шестой). При этом у 2% опрошенных, по их словам, таких знакомых много, а у 9% – мало. Уверяют, что не знают лично людей, придерживающихся нетрадиционной сексуальной ориентации, 87% опрошенных.

Люди, лично знакомые с представителями секс-меньшинств, более толерантны к ним, чем прочие граждане: в этой группе осуждают их лишь 28% респондентов, а две трети (63%) относятся к ним без осуждения. Тем не менее половина опрошенных из числа лично знакомых с представителями сексуальных меньшинств (49%) убеждены, что таким людям следует скрывать свои склонности от окружающих, и только треть (37%) не считает это необходимым.

Считают, что принадлежность к сексуальным меньшинствам скрывать от окружающих...	Относятся к представителям сексуальных меньшинств...	
	с осуждением	без осуждения
...следует	68	39
...не следует	18	44
Затрудняются ответить	14	17

Общероссийский опрос населения от 3–4 июня 2006 года (100 населенных пунктов, 44 субъекта РФ, 1500 респондентов).

Л. Преснякова

MAN OF F E



И. Задорин

Апология “прикладности”, или Еще раз о профессионализме, профессии и профессиональном сообществе

Оправдание и самооправдание социолога, принимающее форму восхваления социологии, есть норма функционирования поля социальной науки.

Типичный “бурдьевизм” из дискуссии в ФОМ-Клубе

Почему меня уже так долго и постоянно мучает вопрос о профессионализме? Может быть, дело в моих комплексах? Ну да, базового образования нет (МФТИ вместо соцфака, аспирантура ИС РАН не в счет), ученого статуса нет, а вот уже почти двадцать лет занимаюсь социологией и представляюсь социологом. Справедливо ли? Общаюсь с разными людьми, также называющими себя социологами, и порой не могу понять, что может объединять их и что объединяет меня с ними? Довольно много людей заказывают и потребляют мою продукцию (“социологическую”) и даже называют профессионалом. Но что есть мое ремесло? И как называется эта профессия, к которой меня причисляют?

Профессионал: между специалистом и мастером

Когда-то очень давно (более двадцати лет назад – страшно подумать!) мы – несколько друзей-физтехов – выехали в выходной день на природу. В общем, почти обычный пикник, на котором, конечно, были и шашлык, и красное сухое, – но главным был разговор. Серьезный разговор о профессии и профессионализме, о том, что уже всерьез озаботило нас, молодых специалистов, на третий год работы “по-взрослому”.

Результатом обсуждения стала цепочка понятий “дилетант” – “специалист” – “профессионал” – “мастер”. Подразумевалось, что для точного определения понятия “профессионал” необходимо соотнести его с другими смежными понятиями. Четыре ступеньки лесенки означали следующее.

Дилетант – человек, который *хотел бы* что-то сделать, но не может (или может, но плохо) по причине отсутствия специальных знаний и умений, несмотря на желание и даже старания (“вдохновенный любитель”).

Не в пример дилетанту, **специалист** – это человек, “получивший специальность”, то есть соответствующее образование, который в силу этого *может* выполнить какую-то работу, вооружившись определенным знанием и умением, причем “хорошо”. Однако он может выполнить ее “хорошо”, но может и не выполнить вообще (ну, не смог, простите, пожалуйста, обстоятельства...). Ведь для того, чтобы гарантировать реализацию задачи и обеспечить при этом определенное качество, одного образования (знаний, умений, навыков) мало – необходимо еще соответствующее отношение к делу, заставляющее человека всегда, даже при самых неблагоприятных обстоятельствах следовать профессиональному канону, соблюдать принятые нормы и стандарты.

Профессионал тем и отличается от специалиста, что он *должен* выполнить работу всегда, и сделать это подобающим образом. Отношение к работе как к долгу и делает специалиста профессионалом.

Наконец, **мастер** – это профессионал, который к тому же еще *хочет* и *может* сделать что-то сверх стандарта и нормы. Он, собственно, задает нормы и стандарты для других коллег и способен передать свои знания и умения, а главное – профессиональные ценности ученикам. При этом, выходя за границы текущих профессиональных знаний и методологий, в свободном творческом порыве он может даже на время стать дилетантом, со всеми вытекающими отсюда последствиями (“неудача мастера”).

Прошло уже много времени, а выделенные четыре ступеньки профессионализации до сих пор кажутся мне вполне справедливой и красивой схемой. К тому же уже тогда даже на уровне обыденного сознания было совершенно ясно, что **“профессионализм”** – это **прежде всего отношение**: отношение к делу, к коллегам, к потребителям, то есть фактически еще и ценностная ориентация.

А зачем это я? Да еще читателям “Социальной реальности”, которые наверняка знакомы с дискуссией, прошедшей в ФОМ-Клубе два с половиной года назад (“Социолог как профессиональный ученый. Профессионализм в социологии” <http://club.fom.ru/entry.html?entry=1779#disc>). Вроде бы все, кто хотел тогда сказать что-то, высказались. И тему с разных сторон разобрали. И Г. Батыгина процитировали: “Профессионал – это не умелый человек, а тип отношения к миру, который характеризуется «дистантным» отношением к предмету и рациональным преобразованием жизненного материала”. И все же осталась какая-то неудовлетворенность, заставляющая-таки помахать кулаками после драки.

О профессионализме вообще

В той дискуссии в ФОМ-Клубе многие уважаемые коллеги (в том числе признанные мэтры) определяли социолога-профессионала через набор качеств (свойств), которыми он должен обладать. Например, он должен иметь соответствующее образование, знать то-то, уметь то-то и т. п.

Цитирую: “Профессионализм социолога – это... владение тем комплексом знаний и умений, которые составляют суть этой профессиональной деятельности”. “Для социологии и научной деятельности вообще важен уровень образования”. “...Здесь необходимо и свободное владение разными компьютерными программами, базами данных, иностранными языками, общение с коллегами как в России, так и в других странах мира. Необходимо быть в курсе политических событий...”

Все это очень удивило, потому что выглядело как-то несоциологически. Но “*коль скоро существует «профессионал» в области социологии, то он должен... применять социологические способы объяснения к самой социологии, и в том числе к символической борьбе вокруг номинации «социолог»*” (цитата из той же дискуссии). В большинстве же приводимых определений не было социальной позиции и отношения к другим социальным позициям – а именно это, на мой непросвещенный взгляд, и определяет действительно социологический подход.

Исходя из такого подхода, “профессионализм” – это не только (и не столько!) наличие определенных знаний и умений, но скорее социальное отношение или социальная позиция, если хотите. И чтобы называться профессионалом, надо, по-моему, чтобы были выполнены три условия-отношения.

1. Прежде всего надо самому считать себя профессиональным социологом (токарем, пекарем, врачом и т. п.) и соответствующим образом относиться к тому делу, которым ты занимаешься большую часть времени (причем “времени” не в астрономическом, а в психологическом смысле). “Кто ты?” – спросит вас когда-нибудь какой-нибудь незнакомец или, наоборот, самый близкий человек. И вы должны иметь возможность ответить и незнакомцу, и другу, и самому себе: “Я – пекарь”, – и не мучиться при этом сомнениями: “А не обманываю ли я себя или других?” Я – социолог, то есть я связываю свое существование в этом мире с определенным занятием, называемым социологией, ему я хочу посвящать и посвящаю большую часть себя, этим занятием обеспечиваю свое (и не только свое)

материальное существование, этим занятием обозначаю свою социальную позицию, в том числе обязуюсь выполнять соответствующие профессиональные нормы (каноны) и т. д., и т. п.

2. Далее, чтобы быть профессионалом, надо, чтобы тебя признало таковым *профессиональное сообщество* – то есть коллеги, такие же, как ты, настоящие токари, пекари, врачи, социологи. Вообще говоря, это условие может показаться самым значимым, и, наверное, многие не без оснований могут предположить, что оно является не только необходимым, но и достаточным. Хотя известная проблема здесь налицо: профессионалом тебя признает профессиональное сообщество, которое само должно состоять из профессионалов. Таким образом, встает вопрос о “первых профессионалах” – родоначальниках сообщества.

3. Есть и третье условие. Чтобы быть профессионалом, надо, чтобы тебя считали таковым те, кто покупает, потребляет, использует результаты твоей профессиональной деятельности, – так называемые потребители, заказчики, клиенты и проч. Они, вкусив плоды твоего труда, должны уверенно подтвердить твою идентификацию: “Да, он – *настоящий пекарь*”, а не отойти в сторону со словами: “А я-то думал, что он – *пекарь...*” К тому же в развитой рыночной экономике профессионализм – это обязательно отношение стоимости. Трудно считать профессионалом человека, продукция которого не находит платежеспособного спроса и в этом смысле ничего не стоит. Такой индивид в то же время может быть вполне интересным и плодотворным *любителем*. Он, безусловно, может продолжать заниматься любимым делом, но зарабатывать на жизнь должен будет все же другой *профессией*.

Таким образом получается, что “профессионализм” – это отношение идентификации тройного порядка, в которое входят:

1) отношение к субъекту со стороны *большого круга* других субъектов – окружающих и потребителей результатов его профессиональной деятельности;

2) отношение к субъекту со стороны *малого круга его коллег* – людей, занимающихся той же деятельностью;

3) и, наконец, отношение к субъекту со стороны его самого.

И повторяюсь, чтобы быть “профессионалом”, на мой взгляд, надо, чтобы соблюдались все три условия идентификации.

Ну и что из всего этого следует? Пока, кроме некоторой игры ума и занятных, но умозрительных построений, здесь ничего нет. Вместе с тем у меня на основе такого понимания профессионализма еще за год до дискуссии в ФОМ-Клубе сформировалось убеждение в необходимости разделения трех профессиональных ипостасей (фактически профессий): “социолога-ученого”, “социолога-прикладника” и “социального технолога”. С этим тезисом я рискнул тогда же выступить на паре семинаров и на страницах журнала “Мониторинг общественного мнения” (<http://www.zircon.ru/russian/publication/6/041112.shtml>). Далее в рамках заочной журнальной дискуссии на этом тезисе также “оттоптались” несколько мэтров...

О разделении социологических профессий

По поводу того, что “социальные технологи” (те, что не “измеряют”, а “изменяют” социальную реальность) должны быть удалены из нашего социологического цеха, в последнее время уже мало кто спорит. Однако, к моему большому сожалению, большинство участников дискуссии в “Мониторинге...” обсуждали остальные две “профессии” опять же не в терминах различий социальных позиций (хотя именно это, на мой взгляд, их существенно отличает), а в терминах различия *вида (жанра) исследовательской деятельности* (нет разных профессий, есть с одной стороны – “теоретические и методологические разработки”, а с другой – “эмпирические, или экспериментальные исследования”). Как будто профессию определяет не место в социальном пространстве, а то, чем профессионал-социолог по роду своей деятельности занимается: экспериментирует он или теоретизирует. Допускаю, что и теоретические исследования могут быть вполне прикладными, и, напротив, эмпирические (экспериментальные) исследования –

сугубо фундаментальными, не имеющими прямого отношения к каким-либо конкретным задачам социального управления.

Рассматривая выше предложенные критерии профессионализма, можно смело сказать, что по двум из них “социолог-ученый” и “социолог-прикладник” являются разными профессиями.

Во-первых, у этих профессий принципиально отличающиеся *потребители* плодов профессиональной деятельности (внешние оценщики профессионализма). Если для социолога-прикладника референтной группой являются клиенты, заказчики – разного рода управленцы, лица, принимающие решения в бизнесе, политике и т. п., то для социолога-ученого это прежде всего такие же ученые, то есть коллеги. Как справедливо написал один из активных участников дискуссии в ФОМ-Клубе, *“суть профессии ученого заключается в открытии нового, в открытии истины конструируемого социологией социального мира”*. Но научная истина, очевидно, потребляется и оценивается только научным же сообществом.

Во-вторых, *профессиональные сообщества* социологов-прикладников и социологов-ученых все больше разделяются и все меньше пересекаются. Каждое институализировано своими профессиональными ассоциациями (в “прикладном” сообществе, правда, еще очень слабо), со своими нормами, канонами, критериями успеха и проч. Чтобы убедиться в этом, достаточно посмотреть на тех, кто выезжает из России на конгрессы ISA, и на тех, кто ездит на конгрессы ESOMAR. В каждом сообществе уже выстраиваются свои каналы профессиональной коммуникации (журналы, конференции, личное общение), в которые все реже попадают представители другого сообщества.

Вспоминаю ряд случаев, когда в 90-х годах на семинарах в стенах академических учреждений (типа ИС РАН, РАГС и др.) многие члены ученого социологического сообщества буквально “плакали” о невостребованности социологии властными органами. На деле это означало невостребованность конкретных “академиков”, поскольку в это же время власть заказывала и по-

требляла огромный поток социологической информации, непрерывно поставляемой прикладными исследовательскими центрами.

Напротив, просматривая статьи в журнале “Социологические исследования”, не раз встречался с такой же “невостребованностью” результатов прикладных исследований научным сообществом. Порой совершенно очевидно, что выполненный нами исследовательский проект (касающийся, скажем, ценностных ориентаций молодежи) имеет гораздо большую, чем обычно принято, эмпирическую базу, выборку (до 4000 человек по России), лучше организовано (в том числе по сбору и контролю данных), имеет динамический ряд и т. д., и т. п., но нет, наши материалы не привлекаются вузовскими и/или академическими учеными даже в качестве первичных данных, и авторы статей все равно строят свои рассуждения на основе “аудиторного опроса 200 студентов” конкретного вуза. Я, конечно, не учитываю в этом контексте случаи, когда молодая девушка, поработав в ЦИРКОНе всего 3–4 месяца, защищает кандидатскую диссертацию фактически по фрагменту одного коммерческого исследования. Поскольку не считаю это наукой. Так, социальное действие по получению статуса...

В общем, не донес я тогда свой тезис как следует и, естественно, не был понят. Это видно даже по некоторым контртезисам уважаемых коллег (цитирую): “На мой взгляд, социология как наука может быть только одна”, “Некорректно делить науку на академическую и прикладную. Академическая наука, к которой я принадлежу, является одновременно и теоретической, и эмпирической. И любая отраслевая наука может быть и фундаментальной, и прикладной”.

Но я ведь и не спорю с тем, что социология как наука должна быть едина. Я утверждаю, что огромное количество прикладных социологических (в том числе маркетинговых) исследований *наукой не являются*. Все поле прикладной социологии, включенной в системы социального управления (в том числе бизнес-управления), несет в себе явные черты *индустрии*. Это почти промышленное производство информации

о различных социальных объектах, их движении, взаимосвязях и взаимозависимостях, факторах развития. И функционирует это поле не по законам производства научного знания, а по законам производства информационных услуг.

Возможно, это слишком сильный и спорный тезис. А возможно, наоборот, банальность, мысль, уже много лет назад высказанная кем-нибудь из великих. Продолжая выступать в НЕнаучном жанре, свободном от обязательных библиографических требований и отсылок, постараюсь обосновать его своими словами без упоминания классиков (да простят они мне мою необразованность).

Линии различения профессиональных позиций

Мотивация профессиональной деятельности

О том, чем мотивируется научное творчество, написано много. Если кратко, то, по-моему, творчество мотивируется самим творчеством, его внутренним неопишимым “кайфом”. А научное – еще стремлением к истине, поиском нового, доселе неоткрытого. Не будем, конечно, отрицать и жажду признания (в институциональной и/или неинституциональной форме), которая является стимулом для любых видов человеческой деятельности.

А что мотивирует работу прикладного социолога? Здесь к уже названному добавляется едва ли не основной фактор – экономический стимул, материальный успех. Востребованность социального знания велика, социологическая информация определяет решения с очень высокими ставками и в бизнесе, и в политике, объемы рынка социологической информации, прикладных социологических и маркетинговых исследований стали сопоставимы с объемом рынка давно существующих и признанных отраслей сферы услуг (в России, по разным оценкам, примерно 300–350 миллионов долларов в год). Естественно, состояться на этом рынке интеллектуальной продукции – вполне достойная и привлекательная для многих цель.

Ну конечно, есть еще и желание увидеть, как добытая тобой информация начинает учиты-

ваться в системе обратной связи и приводить к определенным социальным изменениям. Заметим, это не желание что-то изменить, но стремление обеспечить эффективность (“правильность”) данных изменений. Донести до властей предрежающих голос народа, помочь обществу понять самое себя – очень сильные стимулы (и в некотором смысле многими они воспринимаются как долг, миссия), однако не являющиеся чисто научными ценностями. Строго говоря, настоящий служитель науки никому, кроме Бога и Истины, ничего не должен. Чего, конечно, нельзя сказать о социологе-прикладнике.

Режим производства. Фактор времени

В поисках истины, в попытках открыть законы развития общественных систем ученых, включенный в “мир культуры” (М. Бахтин), где, как говорят, “времени не существует”, может работать столько, сколько посчитает нужным и возможным для себя самого. Критерии достижения результата, законченности работы он определяет сам, исходя из своих представлений о совершенстве научного продукта. Социолог-прикладник, включенный в “мир жизни”, в систему формирования определенных решений, такого позволить себе не может.

Каждый мой коллега, занимающийся выполнением заказных исследований, наверняка может вспомнить не один случай, когда заказчик прямо говорит, что ждет результатов до такого-то числа, а после этого срока материалы исследования ему просто будут не нужны (!). Почему? Да потому, что “то самое важное совещание”, на котором предполагается принятие соответствующего решения, уже



пройдет, и это решение будет принято вне зависимости от его социологического обеспечения. Доводы о необходимости проведения дополнительных экспериментов и учете методологических сложностей расцениваются заказчиком не как подтверждение научной “крутизны” исполнителя, а, напротив, как его профессиональная несостоятельность. Не надо, чтобы “это” было в десять раз лучше и интереснее, – надо, чтобы “это” было вовремя. Приносишь продукт сегодня – получаешь положенную, и немалую, сумму, завтра – ничего не получаешь. В “мире жизненном” время – деньги (см. выше – о различии мотиваций), и прикладная социологическая информация ценна не сама по себе, а только будучи включенной в управленческие действия.

Свойства продукции

Оформляя результаты своей работы, социолог-ученый гораздо более прикладника свободен в выборе формы подачи этих результатов. Смеем допустить, что сам факт придания мыслям печатной формы значит для большинства ученых-социологов больше, чем возможная обратная реакция на эти мысли. Знаю одного очень уважаемого мною и действительно большого Социолога, который, издавая книгу своих работ, говорил: “Если меня поймут хотя бы трое-четверо коллег, я буду вполне удовлетворен”.

В прикладных исследованиях свойства выходной продукции принципиально определяются свойствами и характеристиками потребителя. Исследователь должен хорошо понимать внутреннюю проблематику заказчика и его реальные цели, вкусовые предпочтения относительно языка, стиля, формата продукции и, пожалуй, главное – квалификацию и способность заказчика правильно понять и интерпретировать результаты исследования. Не всегда это получается адекватно, что существенно снижает ценность исследования, даже если на него затрачены огромные средства.

Кстати, за 18-летнюю деятельность группы ЦИРКОН было немало случаев, когда привлеченные к выполнению проектов сотрудники академических институтов и вузов не справлялись с работой, – в том смысле, что не могли “вы-

дать” требуемого заказчиком продукта, хотя в научном плане их работа могла бы быть оценена весьма высоко. Просто они не выдерживали ни жанра, ни языка, ни стиля (формата) и вообще акцентировали внимание на том, что им казалось интересным, а не на требованиях технического задания. Не раз работы, проведенные весьма квалифицированными учеными-социологами, приходилось просто переписывать для того, чтобы они были приняты заказчиком. А в начале нашей профессиональной деятельности бывало, что мы теряли заказчика, когда приносили ему полностью соответствующий научным канонам труд, в котором он “без перевода” не мог ничего понять.

В свое время (лет 10 назад) я сильно переживал, когда мне, “незащищенному”, приходилось указывать кандидатам наук и даже докторам на допущенные ими некорректности в построении анкеты (вопрос допускает двойное толкование, шкала не сбалансирована и т. д.) или анализе данных (ну нельзя делать факторный анализ на дихотомических переменных!). А потом я успокоился и даже пожалел уважаемых “академиков”: просто не своим делом пришлось им заниматься, бес попутал, ведь на академические зарплаты не проживешь – вот и пустились во все тяжкие. При этом я не терял к ним должного пиетета, поскольку понимал, что степени и звания им дали за другое знание, которого как раз нет у меня.

Похоже, что состав тех самых “знаний, умений и навыков”, которые нужны для научного творчества и прикладного исследовательского производства, существенно различается. Это означает, что и подготовка специалистов для социологии как науки и для прикладной (практической) социологии должна различаться.

К тому же для научного производства главное – *новизна* (“в науке потребны те, кто способен производить новое знание”, цитирую из той же ФОМ-клубовской дискуссии). Ученый должен сказать то, чего до него никто не говорил. Для прикладника это не просто не важно, но иногда и вредно, поскольку явно ставит заказчика в затруднительное положение. Он ведь должен оценить твою продукцию, а исследовательские

“открытия”, очевидно, выходят за пределы его компетенции. Если бы в практической социологии были те же каноны обязательной новизны, не мог бы состояться рынок тематических аналитических обзоров и готовых исследовательских продуктов (вторичных источников), стремительно расширяющийся в России.

Жизненный цикл продукта. Публичность и конфиденциальность

Но не только собственно производство научного и прикладного продукта различаются между собой – есть и принципиальное отличие в жизни продукта после того, как его сделали.

Вы видели когда-нибудь ученого, который, открыв некое новое явление, поспешил спрятать свое открытие в дальний ящик стола и никому об этом не рассказал? Вряд ли. Публикация – форма, в которой выражает себя научное творчество, вокруг публикаций крутится весь научно-профессиональный дискурс, на публикациях строится профессиональная оценка ученого и собственно его профессиональная карьера, включая степени, звания и т. п. Нет публикаций – нет ученого.

А в прикладных исследованиях вопрос конфиденциальности информации – один из важнейших. Утечка информации о результатах исследования спроса на новый конкурентный товар может нанести урон заказчику на сумму, существенно превышающую стоимость исследования. Про ограничения распространения информации в политических исследованиях я вообще не говорю. Неслучайно много лет назад я допускал возможность появления в России “секретных социальных физиков”, работающих вроде бы в области социологии, но абсолютно непублично.

Конечно, закрытость сектора практической (прикладной, коммерческой и т. д.) социологии сформирована не только требованиями заказчика – порой ссылкой на эти требования скрывают боязнь выказать свою профессиональную несостоятельность и проч. Вместе с тем очевидно, что на пути к прозрачности коммерческого сектора социологии есть свои естественные ограничения, отсутствующие в секторе научном.

Проблемы “нерасчлененки”

Сейчас понятно, что в статье трехлетней давности “Смешение профессиональных позиций подрывает репутацию социологии” я, наверное, был слишком радикален. Конечно, неразумно отрицать возможность (допустимость) совмещения одним человеком двух профессий. Есть множество примеров, когда какой-нибудь уважаемый социолог является принятым в обоих сообществах, получает соответствующие сертификаты, подтверждающие его состоятельность в обеих средах, и одинаково интересен как социологам-ученым, так и своим клиентам и заказчикам. Но это скорее исключения из правила.

Кроме того, совмещение двух разных ролевых позиций довольно трудоемко и является во многом вынужденным, поскольку обусловлено отсутствием (надеюсь, пока!) в каждой ипостаси какого-то важного элемента, необходимого для полной профессиональной удовлетворенности. В фундаментальной науке просто не хватает денег для обеспечения достойного существования и экономически не стесненного занятия любимым творчеством. А в прикладной сфере не хватает символического капитала и соответствующих профессиональных статусов, подтверждающих твою компетентность и профессионализм. Вот и получается, что ученый бежит за деньгами в “коммерческую халтуру”, доказывая одновременно себе и другим свою “востребованность”, а прикладник вынужден на полгода “уходить из бизнеса”, чтобы написать кучу не очень научных статей в очень научных журналы и получить “корочки” кандидата или доктора, в общем-то малополезные для его непосредственной деятельности. Однако сейчас у него практически нет других способов доказать себе и другим собственную профессиональную состоятельность. Многие спросят: а как же заработанные деньги, послужной список клиентов, благодарственные письма потребителей – не есть ли это подтверждение профессионализма? Конечно, есть, но только не для академических ученых, которые по-прежнему пытаются монополизировать право номинирования на звание “социолог”.

В результате многие вполне профессиональные коллеги нашли выход в том, чтобы называть себя маркетологами и уже в этой профессиональной нише достигать признания и соответствующих высоких статусов. Мало того что маркетинговые исследования объявляются отдельной профессией, многие молодые и горячие головы, плохо знакомые с историей социологии (да и маркетинга), уже объявляют социологические исследования частью маркетинговых. Это как если бы стоматологи и гинекологи объявили все остальные сектора медицины своими приложениями только на том основании, что у них больше денег крутится. Хотя очевидно, что *рыночное (потребительское) поведение социальных субъектов, являющееся предметом маркетинговых исследований*, есть всего лишь один из многих конкретных предметов исследований прикладной социологии вообще.

Ну вот я и объективировал свои собственные субъективные проблемы и распространил их на других. Конечно, обидно быть чужим в обоих сообществах. В научной социологии – вообще не состоялся: не публикуюсь, не защищаюсь. В прикладной – что-то не очень коммерчески ориентирован и заказчиков пытаюсь учить, что, как правило, плохо заканчивается. В общем, маргинал, да и только. Но может быть, на границе двух сред больше видно? Да и не кажутся мне мои проблемы специфичными, скорее, наоборот, уверен: эта проблематика многих касается. Надо самоопределяться, и легче это сделать вместе с другими, подобными тебе.

Перспективы размежевания

Конечно, довольно много коллег будут еще долго сидеть на двух стульях (ну, исторически так сложилось), совмещая две профессиональные позиции (что иногда мешает обеим). Мне же совершенно ясно, что будущее социологии – такое же, как прошлое физики и/или химии (или многих других дисциплин естественнонаучного профиля), когда из коллективов ученых, проводящих фундаментальные исследования, постепенно выделялись “НИИ”, ориен-

тированные на прикладные “НИОКР” для решения вполне конкретных задач. При этом подготовка специалистов в области физики как науки и специалистов в области физических приложений как инженерных дисциплин (например, радиотехника и электроника) существенно различалась.

Это не значит, что Институт социологии РАН в дальнейшем не будет проводить прикладных исследований по заказу каких-нибудь политических или бизнес-структур, а Фонд “Общественное мнение” откажется от своих методологических разработок. Но основная миссия у каждого из этих институтов (и их сотрудников) все-таки будет разная.

Что надо сделать для окончательного оформления и институционализации профессии “прикладной социолог”? Я далек от мысли, что смогу полностью сформулировать цельную программу действий. Однако несколько пунктов такой программы все-таки намечу.

Сообщество

Каким бы странным это ни показалось, но институционализация профессии определяется не описанием различных видов деятельности человека, которые можно было бы отнести к этой профессии, и даже не узакониванием этого описания в *классификационных справочниках специальностей и должностей*. Институционализация профессии, похоже, начинается с появления сообщества людей, которые совершенно осознанно начинают называть себя, скажем, “прикладными социологами”, и таковыми их считают другие люди. Иными словами, в цепочке понятий “профессия” – “профессионализм” – “профессиональное сообщество” реальные процессы протекают в обратной последовательности. Сначала появляется *сообщество*, которое устанавливает для себя соответствующее наименование, задает *критерии принадлежности* к этому сообществу (профессионализма в этой профессии) и сообщает об этой профессии другим. А уже затем появляется соответствующая специальность в штатных расписаниях и списке специальностей, по которым проводится со-

ответствующая подготовка в вузах. На наших глазах такое происходило с профессиями “маркетолог” и “специалист в области связей с общественностью” (последнее, кстати, пример неудачного решения проблемы названия, “в народе” этих специалистов по-прежнему кличут “пиарщиками”).

Как только появится сообщество, называющее себя “прикладными социологами” (название, повторяю, условное), конкретные ведущие представители сообщества (точнее, их образы) будут выполнять роль точки отсчета для вновь приходящих, и этот механизм уже будет неосстановим.

Название профессии

У профессии должно быть всеми признанное название. Я не специалист в истории науки, но навскидку приведу три разных варианта решения проблемы наименования прикладной ветви науки при ее отделении от материнской. Два практических приложения географии, не претендующих на статус науки, – картография и топография – нашли выход просто в новом названии. Есть науки, которые не справились с этой проблемой и сохраняют одно и то же название и для собственно науки, и для ее прикладной ветви (как известно, Карл Маркс – экономист, а тетя Роза – старший экономист). А есть компромиссные варианты: например, психология имеет приложения в виде психотерапии, психодиагностики, но есть и просто номинация “практикующий психолог”.

Как можно было бы назвать “прикладную социологию”? Вариантов много: от собственно приведенного двухсловного до “социографии”, “социоскопии”, “социодиагностики” и т. п. Как известно, управлять процессом номинирования сложно, если вообще возможно, – тут уж кому как понравится и как приживется. Кстати, “социография” уже встречается в публикациях, хотя имеет разное толкование (одно мне

кажется вполне приемлемым: социография – описание и измерение конкретных явлений социальной жизни, www.glossary.ru).

Профессиональный манифест, культурные образцы и статусы

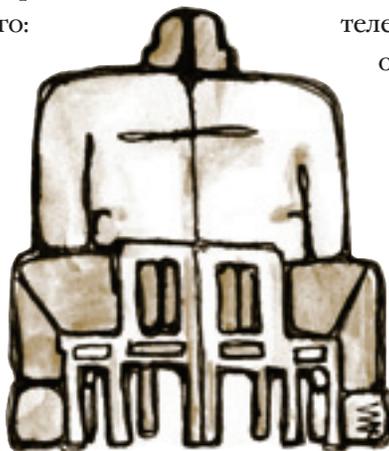
У сообщества должен появиться соответствующий “Манифест прикладной социологии” (многие наверняка предложат в качестве прототипа Кодекс ESOMAR), задающий определенные нормы и правила, а также набор “канонических текстов” – неких культурных образцов профессиональной деятельности.

Кроме того, сообщество должно позаботиться о том, чтобы члены нового профессионального племени больше не бегали за перьями (статусами) в соседнее племя. Должны появиться собственные рейтинги, награды за лучшую работу, свои почетные звания и свои “заслуженные деятели”.

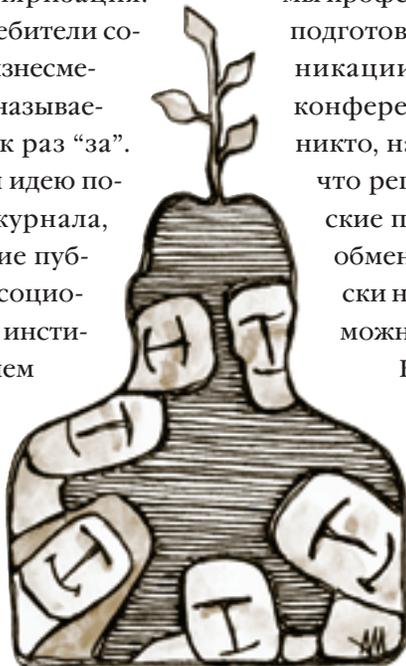
“Объяснение” и популяризация профессии

Первичное накопление символического капитала, так необходимого новой профессии, невозможно без соответствующей работы над публичным образом этой профессии. Согласимся, что сегодня имидж “социолога” в нашем обществе оставляет желать лучшего. При этом я не говорю о периодически появляющихся публикациях в прессе, где представителей нашей профессии называют социальными манипуляторами, астрологами, “продажными рисовальщиками рейтингов” – и это не самые резкие формулировки.

Но даже в среде профессиональных потребителей социологической информации очень часто присутствует негативный настрой. Необходимы публичное “объяснение” профессии, ее роли (функции) в обществе и, главное, – предъявление базовых характеристик, отличающих настоящего социолога-исследователя от рядящихся в его одежды “социальных технологов” и/или просто шарлатанов и халтурщиков.



К сожалению, многие коллеги почему-то слишком высокомерно, на мой взгляд, относятся к тому, что называется популяризацией (“пиаром”) социологического знания. В исследовании, которое мы делали в 2002 году для ФОМа (“Потребление социологической информации в российском обществе”, <http://www.zir-con.ru/russian/publication/3/020200.zip>), помимо прочего задавался вопрос о том, насколько необходима эта популяризация. И выяснилось, что те самые потребители социологической информации – бизнесмены, чиновники, управленцы, так называемые коммуникаторы – были как раз “за”. Они гораздо чаще поддерживали идею популярного социологического журнала, приветствовали соответствующие публикации. А вот профессионалы-социологи, особенно из академических институтов, чаще говорили: “Нет”, “О чем это вы? Это же профанация, мы должны высоко держать планку нашей профессии и ни в коем случае, упаси Господь, не опускаться до журнальных и газетных публикаций”. Конечно, надо понимать, что если наше профессиональное сообщество не будет адекватно представлять себя и свою продукцию во “внешнем мире”, профессионально организовывать коммуникацию не только с заказчиками – той же властью или бизнесом, – но и с потребителями другого уровня и просто рядовыми гражданами (кстати, нашими дорогими респондентами!), то и отношение к нам будет соответствующее. Я уже давно твержу, что у социологов должны появиться свои фламарионы, как у астрономов, и перельманы, как у физиков. Обязательно должна появиться книжка типа “Популярная социология”. Слышал, что некоторые коллеги из небольших региональных компаний пробовали вести на своих региональных телеканалах специальные передачи, в которых рассказывали (и показывали!), как в действительности проводятся социологические исследования и за-



чем это делается. Такие попытки способствовали не только укреплению понимания того, что “не надо бояться человека с анкетой”, но и, как следствие, увеличению пресловутого “respond rate”.

Система подготовки кадров и профессиональной коммуникации

Наконец, у нас должны появиться свои системы профессиональной подготовки и переподготовки и профессиональной коммуникации (издания, интернет-порталы, конференции, семинары и т. п.). Кстати никто, наверное, не будет спорить с тем, что регулярных площадок, где российские прикладные социологи могли бы обменяться опытом, сегодня практически нет, хотя уж на это средства всегда можно было бы найти.

Ну и в заключение позволю себе одну полуфантастическую идею. Почти уверен, что профессиональное сообщество прикладных социологов вполне могло бы создать небольшой отраслевой мета-институт, занимающийся теоретическими и экспериментальными разработками без привязки к конкретным задачам прикладников, но в целях их методологического обеспечения. 0,5% годового оборота рынка прикладных исследований с лихвой хватило бы на содержание такого института, который работал бы на всю индустрию.

Все, “Остапа понесло”. Надо останавливаться. И обязательно попросить прощения за то, что многим данный текст покажется просто вываливанием личных профессиональных проблем, обернутых в проблематику профессионального сообщества. Простите. Да, хотелось наконец-то самоопределиваться и не только “про себя”, но и публично сказать: я – прикладной социолог! Это моя профессия. Я хочу быть в ней Профессионалом и даже (страшно подумать!) Мастером. Я буду идти по этому пути, пока есть силы. Присоединяйтесь! ■

АРЕНДА ЖИЛЬЯ

Сегодня “квартирный вопрос” портит кровь не только москвичам: в ходе одного из опросов ФОМа 42% наших сограждан заявили, что у них (или у их семьи) есть потребность купить квартиру или дом. Примерно половине этих людей (или 20% от выборки) новое жилье необходимо, чтобы разъехаться с детьми, родителями, родственниками; другой половине (20%) просто хотелось бы сменить свое нынешнее жилье на более удобное, просторное, качественное. Но только каждый десятый из числа желающих приобрести новое жилье полагает, что сможет удовлетворить эту потребность в ближайšie два-три года (4% от выборки). Остальные на столь скорое осуществление своих желаний не надеются.

Как известно, один из способов решения жилищной проблемы (пусть даже решения временного) – это аренда жилья у частных лиц. Судя по данным опроса, такая практика весьма распространена сегодня: почти половина опрошенных (47%) заявили, что среди их родственников, друзей, знакомых есть те, кто снимает жилье, причем, по словам половины из них (22%), таких людей в их окружении много.

Довольно многие – около трети из числа испытывающих потребность в приобретении нового жилья (или 15% от выборки) – считают эту практику вполне приемлемой, причем не так мало и тех, кто сам снимает жилье (6% от выборки). Еще больше

(8%) – допускающих, что они могли бы прибегнуть к такому способу решения жилищной проблемы. Этим респондентов спросили, какое жилье они могли бы себе позволить снять. Как правило, речь шла об однокомнатной, реже – о двухкомнатной квартире (соответственно 5% и 2% от выборки); некоторым доступна только комната в коммуналке (1%).

Две трети респондентов, нуждающихся в улучшении жилищных условий (25% от выборки), исключают для себя возможность на время снять жилье. Объясняя свою позицию в ответ на открытый вопрос, половина из них ссылались на чрезмерно высокую арендную плату (“слишком дорого платить за квартиру”; “это очень дорого, мы столько не зарабатываем” – 12%). Второе распространенное объяснение – проблема смены жилья не столь остра, и потому удобнее сохранять статус-кво (“у нас есть где жить, и съемное жилье нам не нужно”; “есть родственники, где можно временно пожить”; “необходи-

мость разъехаться не такая острая, чтобы для этого снимать жилье” – в сумме 7%). Другие мотивировки встречаются сравнительно редко.

Как и следовало ожидать, готовность арендовать жилье существенно зависит от возраста. Так, среди тех, кому 18–35 лет, 10% снимают жилье и еще 12% допускают такую возможность. А среди респондентов в возрасте 35–54 лет соответствующие доли составляют 7% и 8%. Что же касается таких социально-демографических характеристик, как уровень дохода и место жительства, то они на готовность людей снимать жилье ощутимым образом не влияют.

При этом только 11% участников опроса придерживаются мнения, что снимаемое жилье может стать для человека настоящим домом, таким же уютным, как собственный. Подавляющее большинство – 82% – с таким мнением не согласны. Отметим, что первая точка зрения в большей мере свойственна представителям высокоресурсных групп населения: молодым, образованным, имеющим относительно высокие доходы, проживающим в мегаполисах.

Е. Вовк



Общероссийский опрос населения от 2–3 сентября 2006 года (100 населенных пунктов, 44 субъекта РФ, 1500 респондентов).

WAGTIFPROJECTVAR



В. Полякова

Изменение социальной роли экспертного знания

В истории можно найти разные прототипы социальной роли эксперта, однако сходство между ними является скорее формальным, нежели содержательным. Так, во время господства в производстве коллективных представлений религиозного дискурса жрецы играли ключевую роль в социальном управлении. Но решающее воздействие на развитие экспертизы оказало появление института науки, не участвовавшего в управлении государством и обществом. Отличительные черты науки как раз и легли в основу демаркации экспертизы, как будет показано ниже. Сегодня “эксперт – это человек, реализующий свою социальную функцию экспертного оценивания, экспертного суждения и свидетельства на основании обладания универсалистским, теоретически нагруженным знанием, легитимированным в определенном сообществе” [Кожанов. 2006. С. 293].

Экспертное знание укоренено в обществе на двух основаниях. С одной стороны, оно, как и любое другое, социально обусловлено, с другой стороны, экспертность должна публично удостоверяться сообществом специалистов в определенной сфере. Таким образом, специфику экспертного знания в сравнении с другими видами коллективных представлений составляет его вплетенность в особый институциональный контекст экспертизы. Именно в силу второго обстоятельства экспертное знание можно считать квинтэссенцией социальной практики, которая включает в себя представления об основных закономерностях и схемы специальной практической деятельности, задающие нормативные стандарты в сферах своего “влияния”.

Сегодня значительная часть повседневного знания есть производная от экспертного, кото-

рое обеспечивает своеобразный каркас поведения и составляет основу принятия решений. Оно создает определенную структуру, посредством которой оценивается реальность. Также экспертное знание выступает в качестве “фиктивного” товара, как мог бы выразиться К. Поланьи, необходимого для оптимизации временных и интеллектуальных затрат. Само развитие экспертизы оказывает существенное влияние на социальную практику, проявляющееся не только в сфере знаний, но и в институционально-ролевом контексте. В связи с этим необходимо прежде всего ответить на вопросы, кто такие эксперты, какова специфика взаимодействия эксперта и дилетанта и в чем проявляется влияние общества на экспертов и на форматы знания.

Становление научной экспертизы: специализация и доверие к искателям истины

В обществах со слабой социальной дифференциацией задача носителей знания, детерминирующего мировоззрение других людей, заключается в обеспечении базового согласия и стабильности общества; от них не требуется разработки инноваций и продвижения развития. При социальной однородности приоритет отдается традиции, вменяющей членам общества строго определенные обязанности, а знание является принципиально *закрытой от непосвященных* сферой.

По мере того как углубляется социальная дифференциация, усложняется институциональная структура общества и его взаимодействия с окружающим миром (природой), возникает потребность в новых механизмах общественной регуляции. На определенном этапе выделяются научные экспертные сообщества, от

которых требуют инноваций и претворения замыслов по преобразованию природы и общества. Практическая направленность экспертного знания легитимирует существование экспертного сообщества, а его вовлечение в сферу экономики делает необходимой постоянную экспериментальную проверку добываемых сведений.

В истории становления института науки особое место занимает Ф. Бэкон. Именно его идеями вдохновлялись организаторы новых академий: Лондонской, Парижской, Берлинской и Санкт-Петербургской [Сапрыкин, 2000]. Предложенные в бэконовских философских работах “Новая Атлантида”, “Новый Органон” и других проекты научного сообщества (“Дома Соломона”) оказали влияние практически на всех ученых, государственных и общественных деятелей, занимавшихся преобразованием науки в XVII–XVIII веках. В рамках его проекта предполагалось, что:

- королевская власть будет покровительствовать научному сообществу,
- ученые будут участвовать только в решении научных вопросов,
- научное сообщество будет достаточно открытым.

Решение о распространении тех или иных знаний оставалось за членами сообщества – они не должны были допускать к этим знаниям лю-

дишь посвященным, утверждая тем самым необходимость просвещения для получения доступа к знаниям.

Организация научного сообщества предполагала иерархию, подобную монашеским орденам иезуитов, однако в Научном Ордене различие между его верхними и нижними слоями в функциях и уровне компетенции (и компетентности) не должно было приводить к формированию отдельной касты посвященных. Все члены Научного Ордена равны перед лицом Науки, как верующие перед Богом.

Разграничение сфер полномочий среди ученых стало водоразделом между экспертами старого и нового типов¹. Эксперт нового типа претендует на компетентность в строго определенной сфере. При этом претензии на соответствующий статус (например, ученую степень в конкретной дисциплинарной области) получают легитимацию только по итогам публичного обсуждения его научных достижений.

Анализ принципов профессиональной и научной этики в классической социологии фокусировался на внутренней институциональной организации науки². Ученых экспертов отличает относительная автономность от власти и общества, которая уравнивается коллективной ответственностью за соблюдение разделяемых научным сообществом методологических стандартов. Граница между учеными (и экспертами), с одной стороны³, и профанами – с другой – это граница между знанием и невежеством.

Претензии научного сообщества на монопольное обладание знанием вызвали критику, в рамках которой подвергается сомнению легитимность влияния научного знания на общество и ставится проблема демократичности взаимодействия науки/экспертизы с некомпетентной аудиторией. Анализ взаимодействия общества с экспертами привел некоторых исследователей к выводу, что ограниченность наших интеллектуальных возможностей вынуждает нас прибегать

Экспертное знание укоренено в обществе на двух основаниях. С одной стороны, оно, как и любое другое, социально обусловлено, с другой – экспертность должна публично удостоверяться сообществом специалистов в определенной сфере

дей, не способных правильно их использовать. При этом Ф. Бэкон отвергал идею “тайного знания”, получаемого из источников, доступных

¹ Отметим, что среди экспертов старого типа к новому типу наиболее близка профессия врача на этапе зарождения медикалистской медицины, получившая впоследствии широкое признание. Наиболее же резкие различия проявляются при сравнении с практикой шаманизма.

² См., например: [Merton. 1973; Garber. 1968; Парсонс, Сторер] и др.

³ Разделение понятия ученого и эксперта необходимо, т.к. они далеко не всегда совпадают.

к услугам экспертов: “дилетант эпистемически зависим от эксперта во всем, кроме тех областей, где он сам является экспертом” [Hardwig. 1985. P. 336]; или вообще находиться во власти знания последних [Fuller. 1986]. Дж. Хардвиг акцентирует внимание на функциональном аспекте, а именно – на удовлетворении экспертами потребности в знании, которое дает им определенные преимущества, тогда как С. Фуллер, наоборот, подчеркивает опасность дисфункции, поскольку зависимость дилетанта от эксперта в принципе чревата экспертным произволом. С позиции последнего обращение дилетантов к экспертам нерационально ввиду расхождения интересов экспертов и широкой аудитории. Знание дает экспертам власть, и для достижения господства эксперты создают “закрытые системы” [Fuller. 1986].

В контексте взаимоотношений дилетанта с экспертом очевидна проблематичность доверия между ними. По мере дифференциации общества, а вместе с ним и дифференциации экспертных сообществ, оказывается, что институт экспертизы для своего существования нуждается в дилетанте. Это дает дилетанту ресурс автономности, используя который он может как минимум не позволить экспертному знанию вновь установить над ним абсолютную когнитивную власть. В условиях специализации экспертного знания у дилетанта появляются шансы выразить сомнение при взаимодействии с экспертами, хотя экспертизе как таковой он вынужден доверять. Б. Барбер выделяет три уровня доверия, необходимые для функционирования социальных институтов – в частности, научной экспертизы:

1) базовое доверие к абстрактным системам культуры, обеспечивающее стабильность общественной системы: вера в идеалы, например в научное знание;

2) фидуциарное (fiduciary) доверие, связанное с ожиданием, что облеченные полномочиями эксперты будут выполнять общественные обязанности, а не отдавать приоритет своим частным интересам;

3) ожидание, что заявляющий о своей принадлежности к экспертам специалист обладает соответствующей компетентностью [Barber. 1983. P. 9].

Базовое доверие между некомпетентной аудиторией и экспертами обеспечивает фундамент для существования экспертизы. Общественное разделение труда вынуждает дилетантов обращаться к экспертам. Остальные два уровня проявляются непосредственно во взаимодействии с экспертами при условии, что “отдельные

В условиях специализации экспертного знания у дилетанта появляются шансы выразить сомнение при взаимодействии с экспертами, хотя экспертизе как таковой он вынужден доверять

сбои” в системе не подрывают доверия дилетантов и они по-прежнему высоко оценивают шансы получить от экспертов услуги требуемого качества. Доверие второго и третьего уровней предполагает ролевую взаимозаменяемость экспертов в рамках системы экспертного знания, однако именно эта предполагаемая взаимозаменяемость позволяет дилетанту активно выстраивать отношения с экспертами. Во-первых, у него есть возможность сравнивать разных экспертов на основе рекомендаций других дилетантов, вступавших с ними во взаимодействие, во-вторых, он может сравнивать заключения разных экспертов. В целом доверие к экспертизе обусловливается фоновыми ожиданиями, что эксперт будет соблюдать “правила игры” и продемонстрирует компетентность, а также оценкой эффективности прошлых взаимодействий с другими экспертами в соответствующей области.

Колонизация лабораторией повседневности: знание – полезно

В 70–80-е годы XX века на смену классической парадигме пришла социология научного знания “второй волны”, которая пересмотрела нормы научной деятельности с учетом влияния социально-политического контекста. В рамках этой научно-исследовательской программы анализу подвергается прежде всего легитимность научного знания и экспертного авторитета не внутри научного сообщества, а в широком общественном контексте.

Производство научного знания исследуется в идеально-типическом контексте лаборатории, а специфика лаборатории состоит в том, что внутри нее изучаемые процессы полностью подчинены контролю ученых. Перенесение режима научной лаборатории в социальный контекст трансформирует общество, обеспечивая условия для формирования новых социальных практик. Процесс легитимации полученного в лаборатории знания, по Латуру, включает в себя три стадии:

1) привлечение внимания общественности к исследованию – демонстрация актуальности проблемы;

2) появление важной для различных групп населения информации о результатах, полученных в лабораторных условиях, – формирование заинтересованности в получении результатов;

3) распространение лабораторной практики (полученных результатов и способов их применения) на внешний мир – легитимация и институционализация научного знания посредством демонстрации обществу того, что многократно было отрететировано в лаборатории [Латур. 2002].

Поскольку успешное применение полученных результатов требует создания лабораторных условий (например, соблюдения чистоты), мир превращается в лабораторию. Тем самым новое, в некотором смысле, знание способствует социальным изменениям и утверждается в качестве объективного факта. Определенные социальные группы получают новые возможности для реализации своих интересов, создаются новые организации, модифицируется система знаний о соответствующих феноменах. Так, открытие Л. Пастером вакцины против сибирской язвы изменило систему сельского хозяйства во Франции, увеличило прибыль фермеров, сборщиков налогов, ветеринаров, администраторов и землевладельцев. Любое новое знание, получившее признание и внедренное различными социальными институтами, порождает аналогичный процесс. В этом контексте ученый и эксперт воспринимается прежде всего как агент, обладаю-

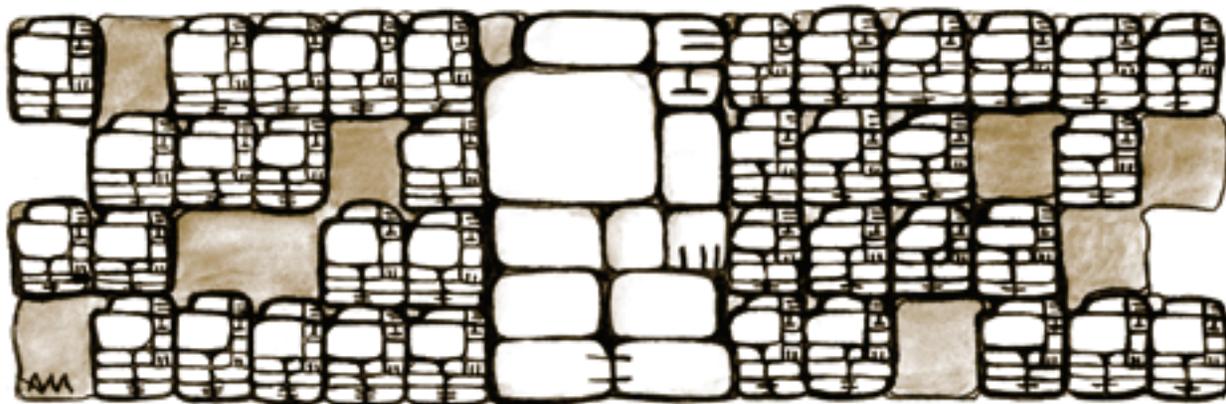
щий способностью “быть компетентным выразителем сил, с помощью которых формируется общество” [Латур. 2002. С. 229]. Данная характеристика имеет ключевое значение при анализе социальной роли эксперта, который неизбежно соприкасается с политикой, включающей в себя “все социальные отношения и события, которые оказывают существенное влияние на жизнь социальной общности” [Формы политической власти. 2002] и выражающейся в любых действиях людей, направленных на изменение или сохранение условий своей жизнедеятельности.

Эксперты – не волшебники и не фокусники, они не создают иллюзий. Поскольку иллюзии, как правило, быстро рассеиваются, они несовместимы с идеей стабильности, необходимой для выработки определенных стандартов, без которых подрываются основы институционализации знания.

Процессы индустриализации, капитализации и урбанизации породили глобальные социальные изменения. Эти изменения привели к тому, что производство культуры и знаний рационализировалось и бюрократизировалось, приобрело массовый характер⁴. Отличительная характеристика современного развития – повышение важности знания и информации, а соответственно и значимости их “носителей”, которые имеют высокий уровень абстрактного формального образования и в идеале должны быть ориентированы на служение обществу, следовать нормам профессиональной этики и быть относительно автономными. Т. Парсонс подчеркивал, что олицетворением нашего времени является фигура профессионала [Парсонс. 1997. С. 131].

Научно-технический прогресс способствовал существенному ускорению темпов жизни. В результате растет изменчивость и гибкость социальных форм, сжимаются географические и временные дистанции, происходит виртуализация жизненных сфер и т. д. При этом локальные, традиционные социальные формы вовлекаются в процессы глобализации, подчиняющие

⁴ Эти процессы затронули практически все общества, хотя и необязательно в полной мере. Для вступления в “глобальную систему” достаточно отвечать ограниченному набору требований. Так, первоочередной задачей модернизации являются минимальные изменения, которые позволяют заявить о своей конкурентоспособности, отличить себя от тех, кто находится за пределами глобальной политической и экономической игры.



социальные институты определенной логике, что позволяет им адаптироваться к окружающим условиям и не исчезнуть.

В этом контексте многие исследователи заявляют о формировании информационного общества – общества знания и экономики знаний. “Понятие информационного общества основывается на достижениях технологии” [К обществам знания. 2005. С. 19]. Так, компьютеризация обеспечила новые возможности для обработки информации и коммуникации в сферах бизнеса, науки и повседневных контактов. В связи с этим увеличивается роль информации и знания в жизни общества, растет доля информационных коммуникаций, продуктов и услуг в ВВП, формируется глобальное информационное пространство, обеспечивающее доступ к мировым информационным ресурсам. При этом собственно знание как результат определенной работы с информацией теснее вовлекается в экономический обмен, в котором оно оценивается с утилитарной точки зрения.

Вместе с формированием экономики знаний меняется система производства, накопления и распространения знаний, связанная с функционированием института экспертизы. П.А. Дэвид и Д. Форэ подчеркивают, что при ускорении процессов создания, накопления и обесценивания знаний значительно возрастает роль организаций, которые занимаются их производством и распространением, будь то высокие технологии или результаты исследования различных аспектов социума. Эти организации

оказывают услуги по проведению экспертизы [Дэвид, Форэ. 2003].

Если в картине мира Просвещения знание выступало как абсолютная ценность, то теперь актуализируется идея “полезного знания” (useful knowledge), ограниченного конкретной сферой применения и отвечающего принципу коммерческой оборачиваемости. Нико Штер, анализируя специфику общества знания, указал на то, что сегодня знание – это не только ключ к разгадке тайн бытия, но и способ его формирования, то есть “способность к действию” [Штер. 2002]. Массовизация знания происходит через его включение в сферу экономики. В частности, всеобщее образование явилось одним из самых значимых последствий индустриализации. Рост потребностей в квалифицированных кадрах постепенно создал условия для развития рынка образовательных услуг, что в итоге привело к подчинению рыночным законам сферы образования и науки. Массовизация знания заставила ряд исследователей переосмыслить легитимность университета в условиях распространения высшего образования и развития рынка образовательных услуг [Лиотар. 1998; Барнетт; Покровский].

Параллельно происходит снижение (но не уничтожение) автономии ученых. Так, Браверманн, говоря о деквалификации как об отчуждении от продукта своего труда, отмечал, что деквалификации профессионалов препятствует наличие у них необходимой для работы специальной компетенции, которая служит прочным связующим звеном с результатами труда⁵. В этих

⁵ В ситуации с низко- и неквалифицированным трудом фрагментация и конвейеризация деятельности неизбежно приводит к отчуждению продукта от работника.

условиях депрофессионализация выражается лишь в качестве ограничения профессионала его ролью в организации, требующей подчинения ее правилам и иногда отхода от классических норм профессионального этоса [Абрамов]. Внутри организации деятельность профессионала ограничена определенными рамками, заданным ритмом. С научным знанием происходит примерно то же самое. “Ученых, техников и аппаратуру покупают не для того, чтобы познать истину, но чтобы увеличить производительность” [Лиотар. 1998. С. 112]. Цель эксперта – привлечь внимание различных групп, убедить их в том, что их интересы совпадают с его интересами, обосновывая тем самым полезность собственных знаний. При этом задача эксперта – ограничить сферу своей компетенции, в которую другие акторы не должны вмешиваться.

Существование (и развитие) основанной на знаниях экономики является неотъемлемой чертой современных обществ, однако дает ли это право уже сейчас называть их обществами знания? В настоящее время “общество знания” скорее представляет собой проект социального развития. Для его реализации недостаточно того, чтобы бизнес-организации привлекали внешних экспертов из профессиональных сообществ. Необходимо объединить усилия экспертов, профессиональных пользователей информации и широкие круги заинтересованных акторов, чтобы устранить неравенство доступа к информации и знанию, неравномерное развитие знания в различных отраслях экономики, по-новому определить права интеллектуальной собственности, восстановить доверие “дилетантов” к экспертам, преодолеть фрагментацию знания, устранить угрозы манипулирования информацией и проч. Как подчеркивают эксперты ЮНЕСКО, основу общества знания составляют не технологии, а расширение прав и возможностей человека. Тем самым утверждается демокра-

тический фундамент концепции общества знания [К обществам знания. 2005. С. 29].

Экспертное знание и практика: колонизация лаборатории потребителями?

В условиях развития и увеличения числа разнообразных сообществ к экспертной оценке подключаются также лица, не являющиеся дипломированными специалистами, но обладающие определенным опытом, который может быть востребован при оценивании ситуации и принятии решений. Если сертифицированные эксперты в основном оперируют теоретическим знанием, то эксперты-практики – знанием, получаемым в процессе непосредственной практической деятельности, но подвергающимся определенной систематизации и генерализации. При этом статус эксперта-практика, как и сертифицированного эксперта, зависит от эффективности применения его оценки, а знание экспертов обоих типов является изоморфным одно по отношению к другому.

Однако практический эксперт еще не является полноправным членом экспертного сообщества. Его статус зависит от признания его права на экспертизу. Понятие практической, или публичной, экспертизы, введенное Г. Коллинзом и Р. Эвансом [Collins, Evans. 2002], требует уточнения ввиду того, что она оценивается как канал непосредственного взаимодействия экспертов и аудитории (интеракционистская экспертиза) для повышения эффективности экспертизы и производства. Важную роль публичная экспертиза играет, в частности, в сфере производства товаров массового потребления, где надо выявлять предпочтения покупателей и оперативно ликвидировать недостатки продукции.

Использование практической экспертизы можно сравнить с применением качественных методов сбора информации. Возьмем для при-

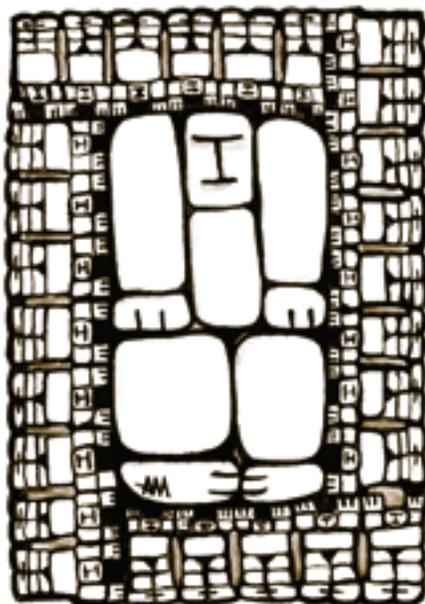


Табл. 1. Классификация агентов публичной экспертизы

Тип “эксперта”	Вид знания	Роль в экспертизе	Пример
1. Пользователь, потребитель	обыденное, неформальное	посредник или источник информации	респондент
2. Продвинутый пользователь	экспертное, формальное, построенное на абстрагировании и обобщении	формулирование проблемы и возможных способов ее решения	консультант по обнаружению технических недостатков в программном обеспечении

мера мобильные телефоны, оснащение которых постоянно усложняется. Чтобы решить, какие функции стоит добавить, часто прибегают к групповым фокусированным интервью с людьми, активно использующими уже имеющиеся возможности телефонов. Подобным образом выявляются целевые аудитории новых изделий. В этих случаях публика рассматривается в качестве экспертов, чья компетентность сводится к определенному набору предпочтений. Г. Коллинз и Р. Эванс предложили различать два типа агентов публичной экспертизы (табл. 1).

От эксперта первого типа, которого таковым можно назвать лишь условно⁶, требуется только узнать его *мнение*, а оценкой мнений и дальнейшим планированием занимаются уже другие люди. У эксперта второго типа должны быть специфические технические и практические навыки, позволяющие ему формулировать проблему и предлагать конструктивные пути ее решения. Если “продвинутые пользователи” еще могут надеяться когнитивным авторитетом, то “обычные пользователи” явно лишены такой возможности. Следовательно, публичная экспертиза отчасти сводится к изучению общественного мнения.

Однако помимо сферы массового потребления широкую публику можно привлекать и к оценке узкофункциональных технологий и других специфических проблем, в частности, к решению социально-политических вопросов и стратегическому планированию на предприятиях. В данном случае проблемой является разное видение ситуации, например, работниками и работодателями. Для ее устранения требуется привлечение специалистов по стратегическому планированию, которые сопоставляют взгляды сторон и находят приемлемые варианты разре-

шения ситуации. Подобную экспертизу можно назвать интерактивной.

Несмотря на все недостатки публичной экспертизы, сам этот феномен является весьма показательным для анализа трансформации института экспертизы в современном обществе. Это продукт функционирования экспертов, однако стремление несертифицированных экспертов к получению права на экспертизу может привести к возобновлению научных дебатов и переопределению ситуации.

Между тем экспертиза, основанная на практическом опыте, применима не только в сферах, занятых учеными и дипломированными экспертами, но и в новых видах деятельности, которые находятся только на пути к профессионализации. Здесь публичная экспертиза может использоваться в качестве меры дополнительного контроля и повышения эффективности экспертного знания. При этом создается ситуация “передвижной лаборатории”, которую можно использовать там, где это требуется эксперту.

Шейла Ясановф [Jasanoff, 2003] утверждает, что функционирование экспертизы жестко обусловлено конкретно-историческим, культурным и политическим контекстами. Возникновение статуса эксперта в той или иной сфере деятельности обусловлено потребностью в определенном знании для достижения конкретных результатов. Люди, способные добиться практических результатов, сначала наделяются статусом экспертов просто в силу разделения труда, но затем они вступают в “политические игры”, чтобы бороться за эпистемическую власть. Это происходит, когда экспертность начинают удостоверить не только сами профессионалы, но и те, кто непосредственно их контролирует, например менеджеры.

⁶ Стоит отметить, что Г. Коллинз и Р. Эванс так не считают.

Экспертиза решений, имеющих общественную значимость, подчинена специальным институциональным императивам. Сначала выносятся вопросы о том, что считать релевантным знанием, а уже потом – кто этим знанием обладает.

В научной сфере оформление “нормальной науки”, являясь результатом достижения определенного согласия сторон, создает стабильную среду, в которой экспертная оценка получает всеобщее признание. Иллюстрацией того, как достигается стабилизация внешней среды, может послужить проведенный Ш. Ясанович анализ создания судебного прецедента по поводу негативного влияния силиконовых имплантатов на женское здоровье. Появление новых фактов, не учтенных в ходе научных разработок, вызвало бурную реакцию не только в научной среде, но

Цель эксперта – привлечь внимание различных групп, убедить их в том, что их интересы совпадают с его интересами, обосновывая тем самым полезность собственных знаний

прежде всего – среди общественности. К началу первой волны судебных разбирательств, посвященных оценке личного ущерба, в научной литературе имелось мало информации о последствиях таких операций. Один из аргументов истцов состоял в том, что имплантацию стали проводить до принятия соответствующего законопроекта. В результате ученые стали активно исследовать влияние силиконовых имплантатов на организм. На повестку дня были вынесены вопросы, которые требовали экспертных заключений: может ли такое вмешательство привести к заболеванию, если да, каковы возможные размеры компенсации за нанесенный ущерб. По мере увеличения числа исков некоторых свидетелей стали привлекать в качестве экспертов на основании их опыта. Появление все новых данных о наличии или отсутствии негативного воздействия имплантатов сопровождалось изменениями в составе истцов и предмета исков. Наконец, после классификации и обобщений сформировались устойчивые практики, регулирующие соот-

ветствующие отношения, то есть произошла институционализация конкретных отношений. Когда в результате судебного процесса было определено, какая из систем знаний заслуживает социального признания, наступила стабилизация среды. Активное использование публичной экспертизы привело к укреплению оснований собственно экспертного знания и повышению эффективности его использования.

На основании изложенного сюжета выделим этапы функционирования экспертизы, связанной с привлечением публики:

- 1) появление новых фактов, которые нельзя достоверно объяснить или оценить без длительного изучения, – *проблематизация экспертного знания*;
- 2) бурная реакция общественности, сопровождаемая выжидательной стратегией экспертов, – *сбор новой информации*;
- 3) обращение к непосредственному источнику информации – *публичная экспертиза*;
- 4) выход экспертизы за границы узкого экспертного сообщества – *появление экспертов-практиков*;
- 5) классификация и обобщение новых случаев – *активизация узкого экспертного сообщества*;
- 6) *институционализация* нового знания;
- 7) *стабилизация* внешней среды и “*закрытие границ*” узкого экспертного сообщества от экспертов-практиков.

Таким образом, вовлечение публики в практику экспертизы (в качестве потенциально полноправного члена сообщества или информанта) приводит к новому укреплению границ между социальными ролями эксперта и дилетанта. Можно сказать, что современное общество – это общество институционализации экспертизы.

Заключение

Итак, экспертное знание является системным фактором общества, одновременно и источником, и продуктом коллективных представлений об устройстве мира. По мере усложнения социального устройства изменяются и социальная роль экспертов, и практика экспертизы. В частности, произошло отделение эксперта от непосредственной

власти, экспертное знание десакрализировалось – в результате стало возможно ставить вопрос о доверии к экспертам, о легитимации знания.

Оказалось, что доверие как фундаментальный элемент любого социального института в сфере экспертизы укрепляет границы между экспертами и дилетантами, а по мере вовлечения экспертного знания в экономическую сферу эти роли подвергаются еще большей формализации. Когда функционирование экспертов подчиняется принципам утилитаризма и массовизации знания, происходит институционализация экспертизы как практики взаимодействия экспертного сообщества с внешними агентами. При этом экспертиза, основанная на формальном (научном) знании, играет особую роль.

Экспертное знание, эффективность которого можно продемонстрировать широкой ответственности, порождает социальные и политические изменения, открывает новые возможности реализации интересов определенных социальных групп, формирования новых организаций, использующих плоды новых технологических разработок. Экспертиза способствует превращению мира в лабораторию. С одной стороны, реализация определенных прогнозов возможна только при соблюдении соответствующих правил, выработанных в лабораторных условиях (в области как естественных, так и социальных наук). С другой – по мере роста социального значения экспертного знания вовлечение общественности в процесс экспертизы становится важным механизмом институционализации знания.

Литература

- Barber B.* The Logic and Limits of Trust. New Brunswick: Rutgers University Press, 1983.
- Barber B.* The Sociology of Science / International Encyclopedia of the Social Sciences. N.Y.: The Macmillan; The Free Press, 1968. Vol. 13. P. 92–100.
- Collins H.M., Evans R.* The Third Wave of Science Studies: Studies of Expertise and Experience // Social Studies of Science. 2002. Vol. 32. № 2 (April). P. 235–296.
- Fuller S.* Social Epistemology. Bloomington; Indianapolis: Indiana University Press, 1986.
- Hardwig J.* Epistemic Dependence // The Journal of Philosophy. 1985. Vol. 82. No. 7. P. 335–349.
- Jasanoff S.* Breaking the Waves in Science Studies: Comment on H.M. Collins and Robert Evans, “The Third Wave of Science Studies” // Social Studies of Science. 2003. Vol. 33. № 3 (June). P. 389–400.
- Merton R.K.* The Sociology of Science: Theoretical and Empirical Investigations / Ed. by Norman W. Storer. Chicago: University of Chicago Press, 1973.
- Абрамов Р.Н.* Предисловие к переводу: Марксистский анализ трудовых отношений в современной корпорации: интерпретации Г. Браверманна; www.sociology.ru/forum/pdf/Brav_for_02_14.pdf
- Барнетт Р.* Осмысление университета (По материалам инаугурационной профессорской лекции, прочитанной в Институте образования Лондонского университета 25 октября 1997 года. Перевод Р. Гайлевича); <http://cbarko.narod.ru/tekst/alm1/barnet.html>
- Дэвид П.А., Форэ Д.* Экономические основы общества знания / Экономический вестник Ростовского государственного университета. 2003. Том 1. № 1. К обществам знания: Всемирный доклад ЮНЕСКО. Париж: ЮНЕСКО, 2005; www.ifap.ru/library/book042.pdf
- Кожанов А.А.* Анализ экспертного знания и социальной роли эксперта как автономная предметная область современных социальных исследований науки / Социологические этюды: сборник статей аспирантов. М.: ИС РАН, 2006. С. 293–305.
- Латур Б.* Дайте мне лабораторию, и я переверну мир // Логос. 2002. № 5–6 (35). С. 211–242.
- Лиотар Ж.-Ф.* Состояние постмодерна. СПб.: Алетейа, 1998.
- Парсонс Т.* Система современных обществ. М.: Аспект Пресс, 1997.
- Парсонс Т., Сторер Н.* Научная дисциплина и дифференциация науки / Социология науки. Учебное пособие. Составитель Э. Мирский. 2000; <http://courier.com.ru/pril/posobie/0.htm>
- Покровский Н.* Корпоративный университет: утопия, антиутопия или реальность? <http://www.russ.ru/culture/education/20040805.html>
- Сапрыкин Д.Л.* “Научный орден” Фрэнсиса Бэкона: зарождение научного общества нового типа // Науковедение. 2000. № 3. С. 194–208.
- Формы политической власти: концептуальный аспект // Вестник ИГЭУ. 2002. № 2.
- Штер Н.* Мир из знания / Пер. с нем. А.Н. Малинкина // Социологический журнал. 2002. № 2.

Д. Рогозин, А. Яшина

Анализ коммуникативных сбоев в экспертном интервью

Экспертиза как способ создания научно обоснованных описаний прочно вошла в социальные, экономические и политологические исследования. Пожалуй, ни один крупный исследовательский проект не обходится без экспертного интервью – основной или дополнительной формы, призванной подтверждать необдуманные и зачастую непонятные ответы рядовых сограждан (наиболее распространенный “джентльменский набор” включает еще массовый опрос, фокус-группы и так называемые глубинные интервью, которые зачастую отличаются от экспертных лишь отсутствием предварительной стигматизации респондента). Предполагается, что ответы экспертов – людей, способных проникнуть в суть изучаемой проблемы, – дают достаточно оснований для подтверждения валидности и надежности собранных другими способами данных. В глазах неискушенных заказчиков эксперт уже давно стал великим герменевтом, а экспертиза – процедурой обнаружения сколов истинного знания. Поэтому традиционно основной исследовательский интерес направлен на обработку уже полученных экспертных ответов, а не на проверку и обоснование их экспертности.

Вместе с тем экспертное интервью – не более чем разговор, иницируемый и проводимый по определенным правилам: “любое интервью,

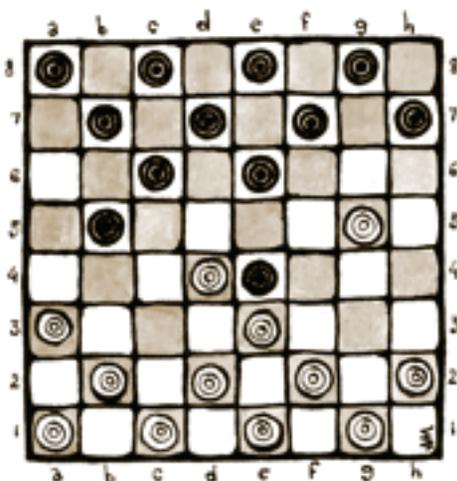
в принципе, есть речевое взаимодействие, подчиненное последовательности реплик его участников” [Baker. 2002. P. 779]. Не вдаваясь в проблему предварительного наделения человека статусом эксперта (в определении первого среди равных скрыто множество недосказанностей и противоречий, на этапе отбора респондентов экспертиза всегда предполагает элемент ранжирования и классификации), отметим, что не менее значимая величина экспертности – организация и порядок коммуникации, в которой явным или неявным образом подтверждается компетентность собеседника. По меньшей мере, предварительное, принятое участниками коммуникации закрепление роли эксперта за одним из собеседников принуждает обоих поддерживать разговор таким образом, чтобы обнаружение некомпетентности стало дискурсивно невозможным. В противном случае экспертное интервью потеряет свой главный атрибут – экспертность поставляемого знания. В рамках ролевой интерпретации можно было бы говорить о стратегиях “сохранения лица” (по И. Гофману), однако, на наш взгляд, большим эвристическим потенциалом обладает изучение структурных характеристик самого интервью, особенностей диадного общения, разговора, разворачивающегося во взаимодействии (talk-in-interaction), а не индивидуальных мотивов его участников.

Итак, цель работы – обнаружить пограничные области экспертного интервью, в которых фальсифицируются основы экспертности как знания о предмете. Интерес представляет описание не только фактологии нарушений, но и стратегий ремонта интервью, которыми вынуждены руководствоваться его участники. В таких ситуациях интервьюер задает дополнительные, уточняющие вопросы, старательно ретушируя их диагностическую и оценочную компоненты; респондент старается предоставить информацию, хотя бы косвенно отвечающую запросам собеседника. Наблюдение за игрой в компетентность позволяет, как минимум, подвергнуть сомнению опросный инструмент или процедуру отбора эксперта. Однако наибольший научный интерес представляет сама игра на уровне фола, которую мы можем с успехом наблюдать, не выходя за рамки разворачивающейся коммуникации. Задавая уточняющие вопросы, интервьюер настаивает на содержательном ответе, тем самым принуждает респондента оправдываться за неспособность его предоставить. В таких оправданиях раскрываются границы экспертного знания, которые невозможно определить вне коммуникативной ситуации. Внимательное наблюдение за ходом опроса дает уникальный ресурс для оценки качества всего мероприятия, фабрикующего эпифанный дискурс.

Объект исследования

Материалом для аналитической работы послужили аудиозаписи экспертных интервью, посвященных региональным выборам. Опрос проводился Фондом “Общественное мнение” в феврале 2005 года. В выборку попали специалисты (журналисты, общественные деятели, политики, научные сотрудники), проживающие в разных городах России, поэтому в целях экономии ресурсов и оперативности сбора данных интервью

проводилось по телефону с использованием стандартного набора открытых вопросов. Из 115 интервью, проведенных в рамках одной волны исследования, случайным образом отобрано 23 (20% от общей совокупности). Для нашего анализа были отобраны лишь те элементы разговора, в которых идентифицировались затруднения в коммуникации, вызванные неспособностью или нежеланием эксперта отвечать на вопросы. Всего нам встретились 27 таких фрагментов. В заголовке каждого из них обозначен порядковый номер интервью в выборке и номер интервьюера. Жирным шрифтом выделены артикулируемые анкетные вопросы, чтобы было легче их отличить от ситуативных вопросов и реплик интервьюера.



Каждое интервью в среднем занимало около получаса. Максимальная продолжительность составила один час, минимальная – 17 минут. Опрос проводили три человека: первый интервьюер взял девять интервью, второй и третий – по семь интервью.

Отдельные фрагменты аудиозаписей транскрибировались посредством техники конверсационного анализа (табл. 1).

Все последующие интерпретации выполнены в традиции конверсационного анализа, который наиболее тонко и глубоко отражает особенности коммуникативного взаимодействия.

Основания конверсационного анализа

Большинство аналитиков связывают конверсационный анализ с именами Х. Сакса, Э. Щеглова, Г. Джефферсона и отмечают его этнометодологические основания [Goodwin, Heritage. 1990. P. 283; Arminen. 1999. P. 254; Houtkoop-Steenstra. 2000. P. 18; Baker. 2002. P. 779]. Более того, П. Аткинсон утверждает, что этнометодологию не так просто отличить от конверсационного анализа [Atkinson. 1988. P. 434]. Основная идея, заложенная в обоих направлениях теоретических

Табл. 1. Словарь транскрипции ¹

Знак	Описание
(0.0)	Цифрами в скобках обозначаются паузы между высказываниями (в секундах)
()	Фрагмент речи неясен и не может быть транскрибирован
(.)	Знак короткого промежутка между высказываниями (десятые доли секунды)
(())	Комментарий автора, не является частью высказываний
(слово)	Сомнение в правильности транскрибированного отрывка
[]	Наложение высказываний
(хх)	Смех, улыбка в голосе
.хх	Вдох
хх	Выдох
слоххво	Слово произносится со смехом или улыбкой в голосе
=	Между высказываниями паузы нет вообще
слово-	Прерванное слово
. , ? !	Знаки, символизирующие интонацию: завершающую, перечисляющую, вопросительную и восклицательную
:	Растягивание буквы; количество значков приблизительно показывает длину растягивания
слово	Подчеркнутая буква означает интонационное ударение на этом слове
СЛОВО	Слово произносится очень громко, крик
слово	Слово произносится подчеркнуто энергично и чуть громче обычного
°слово°	Высказывание произнесено заметно тише обычного
↑↓	Повышение и понижение интонации
→	Указание на элемент транскрипта, описываемый в тексте
слово'	“Проглоченное” слово или часть слова, разговорный вариант
(...)	Часть текста, следующего между высказываниями, опущена
<> ><	Замедление речи Ускорение речи

изысканий, – выявление конструкторов социального действия в речи и через речь. Базовое предположение метода, разделяемое всем интерпретативным направлением в социальных науках, начиная от ранних феноменологических изысканий и заканчивая конструктивистскими экспериментами, – это возможность обнаружения порядка на всех уровнях вербального взаимодействия, утверждение тотальности упорядоченных элементов, “порядка во всех отношениях” [Sacks. 1984. P. 22]. Другими словами, в интересующем взаимодействии нет места случайности, все разговоры о моделировании случайных процессов – не более чем спекуляции с “как если бы” научным знанием. Следствием коммуникативной

упорядоченности выступают индексикальность (указательность) речи, рефлексивность дискурса и контекста. Индексикальность речи обусловлена ее указанием на собственный контекст. Последний можно обнаружить в речи как таковой, не выходя за рамки артикулированных предложений (в этом возникает основной зазор между, казалось бы, схожими методами дискурс-анализа и конверсационного анализа). Внешние характеристики участников (например статус, доход, род занятий и т.д.) должны стать внутренними характеристиками коммуникации, то есть составной частью взаимодействия. Только в этом случае они становятся релевантными для обоих участников интервью [Svennevig. 2000. P. 77]. Смысл

¹ Составлен в соответствии с основными требованиями к транскриптам конверсационного анализа, см., например [Hutchby. Wooffitt. 2002. P. VI-VII].

не зафиксирован в абстрактном значении, а возникает из обстоятельств. Как указательны вербальные продукты “практического социологического рассуждения” [Maynard, Clayman. 1991. P. 398], так указательна субстанция экспертности, конструируемая посредством взаимных обменов репликами. Только социально организованные и упорядоченные категории знания могут выступать ресурсом для достижения предзаданной цели формирования экспертного дискурса.

Поскольку ни одно общение не допускает обоюдного понимания, достигаемого через объяснение смысла каждого высказывания, выбирается более экономичный способ организации речи – привязывание и согласование последовательно воспроизводимых реплик. Вместо того чтобы изучать отдельные высказывания или действия изолированных индивидов, имеющих цели, мотивы и намерения, разговорный анализ направлен на экспликацию структурных особенностей разговора [Heritage, Atkinson. 1984. P. 4]. Неискушенный исследователь может усмотреть в этом черты строгого эмпиризма и индуктивизма. Однако эмпирическое обоснование каждого вывода не отрицает предварительной концептуальной работы по формированию релевантного языка описаний и словаря допустимых в данном контексте признаков. Перечень запретов и создает каркас аналитической процедуры. Так, в разговорном анализе запрещено говорить о ментальных состояниях говорящих, их мотивах и эмоциях, иных теоретических конструктах, априорно навязываемых изучаемому объекту. Принцип “немотивированного наблюдения” направлен на описание порядка и структуры взаимодействия, а не его содержания или смысла. Тем самым разговорный анализ позволяет обнаружить повторяющиеся схемы взаимодействия, объясняет ориентации участников интервью на нормативные свойства последовательного обмена репликами, обеспечивает фокусирование наблюдения на интеракционной активности собеседников [Hutchby, Wooffitt. 2002. P. 201]. Все эти свойства в наибольшей степени отражают наши интенции по деконструированию и фальсификации эпифанного знания, формируемого в экспертном интервью.

Фальсификаты экспертности

Каждый из нас обладает некоторым знанием о должном и не должном в той или иной ситуации, по отношению к тому или иному предмету. Фрагментарное и неразвитое знание зачастую связывают с обыденными интерпретативными схемами, неожиданные находки и прорывы объясняются интуицией и озарениями. Безусловно, существует множество повседневных описаний экспертного интервью, и многие из них отражают правдоподобные, если не сказать – истинные, его характеристики. Наша задача заключается не в экспертизе экспертного, не в проверке уже существующих своих или чужих представлений, а в некотором непредвзятом наблюдении за разворачивающимся коммуникативным спектаклем, мотивы и интерпретации актеров которого нам неизвестны. Более того, мы и не пытаемся узнать мотивы участников взаимодействия, поскольку любая, в том числе и экспертная, речь “принципиально интерактивна”, и лучшее ее объяснение достигается посредством анализа интеракции, нежели психологических мотивов изолированных участников [Goodwin, Heritage. 1990. P. 294]. Другими словами, объяснение экспертности не требует выхода за пределы экспертного дискурса.

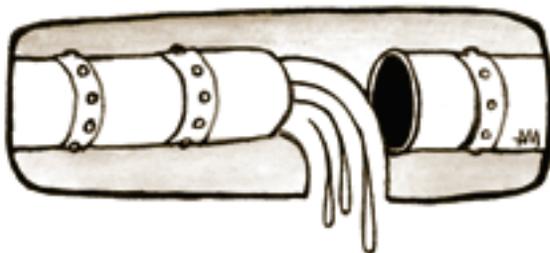
Последующая организация текста может ввести в заблуждение неискущенного в конвер-

В глазах неискушенных людей эксперт уже давно стал великим герменевтом, а экспертиза – процедурой обнаружения сколов истинного знания. Вместе с тем экспертное интервью – не более чем разговор, иницируемый и проводимый по определенным правилам

сационном анализе читателя. Хотя мы присвоили заголовки в некоторой степени обобщаемым, фреймированным ими фрагментам текста, они являются результатом анализа, а не его структурным системообразующим элементом. Любопытно, что структура научной статьи побуждает нас

изменить реальную последовательность аналитической работы, поставив в начало то, что являлось завершающим штрихом всех наших усилий по транскрибированию, сопоставлению и обсуждению мельчайших элементов речевого взаимодействия. “Приступая к разговорному анализу, мы никогда не знаем, чем он будет завершён” [Sacks. 1984. P. 27], поскольку начало представляет собой простое наблюдение за последовательностью реплик [Schegloff. 1987. P. 104]. В результате многодневных обсуждений мы пришли к, казалось бы, само собой разумеющимся выводам, отражающим подтверждения и опровержения экспертности интервью. Вряд ли в них можно обнаружить новые, никому не известные откровения. Единственное отличие, придающее смысл подобным действиям, заключается в том, что описанные фальсификаты подкреплены опытным знанием, почерпнутым из систематического наблюдения над внешней по отношению к предмету исследования и наблюдателю коммуникативной средой, а не только представлениями и фантазиями рефлексирующего субъекта. Сама же среда редуцирована до последовательного предъявления реплик, возникающих в речевом взаимодействии [Hutchby, Wooffitt. 2002. P. 146]. Подчас структурные элементы говорят гораздо больше о наблюдаемом объекте, нежели его смысловые интерпретации. Более того, в релевантности и осмысленности последних у нас есть большие сомнения.

1. Занятость и/или отсутствие времени. Формат экспертного интервью подразумевает, что респондент должен не только согласиться на участие в опросе, но и быть готовым дать развернутые, обоснованные ответы; не только осуществить минимальное коммуникативное сотрудни-



² Здесь и далее в заголовке первая цифра обозначает порядковый номер интервью, вторая – интервьюера, цифры в тексте интервью – номера строк. Знаки препинания в цитатах символизируют интонацию – см. табл. 1.

чество, но и подкрепить его весомыми, зачастую уникальными данными. Как минимум, эксперт должен располагать временем, чтобы дать взвешенный и обдуманный ответ. Не интервьюер, а респондент в роли эксперта должен задавать временной регламент интервью.

Каковы симптомы и последствия нарушения нормы “свободного времени”? Прежде всего, интервьюер не всегда принимает во внимание занятость респондента:

Интервью 7.1²

- 1 Респондент: ...>коротко буду говор↑ить мне надо ехать уже<
- 2 Интервьюер: ↑хоро↓шо (.) какие настроения...

Заметим, что респондент не просто говорит о необходимости уехать, но произносит фразу в ускоренном темпе. Несмотря на это, интервьюер сразу же переходит к анкетному вопросу, фактически игнорируя услышанную реплику. Такой прием помогает продолжить общение, однако шансы получить экспертные заключения становятся очень низкими. По всему интервью рефреном проходит просьба прекратить взаимодействие, которую интервьюер успешно обходит. Коммуникативный успех удержания абонента приводит к фальсификации содержательных элементов общения.

Интервью 9.1

- 1 И: а как относятся к основным претен↑дентам
- 2 на пост главы администрации ↑жители вашего реги↓она?
- 3 Кто, какие слои насе↑ления их под↓держивают?
- 4 → ((на протяжении речи интервьюера
- 5 звук переключаемой/зажимаемой респондентом трубки))
- 6 Р: нет информации
- 7 (1)
- 8 И: ↑ну вот на ваш ↓взгляд просто-э
- 9 ваша точка зрения=
- 10 Р: = ну вот ЛДПР электорат понятен, традицион↑ный,
- 11 а осталь↑ные скорее всего н-н >просто они не местные,
- 12 поэтому их здесь никто не ↓должен поддерживать<
- 13 И: °↓мгм° А действующего губернатора ↑все слои
- 14 или не ↑все могут поддерживать

- 15 P:→ .xx И-и-й >Скорее всего ↓да<
 16 И: **А какие “уязвимые места”**
 17 **есть у названных Вами участников выборов?**
 18 P: М-м-м >Они сами не из↑вестны,
 19 поэтому “уязвимые места” не из↓вестны.
 20 И: (1) А у действующего губернатора ↑есть
 21 какие-то уязвимые места
 22 P: Я их не знаю
 23 И: **а ↑есть ли что-то, что настраивает**
 24 **население региона против этих людей?**
 25 P: что-то или кто-то?
 26 И: что-то (.). Что-то может быть
 27 в их деятельности, в их имидже
 28 что настраивает насе↑ление против них
 29 P: неизвестность
 30 И: (1) это против кого может настраивать?
 31 P: н-ну против остальных
 32 → .xx Ой-й (.). >извините секундочку, ↑а= <
 33 И: =еще о↑дин вопрос буквально
 34 [Сергей Александрович
 35 P:→ [>по↓следний хоро↓шд<
 36 И: А против Богомолова (1) ↑может что-то настраивать людей?
 37 (3)
 38 P: м-мх ну >наверное усталость<
 39 И: °мгм°
 40 P:→ Просто ↑долго (.). это всё
 41 И: **а по Вашим ощущениям, федеральные российские власти**
 42 **проявляют или нет интерес**
 43 **к выборам [в вашем регионе**
 44 P:→ [Проявляют .xx >извините
 45 извинихте [бегу <
 46 И: [а вот в чем это выра↑жается
 47 и всё последний вопрос
 48 P:→ .xx у-у-у- ф-ф в ↓чем это выра↑жается
 49 ну в том, что госсовет был (.). во-первых
 50 Олег Алексеич у↓частвовал (.).
 51 потом ну и пол↑предство заинтересовано,
 52 чтобы все прошло чинно и благородно.
 53 То есть в порядке >соответствующем закону<
 54 И: °↓мгм°
 55 P:> >↑мгм спа↑сибо изви↓ните<

Нет смысла доискиваться до истинной причины отказа респондента, выяснять, был ли он действительно занят или нет. Сам факт вербального утверждения о нежелательности разговора, необходимости его прекратить (строки 44-45) дол-

жен был остановить интервьюера, настроенного на продолжение коммуникации [Goodwin, Heritage. 1990. P. 294]. Во время звучания предпоследнего вопроса респондент долго перекладывает трубку. После этого его ответы становятся еще более короткими и отрывистыми, появляются признаки явного нетерпения (строка 15),

Подчас структурные элементы говорят гораздо больше о наблюдаемом объекте, нежели его смысловые интерпретации

ускоряется речь. Несколько раз респондент делает резкие вдохи (строки 15, 32, 48), которые в данном контексте указывают на нежелательность коммуникации. В строке 32 респондент быстро произносит просьбу подождать, на что интервьюер дает настойчивый отрицательный ответ, обещая на этом прекратить интервью (строка 33). Перед нами явный тип директива, который актуализирует исходную имплицитную форму: “Я считаю, что тебе следует ответить еще на один вопрос” [Карасик. 2004. С. 59]. Интервьюер вроде бы идет на уступку просьбам, интонационно подчеркивая завершение разговора (повышение тона на слове “один”). Однако после получения согласия продолжает ведение интервью в предписанном анкетой режиме. Поэтому, когда задается следующий анкетный вопрос, респондент после односложного ответа наконец показывает свое намерение прекратить интервью и после очередного уверения, что “это последний вопрос”, невербально проявляет значительное нетерпение и недовольство возникшей ситуацией (строчка 48). Заметим, что несмотря на столь невежливое, игнорирующее реплики собеседника поведение интервьюера, респондент старается сохранить вежливый тон разговора. Так, реплика последнего – “просто долго” (строчка 40) может относиться к ответу на вопрос, а может быть и коротким оправданием за односложные ответы. Кроме того, на стремление респондента избежать грубого завершения разговора указывает и легкая усмешка, с которой он

произносит объяснение “извините, бегу” (у-мешка – один из основных способов скрыть смущение, сгладить возможную жесткость реплики). Последний элемент вежливого отказа от дальнейшего разговора – “спасибо” и “извините” (строка 55).

Занятость может подчеркивать экспертный статус респондента, говорить о его большем весе и востребованности со стороны внешнего окружения. Однако в нашем случае речь идет об экспертности самого ответа, который даже в устах человека высокой компетенции может быть не далеким от профанного, обыденного знания. Другими словами, не каждое высказывание эксперта является экспертным, и один из маркеров, фальсифицирующих последнее качество, – отсутствие времени или озабоченность другими проблемами на момент интервью.

Интервьюер не всегда принимает во внимание занятость респондента. Коммуникативный успех удержания абонента приводит к фальсификации содержательных элементов общения

2. Отсутствие информации о “правилах игры”. Респонденту звонят чаще всего на работу, где он подчинен определенным, зачастую не зависящим от него обязательствам, поэтому интервьюер должен не только справиться о занятости на момент звонка, но и информировать о продолжительности разговора. Стараясь пройти барьер первых минут разговора, когда респонденту наиболее легко отказаться от участия в опросе, интервьюеры нарушают правила вежливого поведения и замалчивают информацию о реальных условиях разговора [Рогозин. 2004. С. 89]. Так, уже в конце коммуникации респондент с раздражением высказывается: “Я думал, интервью на три-четыре минуты”. Зачастую респонденты, в особенности впервые участвующие в экспертном опросе ФОМа, не осведомлены о том, какого рода разговор им предстоит. Интервьюер ничего не объясняет в начале, ставя со-

беседника в неловкое положение, связанное с необходимостью уточнять и корректировать свое вербальное поведение:

Интервью 5.3

1. И: Какие настроения, оценки положения дел
- 2 в ↑ области преобладают среди насе↓ления?
- 3 (1)
- 4 Р: .xx то есть мне нужно отве↑чать вариантов ответа ↓нет=
- 5 И: =вариантов ответа ↑нет ваше ↓мнение

Интервью 6.1

- 1 И: Какие настроения оценки положения дел
- 2 в области преобладают среди населения? =
- 3 Р: =Так ↓открытый вопрос
- 4 И: ↓Открытые вопросы

Если в первом отрывке респондент, вероятно, ждет вариантов ответа (пауза) и потом спрашивает, то во втором – сразу уточняет. Причем в уточнении заложены содержательный и прагматический компоненты. Содержательный направлен на определение особенностей ответа. Прагматический устанавливает статус говорящего. Упоминание термина “открытый вопрос” (строка 3) подчеркивает осведомленность респондента об опросной технологии. Кроме того, союз “так” с резким падением тона указывает на попытку переопределить статус [Карасик. 2004. С. 20], установить подобающее эксперту доминирующее положение.

Неготовность респондента к коммуникации подчеркивается его непониманием вопроса, переключением внимания с содержания на форму вопроса:

Интервью 9.1

- 1 И: Какие настроения, оценки положения дел
- 2 в области преобладают среди населения?
- 3 (2.5)
- 4 Р: это вопрос уже?
- 5 И: да вопрос
- 6 (1.5)
- 7 И ваше мнение, ваша точка зрения

С чем бы ни было связано, на первый взгляд, столь незначительное затруднение (интервьюе-

ры выходят из него единообразным способом: подчеркивают, что собеседник должен высказать свое мнение), оно свидетельствует о малой осведомленности респондентов об особенностях организации интервью. Начиная разговор в ситуации неопределенности, люди по-разному интерпретируют правила ведения разговора, создают его контекстуальное оформление, что приводит не только к абсолютной несопоставимости разных интервью, но и разрушению экспертной роли респондента, который “должен однозначно понимать цели и задачи” проводимого опроса.

3. Размытость статуса интервьюера. Любое взаимодействие – это статусная ситуация, в которой так или иначе установлена ролевая структура, распределена иерархия участвующих сторон. П. Дрю и Д. Геритейдж подчеркивают наличие тесной связи между статусом и коммуникативной ролью, с одной стороны, и дискурсивными правами и обязательствами – с другой [Drew, Heritage. 1992. P. 49]. В реальном общении действие и статус деятеля рефлексивно связаны, и анализ обоих компонентов должен проходить через изучение оснований взаимного участия (participation frameworks) в коммуникации. Респондент конструирует образ собеседника и связывает с ним определенные ожидания, приписывая тем самым собеседнику некоторую “дискурсивную идентичность” [Goodwin, Heritage. 1990. P. 292-293]. Чаще всего интервьюеру придается статус либо журналиста, либо политолога, во всяком случае, человека, который разбирается не просто в тех вопросах, которые задает, но и в ситуации в конкретном регионе России:

Интервью 13.3

- 1 И: ну (.) а-а у кого связи есть с экономическими э↓литами=
 2 Р: =Ну не найдете Вы не и↓щите (.) ↓вот
 3 И: Мг↑м (,) а-э поче↓му
 4 Р: ну я так думаю, нет вы-то можете найти я не могу (xxxx)
 5 Так что (.) у вас больше воз↑можностей
 6 >→ вы журналисты и наверно все-таки больше знать можете

Тотальная осведомленность собеседника, конструируемая респондентом, – весьма интересный феномен: “У нас же депутат госдумы Семи-

гин, >°дальше все уже, понимаете, да?°<”. Выражения “ну, вы понимаете, да?” или “вы сами знаете, у нас здесь...” часто встречаются в ответах. В данном случае уже респондент фальсифицирует свой статус эксперта как обладателя компетенции, независимой от опрашивающей организации [Ленуар и др. 2001. С. 125]. Ожидания экспертности от интервьюера становятся особенно очевидны в тех ситуациях, когда тот действительно чего-то не знает. Уточняющими вопросами интервьюеры могут как убедить респондента в собственной компетентности (когда задают подробные, сложные вопросы), так и, наоборот, привести в недоумение, когда по дополнительным вопросам интервьюера респонденту становится ясно, что собеседник не разбирается в ситуации, не знает тех вещей, которые должен знать специалист. Например, реакция рес-

Любое взаимодействие – это статусная ситуация, в которой так или иначе установлена ролевая структура, распределена иерархия участвующих сторон

пондента на один из дополнительных вопросов интервьюера о связи двух кандидатов с бизнесом: “Я же вам сказал. У Николая Кирилловича – с-с таким, У Евгения Петровича – с по-тре-бительским (.) рынком. Вы пони↑маете, что это значит? Сектор потребительского рынка – что это такое...”. Вряд ли возможно получение экспертных оценок вне процедур, позволяющих подойти к совместно разделяемому знанию. Г. Гарфинкель более категоричен в этнометодологическом проекте, согласно которому вовсе отрицается возможность понимания без проведения совместных действий [Garfinkel. 1967. P. 30]. Другими словами, нельзя передать экспертное знание некоторому записывающему устройству, пусть даже имеющему имя, пол и возраст. От интервьюера ожидается не нейтральность и готовность выслушать ответ, а активное обсуждение и поддержание экспертного дискурса.

Размытость представлений у респондента о том, в каком опросе он участвует, с кем именно он разговаривает и каковы условия взаимодействия, приводит к значительным коммуникативным затруднениям:

Интервью 7.1

- 1 И: А у кого из названных Вами
 2 есть поддержка со стороны политических
 3 элит региона,
 4 [партий, действующих в области?
 5 Р: [0-о-ой вы мне такие слушайте а за↑чем вам
 6 столько во↑просов задавать, для чего?
 7 И: >Ну ↑вот тут буквально еще три вопроса=<
 8 Р: =Не ну вы из меня всю ↑шкуру ↓вытрясли
 9 (2)
 10 Зачем так ↑много-то. (1.5) Вы че отчет делаете °что ли°?
 11 И: (1.5) ну вот ээ еще вот ээ ↑этот вопрос
 12 [()
 13 Р: [Не ну я спрашиваю, вы что от↑чет готовите что ли?
 14 И: ээ да↑вайте я вам после интервью отвечу
 15 на этот вопрос Ефим Михайлович=
 16 Р: =Ну давайте (1) ↓что вы спросили

В результате интервьюер попадает в ситуацию множественного выбора. С одной стороны, он может играть роль человека неосведомленного, просто зачитывающего текст, составленный кем-то другим, не иметь возможности комментировать и уточнять уже предзаданную структуру смысловых блоков. С другой стороны, интервьюер может пояснять и комментировать вопросы, представляя собственную точку зрения, свои варианты ответов. Также интервьюер может самостоятельно формулировать вопросы, обсуждает возникшую здесь-и-сейчас проблему, которая не была предварительно учтена исследователем.

4. Односторонняя стандартизация диалога. Очередность “вопрос – ответ” организует обмен репликами между участниками речевого взаимодействия. Предустановленный формат разговора закрепляется неявными институциональными правилами, поддерживающими очередность реплик [Heritage, Greatbatch. 1991. P. 95; Hutchby, Wooffitt. 2002. P. 149]. Ч. Бриггс называет их “метакоммуникативными нормами”, по-

средством которых интервьюеру удается контролировать референтное содержание ответов (соотношение с заданным вопросом), продолжительность и глубину реплики и способ конструирования дискурсивной идентичности [Briggs. 2002. P. 911]. От респондента всегда ожидается некоторая реакция на вопрос [Карасик. 2004. С. 26], при этом она не должна выходить за рамки метакоммуникативных норм. В экспертном интервью ответы лишь поддерживают разворачивающийся эпифанный нарратив, помогают находить новые, нетривиальные аргументы для формулируемых экспертом суждений. Любое вмешательство в подобную организацию диалога приводит к разрушению роли эксперта, трансформации ее скорее в роль помощника, со-автора в совместном решении некоторой предзаданной коммуникативной задачи:

Интервью 11.2

- 1 И: Можете ли Вы оценить шансы тех,
 2 кого Вы только что назвали?
 3 (2)
 4 Р: °↑шансы°
 5 И: мг↑м
 6 Р: да ↑нет у них шансов хх хх по сути-то дела
 7 я бы так сказал (.) потому что первое...
 (...)
 8 Р: поэтому как расценить шансы значит
 9 Я думаю что шансов у них практически нет
 10 [Ну конечно кто-то за них
 11 И:→ [↑ну вот
 12 расположить как-то их ↑можно
 13 По возрастающей (.) или по убывающей
 14 Р: Да-э ни↓как (.)
 15 Все трое может процентов пятнадцать-двадцать
 16 набе↑рут °с общей суммы°
 17 И: Мгм (.) а какими ресурсами они обладают
 18 Что можно предположить (.)
 19 Р: °Да я не знаю какими они ресурсами обладают°
 20 [Я думаю
 21 И:→ [вот ээ поддержка
 22 Р: что ресурсы у них не ↓маленькие
 23 для того чтобы значит ээ проводить эту работу
 24 И: Мгм (1.5) ну скажем вот ээ <административный ресурс>
 25 Под↑держка ↓средств массовой информации
 26 под↑держка

- 27 P: [ну административный ресу-
 28 И:→ [авторитетных ↓личностей у ко↑го в чем
 29 → <преи↓мущество может быть>
 30 P: а ↑пока никто не ↓знает кто их поддерживает
 31 и пока еще не было агитации за них

Каждый раз интервьюер прерывает респондента тогда, когда тот еще либо не закончил, либо только начал развивать мысль. В первом случае (строка 11) интервьюер, вероятно, хочет добиться большей конкретики и поэтому прерывает респондента наводящим вопросом. Но вот в строке 21 интервьюер перебивает респондента, когда тот только начинает отвечать на вопрос “что можно предположить”. Аналогичный речевой паттерн наблюдается в строке 28: интервьюер произносит слова довольно медленно, поэтому когда респондент, уловив в наводящем вопросе ключевые слова, пытается ответить, интервьюер планомерно и медленно договаривает фразу до конца, не останавливаясь при ответной реплике респондента. Интервьюер тем самым разрушает роль собеседника как “обладателя знания” [Hutchby, Wooffitt. 2002. P. 161], выходящего за рамки предзаданной коммуникативной схемы, низводя последнего до обыкновенного информанта. Или другой пример:

Интервью 11.2

- 1 И: Как относятся к основным претендентам
 2 на пост главы администрации жители вашего региона?
 3 Кто, какие слои населения их поддерживают
 4 P: .xx (1.5) ↓трудно сказать
 5 И:→ ну [вот
 6 P: [ээ здесь
 7 И: предпочтения какие-то <↑ можно проследить (.)
 8 → [к Богомолу>
 9 P: [Да ↑нет
 10 И: там скажем-мм [нынешнему
 11 P: [↑ да xx
 12 И:→ губернатору <ка↓кие категории населения
 13 могут поддерживать>
 14 P: да ↓трудно здесь сказать
 15 все категории есть

В этом случае респондент так и не успел развить мысль – нет временного промежутка между ре-

пликой респондента и началом уточняющего вопроса интервьюера (строчки 4, 5). Это подтверждается и одновременной речью собеседников, в которой уступает свою очередность опять-таки респондент. Интервьюер говорит медленно, причем получается, что попытки респондента ответить (строчки 9, 11) как бы “встрывают” в однородную, продолжающуюся речь интервьюера. Только после медленного и основательного произнесения всего анкетного вопроса респонденту разрешается ответить. Так воспроизводится подмеченная многими аналитиками асимметрия институционального взаимодействия [Briggs. 2002. P. 911; Hutchby, Wooffitt. 2002. P. 160-164], однако скос происходит от-

Размытость представлений у респондента о том, в каком опросе он участвует, с кем именно он разговаривает и каковы условия взаимодействия, приводит к значительным коммуникативным затруднениям

нюдь не в сторону экспертного дискурса. Несмотря на приоритетное внимание в экспертном интервью к тому, что скажет респондент, позиционное преимущество часто остается за интервьюером, который ведет беседу и фактически экспроприирует роль эксперта. Вместе с тем экспертное интервью не может проводиться по жесткой предзаданной исследователем схеме, с заранее сформулированным полным корпусом вопросов, как это полагают Д. С. Шмерлинг с соавторами [Шмерлинг и др. 1977. С. 299]. Не интервьюер, а респондент в роли эксперта должен формировать и структурировать ответ, возможно, опровергая или расширяя вопросы собеседника. Стандартизированные, близкие к технологиям допроса формы ведения интервью неприемлемы для экспертной процедуры. Иначе интервьюер или исследователь получают роль метаэкспертов, управляющих ситуацией, задающих не только правила игры, но и правила экспертизы экспертности ответов.

5. Коррекция неответов. Ситуация неответов – наиболее комплексное и, соответственно, информативное поле для описания экспертного интервью. В отличие от содержательных ответов, отказ (например, “понятия не имею”,

Не интервьюер, а респондент в роли эксперта должен формировать и структурировать ответ, возможно, опровергая или расширяя вопросы собеседника

“не знаю”) концептуально не является ответом на вопрос, однако он входит в распределение релевантных вопросу позиций. Наличие мнения или знание какой-либо информации предполагает определенную долю компетентности, или экспертности, собеседника. Следовательно, отказ – это прямой сигнал отсутствия таковой. Без регистрации отказов, описания коммуникативных затруднений и стратегий их ремонта у исследователя не остается никаких средств для идентификации экспертности экспертного опроса. Содержательная часть вопрос-ответной коммуникации не позволяет оценить компетентность, поскольку вопросник предполагает лишь линейное “успешное” проведение разговора [Lynch. 2002. P. 138]. Если требование экспертности понимается как безусловное, относящееся ко всем обсуждаемым темам и не подлежащее согласованию с респондентом, возникает прямая угроза фальсификации не только коммуникативной, но и содержательной части экспертного интервью. Интервьюеры начинают прибегать к различным коммуникативным ухищрениям, чтобы буквально заставить респондента высказать некоторое суждение даже по неизвестному ему вопросу, тем самым принуждая последнего покинуть область экспертного знания. Д. Холштайн и Д. Губриум называют такой стиль “активным интервьюированием”. Его позитивный аспект – активизация нарративного дискурса посредством обозначения нарративной позиции, адекватных ресурсов и примеров, на что и указывают авторы [Holstein, Gubrium. 1997. P. 123].

В нашем же случае мы имеем дело с негативной активизацией интервью, в котором от респондента требуется высказаться любой ценой, а отказ воспринимается как провал коммуникации. Так, интервьюеры не принимают ответы, содержащие отказы: “(я даже) не знаю; не могу вам ответить на этот вопрос; нет (у меня такой) информации; это я вам не могу сказать; трудно сказать; не знаю, что вам сказать; я не знаю таких; тут я вам ничего не могу сказать; про других не могу сказать; мне нечего сказать; я не знаю, о чем еще можно сказать; больше нечего добавить; затрудняюсь ответить”. Примечательно, что эксперты терпеливо выносят подобный напор и на протяжении всего разговора возвращаются к границам своей осведомленности:

Интервью 4.3

1. И: >Есть ли какие-нибудь источники
2. социального напряжения, если да –
3. то какие именно расскажите о них пожалуйста<
4. Р: (1)↑Я не ↓знаю таких
5. И: (1) >То есть их нет вооб↑ще
- 6 или может быть они скрыты
- 7 или о них мало говор↑ят вот< мм
8. Р: мм нет ↑мне не из↓вестно просто
- 9 И: (1) А-а >как вы предполагаете есть ли
- 10 какие-то источники где они возможно< могут быть

Респондент дает четкий ответ на вопрос, при этом говорит не о собственной неосведомленности (стандартные ответы типа “знаете, не могу вам ничего сказать”), а о том, что феномена с такими характеристиками (источников социального напряжения) он в регионе не знает. Повышение тона на “я” в 4-й строке интонационно подчеркивает это местоимение, т. е. респондент говорит, что он лично не знает таких источников. Несмотря на краткий и исчерпывающий ответ, интервьюер задает еще два вопроса. Первый – уточняющий, на который респондент дает такой же ответ, как и на анкетный вопрос, опять делая ударение на “мне”, т. е. подчеркивая отсутствие знания о наличии конкретных явлений в регионе. Респондент выражает некоторое затруднение коротким “мм” (строки 7-8), которое может обозначать

сохранить лицо, но и подстроить собственные ожидания и намерения к представлениям партнера по диалогу. Несмотря на то, что интервьюер расширил вопрос (теперь нужно рассказать не о существенных событиях, а “вообще о каких-то событиях” – строка 31), респондент

Если требование экспертности понимается как безусловное, относящееся ко всем обсуждаемым темам и не подлежащее согласованию с респондентом, возникает прямая угроза фальсификации не только коммуникативной, но и содержательной части экспертного интервью

ту все равно нечего сказать. На просьбу рассказать “что-нибудь” он начинает оправдываться (стандартная форма оправдания): по содержанию – “если бы знать заранее”, по форме – смех, маскирующий смущение, ускорение речи. И даже после оправдания респондента интервьюер продолжает настаивать на припоминании каких-либо фактов.

Разумеется, оправдание не является единственной стратегией, указывающей на пределы собственной компетенции:

Интервью 18.1

- 1 И: А какие “уязвимые места”
 2 есть у названных Вами участников выборов?
 3 Р: У Малеева очень много “уязвимых мест”
 (...)
 4 У остальных я не знаю
 (...)
 5 И: А Сингеев?
 6 Р: Ну Сингеев это мелкая пешка,
 7 это разговаривать ?не надо даже?
 8 И: А Коньков?
 9 Р: Коньков я не знаю >еще раз вам гово↓рю<

Респондент, судя по ответам на уточняющие вопросы (строки 6 и 8), предварительно предоставил всю релевантную информацию; он обозначает это затиханием речи в строке 7, как будто прерывает фразу на середине – “разговаривать

даже не надо”, но в следующую же секунду получает еще один уточняющий вопрос и на него реагирует уже более резко, с некоторым возбуждением, ускорением речи.

Весьма любопытна стратегия коррекции ответов с использованием частицы (междометия) “ну”. Как интервьюеры, так и респонденты часто “нукают”. Однако у последних “ну” выполняет функцию защитной реакции, оттягивания ответа – оно растянуто и сопровождается скомканностью фразы, дополнительными междометиями (см., например, в предыдущем разделе интервью 11.2). Интервьюеры, напротив, применяют данную частицу как коммуникативную машину, подталкивающую респондента к действию, – “ну” дополняется союзом “а”, всегда сопровождается вопросом, после частицы и союза следуют небольшие паузы, подкрепляющие ответственность “ну”, его иллюкутивную функцию подталкивания ответа:

Интервью 20.2

- 1 И: Можете ли Вы оценить шансы тех,
 2 кого Вы только что назвали?
 3 (1)
 4 Р: А я ска↓зал ника↓ких шансов=
 5 И: =Ну вот <какими ре↑сурсами (.) обладают они>
 6 [Скажем
 7 Р: [Ника↓кими
 8 → ↑Ну а Лебедь какими
 9 Р: А у Лебеда-то все е_{сть} господи
 (...)
 10 Понятно, что он рас↑кручен,
 11 остальные нерас↓крученные.
 12 И:→↑Ну а
 13 Р: да и потом вот (.) я на его месте тоже бы
 (...)
 14 И:→Нуу (.) а (.) тем не менее ресурсы
 15 вот у других кандидатов какие-то
 16 → [>↑есть, пиар< (ресурсы),
 17 Р: [.xx xxxx
 18 И: <организационные> ну я не знаю
 19 поддержка каких-то
 20 [крупных людей
 21 Р: [Вот э
 22 Вот не (.) Не ↓знаю не ↓знаю.
 не анализировал эту ситуацию

Родство междометия “ну” с повелительным наклонением глагола давно подмечено лингвистами. В. В. Виноградов объяснял этот феномен сочетанием междометия с глагольными окончаниями и частицами “ну, ну-те, ну-ка” и тем самым сближением междометия и глагола [Виноградов. 1986. С. 613]. По всей видимости, конструкции из междометий и частиц создают типовые инструменты для подталкивания разговора.

Однако их нельзя назвать удовлетворительными для коммуникативной ситуации экспертного интервью, в котором следует побудить респондента сконцентрироваться на обдумывании, припоминании и обосновании собственных реплик. Возможно, что более действенный способ привлечь внимание собеседника по телефону, заставить его выйти из задумчивости – это четко, внятно назвать его по имени-отчеству. В ответ респонденты не просто напрягают внимание, но и артикулируют его коротким отрывистым отзывом >Да<. Этот знак минимального ответа, произвольный или непроизвольный, как правило, означает привлеченное внимание и концентрацию. Если действительно необходимо мотивировать респондента к переключению в режим содержательных ответов, отличный от первоначально прозвучавшего отказа, можно начинать вопрос или предварительный вопрос (фраза, предваряющая вопрос, но не являющаяся вопросом) с называния респондента по имени-отчеству. В течение получасового разговора это может сработать несколько раз.

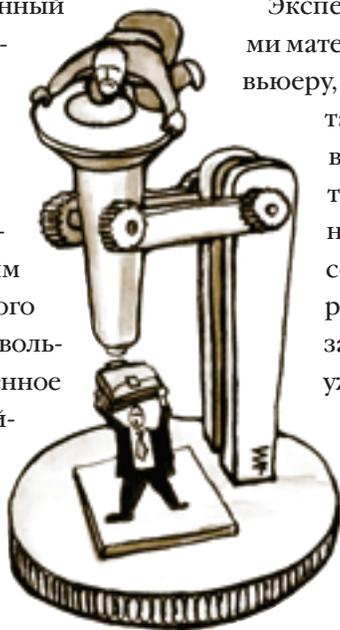
Заключение

Нет большей угрозы для экспертного интервью, чем стремление любой ценой опросить попавшего в выборку респондента. Кроме стимулирования содержательных ответов, от интервьюера требуется недюжинный такт и умение в деле обозначения границ компетентности собеседника, удержания его в рамках экспертного “порядка взаимодействия” (по И. Гофману). Благодаря разговорному анализу нами выделе-

но пять коммуникативных сбоев в экспертном интервью: (1) занятость и/или отсутствие времени у респондента, (2) неосведомленность респондента о “правилах игры”, (3) размытость статуса интервьюера, (4) односторонняя стандартизация диалога, (5) коррекция неответов. Каждый из них приводит к производству фальш-ответов, за экспертной оболочкой которых скрыты сомнения, неуверенность, а зачастую и просто отказы от дальнейших рассуждений на предзаданную тему. Пролиферация экспертности приводит к получению профанного знания, замаскированного под “навесом” личных мнений и оценок.

Экспертность не задается инструктивными материалами, предназначенными интервьюеру, или кратким введением респондента в курс дела. Элементы, предшествующие коммуникации, могут претендовать разве что на контекст, но никак не на установление семантики, содержательных элементов разговора. Экспертность нельзя определить заранее, продекларировать как нечто уже состоявшееся и неизменное. Эпифанное знание создается в коммуникации, и у него двойное авторство. Каков вопрос, таков ответ. Какова аргументация, таковы уточняющие реплики. Игнорирование интерактивности, интересубъективности в формировании некоторого суждения – эффективный способ удержания респондента у трубки и одновременно отличная возможность фальсифицировать какую бы то ни было экспертность.

Практически в каждом интервью мы обнаружили явные нарушения в конструировании экспертного знания. Из этого не следует, что все они представляют не более чем явный брак или профанный дискурс. Сейчас мы лишь утверждаем, что при отсутствии механизмов, подтверждающих экспертность ответа, ничего нельзя сказать о качестве собираемых данных. Следовательно, потребители информации, создаваемой “как если бы” экспертным дискурсом, легко могут попасть в ловушку профанных оценок, даже



не заметив явного подвоха, сформированного фабрикой экспертных ответов. Названное экспертным интервью – не равносильно экспертному интервью как таковому. Подобную максимум трудно оспорить. Однако зачастую в работе опросных организаций дальше поименования дело не движется.

Нет большей угрозы для экспертного интервью, чем стремление любой ценой опросить попавшего в выборку респондента

Исследование границ экспертного знания может с успехом продолжаться за рамками конврсационного анализа, посредством формирования задач и проблем в методологии оценочных исследований. Мы уже располагаем набором значимых для фальсификации экспертного дискурса факторов. Теперь следует организовать серию контролируемых экспериментов, проводимых на случайных выборках, с разделением их на контрольные и экспериментальные части. Выбрав единицы наблюдения и проведя дихотомическое кодирование семи выделенных нами признаков, можно получить репрезентативные данные о реальной коммуникативной ситуации, которую все еще продолжают называть экспертным интервью. ■

Литература

Arminen I. Conversation analysis: A quest for order in social interaction and language use // *Acta Sociologica*. 1999. Vol. 42. No. 3. P. 251-257.

Atkinson P. Ethnomethodology: A critical view // *Annual Review of Sociology*. 1988. Vol. 14. P. 141-165.

Baker C.D. Ethnomethodological analysis of interviews // *Handbook of interview research: Context and method* / Ed. by J.F. Gubrium, J.A. Holstein. London: Sage Publications, 2002. P. 777-793.

Briggs C.L. Interviewing, power-knowledge, and social inequality // *Handbook of interview research: Context and method* / Ed. by J.F. Gubrium, J.A. Holstein. London: Sage Publications, 2002. P. 911-921.

Drew P. Speakers' reportings in invitation sequences // *Structures of social action: Studies in conversation analysis* / Ed. by M. Atkinson, J. Heritage. Cambridge: Cambridge University Press, 1984. P. 129-151.

Drew P., Heritage J. Analyzing talk at work: An introduction // *Talk at work: Interaction in institutional settings* / Ed. by P. Drew, J. Heritage. Cambridge: Cambridge University Press, 1992. P. 3-65.

Garfinkel H. *Studies in ethnomethodology*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, 1967.

Goodwin C., Heritage J. Conversation analysis // *Annual Review of Anthropology*. 1990. Vol. 19. P. 283-307.

Heritage J., Atkinson M. Introduction // *Structures of social Action: studies in conversation analysis* / Ed. by M. Atkinson, J. Heritage. Cambridge: Cambridge University Press, 1984.

Heritage J., Greatbatch D. On the institutional character of institutional talk: The case of news interviews // *Talk and social structure* / Ed. by D. Boden, D. Zimmerman. Cambridge: Polity Press, 1991. P. 93-137.

Holstein J.A., Gubrium J.F. The active interviewing // *Qualitative research: Theory, method and practice* / Ed. by D. Silverman. London: Sage Publications, 1997. P. 113-129.

Houtkoop-Steenstra H. Interaction and the standardized survey interview. Cambridge: Cambridge University Press, 2000.

Hutchby I., Wooffitt R. *Conversation analysis: Principles, practices and applications*. Malden: Polity Press, 2002.

Jucker A.H. News interviews: A pragmalinguistic analysis. Amsterdam: Benjamins, 1986.

Lynch M. The Living text: Written instructions and situated actions in telephone surveys // *Standardization and tacit knowledge: Interaction and practice in the survey interview* / Ed. by D.W. Maynard, H. Houtkoop-Steenstra, N.C. Schaeffer, J. van der Zouwen. NY: John Wiley and Sons, 2002. P. 125-150.

Maynard D., Clayman S. The Diversity of Ethnomethodology // *Annual Review of Sociology*. 1991. Vol. 17. C. 385-418.

Maynard D., Schaeffer N. Standartization and its discontents // *Standartization and tacit knowledge: Interaction and practice in the survey interview* / Ed. by D.W. Maynard, H. Houtkoop-Steenstra,

N.C. Schaeffer, J. van der Zouwen. New York: John Wiley and Sons, 2002. P. 3-46.

Sacks H. Notes on methodology // Structures of social action: Studies in conversation analysis / Ed. by M. Atkinson, J. Heritage. Cambridge: Cambridge University Press, 1984. P. 21-27.

Schaeffer N., Maynard D. Occasions for intervention: Interactional resources for comprehension in standardized interview // Standardization and tacit knowledge: Interaction and practice in the survey interview / Ed. by D.W. Maynard, H. Houtkoop-Steenstra, N.C. Schaeffer, J. van der Zouwen. New York: John Wiley and Sons, 2002. P. 261-280.

Schegloff E.A. Analyzing single episodes of interaction: An exercise in conversation analysis // Social Psychology Quarterly. 1987. Vol. 50. No. 2. P. 101-114.

Schober M., Conrad F. A Collaborative view of standardized survey interview // Standardization and tacit knowledge: Interaction and practice in the survey interview / Ed. by D.W. Maynard, H. Houtkoop-Steenstra, N. C. Schaeffer, J. van der Zouwen. New York: John Wiley and Sons, 2002. P. 67-94.

Svennevig J. Getting acquainted in conversation. Philadelphia, 2000. [online] <<http://site.ebrary.com/lib/hselibrary/Doc?id=10014724>>

Viterna J., Maynard D. How uniform is standardization? Variation within and across survey research centers regarding protocols for interviewing // Standardization and tacit knowledge: Interaction and practice in the survey interview / Ed. by D.W. Maynard, H. Houtkoop-Steenstra, N.C. Schaeffer, J. van der Zouwen. New York: John Wiley and Sons, 2002. P. 365-397.

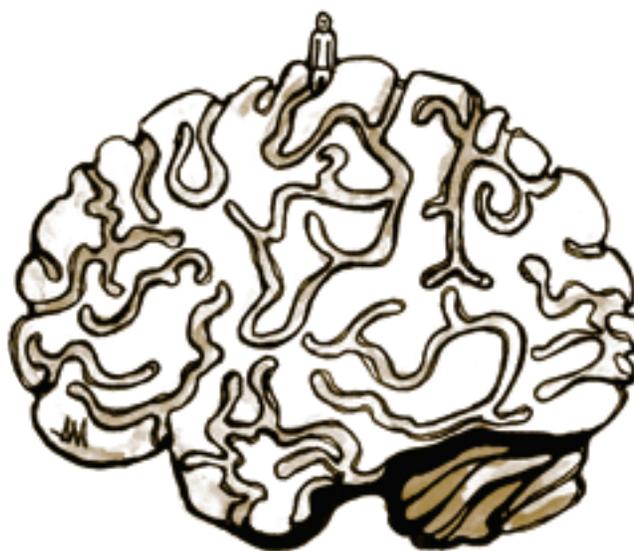
Виноградов В.В. Русский язык: грамматическое учение о слове. 3-е изд., исправл. М.: Высшая школа, 1986.

Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. М.: Гнозис, 2004.

Ленуар Р., Мерлье Д., Пэнто Л., Шампань П. Начала практической социологии / Пер. с франц. А.Т. Бикбова, Д.В. Баженова, Е.Д. Вознесенской, Г.А. Черденченко; Отв. ред. и предисл. Н.А. Шматко; Послесл. А.Т. Бикбова. СПб.: Алетейя, 2001.

Рогозин Д.М. Влияние интервьюера на доступность респондентов в телефонном опросе // Социологический журнал. 2004. №1/2. С. 75-105.

Шмерлинг Д.С., Дубровский С.А., Аржанова Т.Д., Френкель А.А. Экспертные оценки: методы и применение // Статистические методы анализа экспертных оценок. М.: Наука, 1977. С. 290-383.



Авторы номера...



Елена Вовк
Старший специалист
Фонда “Общественное
мнение”



Игорь Задорин
Руководитель
исследовательской
группы ЦИРКОН



Светлана Климова
Кандидат
философских наук.
Ведущий специалист
Фонда “Общественное
мнение”. Ведущий
научный сотрудник
Института социологии
РАН



Валентина Полякова
Специалист Фонда
“Общественное мнение”,
аспирант ГУ–ВШЭ



Дмитрий Rogozin
Кандидат
социологических наук.
Декан факультета
социологии МВШСЭН.
Старший научный
сотрудник Института
социологии РАН



Екатерина Фень
Магистр ГУ–ВШЭ



Ирина Шмерлина
Кандидат
философских наук.
Старший специалист
Фонда “Общественное
мнение”. Старший
научный сотрудник
Института социологии РАН



Анастасия Яшина
Аспирантка Института
социологии РАН

Подписка – 2007

на журнал “Социальная реальность”

Заполните купон и отправьте в Агентство “Книга-сервис” по адресу:

117168, Москва, ул. Кржижановского, д. 14, корпус 1;

или по факсу: (495) 129-0154, 719-08-22

Адрес e-mail для связи: public@akc.ru

Подписаться на любые номера журнала можно в течение всего 2007 г.

На основании указанных Вами данных после получения купона

Вам будет выставлен платежный документ (счет или квитанция)

Вышедшие из печати номера будут Вам высланы по почте после получения оплаты

Подписка принимается только на территории Российской Федерации

линия отреза 

Отметьте, пожалуйста, крестиком номера журнала
“Социальная реальность”, на которые Вы хотите подписаться

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Подписной
индекс

C86301

Стоимость подписки на один месяц 200 рублей (включая НДС)

Фамилия

Имя

Отчество

Почтовый индекс

Область/край

Город/село

Улица

Дом корпус квартира

Телефон подпись дата

Дополнительная информация для юридических лиц

ИНН

КПП

Полное юридическое название

Юридический адрес (при несовпадении с почтовым)

Улица

Дом корпус

В 2007 году бесплатная рассылка будет продолжаться в ограниченном объеме по списку редакции.

линия отреза 

Книжная серия

Фонда “Общественное мнение”

Монографии

Дилигенский Г.Г. Люди среднего класса. 2002.

Рогозин Д.М. Когнитивный анализ опросного инструмента. 2002.

Докторов Б.З., Ослон А.А., Петренко Е.С. Эпоха Ельцина: мнения россиян. Социологические очерки. 2002.

Мир глазами россиян: мифы и внешняя политика.

Под ред. В. А. Колосова 2003.

Блехер Л. И., Любарский Г. Ю. Главный русский спор: от западников и славянофилов до глобализма и Нового Средневековья. 2003.

Галицкий Е. Б. Методы маркетинговых исследований. 2006.

Докторов Б. З. Первопроходцы мира мнений: от Гэллага до Грушина. 2005.

Переводы

Уолтон Д. Аргументы ad hominem. *Пер. с англ.* 2002.

Садмен С., Брэдберн Н. Как правильно задавать вопросы: введение в проектирование массовых обследований. *Пер. с англ.* 2005.

Садмен С., Брэдберн Н., Шварц Н. Как люди отвечают на вопросы: применение когнитивного анализа в массовых обследованиях. *Пер. с англ.* 2003.

Шютц А. Смысловая структура повседневного мира: очерки по феноменологической социологии. *Пер. с англ.* 2003.

Гофман И. Анализ фреймов: организация повседневного опыта. *Пер. с англ.* 2004.

Липшман У. Общественное мнение. *Пер. с англ.* 2004.

Цаллер Д. Происхождение и природа общественного мнения. *Пер. с англ.* 2004.

Хроники социологических наблюдений

Поговорим о гражданском обществе. 2001.

Америка: взгляд из России. До и после 11 сентября. 2001.

Десять лет социологических наблюдений. 2003.

Социологические наблюдения (2002–2004). 2005.

Контакт:

Тел. (495) 745-8765

E-mail: izdat@fom.ru

Басманова Светлана Борисовна, Семенова Елена Николаевна
119421, Москва, ул. Обручева, д. 26, корпус 2