

interaction интеракция

interview интервью

interpretation интерпретация

INTER

1' 2020



Изображение на обложке: <https://fishki.net/mix/2636774.html>



Федеральный научно-исследовательский
социологический центр
Российской академии наук (ФНИСЦ РАН)
Российское общество социологов (РОС)

Интеракция. Интервью. Интерпретация
2020. Том 12. № 1
Interaction. Interview. Interpretation
2020. Volume 12. No. 1

ISSN (Print) 2307-2075
ISSN (Online) 2687-0401

РЕЦЕНЗИРУЕМЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ

Издается с 2002 г.

Выходит 4 раза в год

2020. Том 12. № 1

DOI: 10.19181/inter.2020.21

Учредители	Федеральный научно-исследовательский социологический центр Российской академии наук (ФНИСЦ РАН) Российское общество социологов (РОС)
Издатель	Федеральный научно-исследовательский социологический центр Российской академии наук (ФНИСЦ РАН)
Главный редактор	В. В. Семенова
Редакция	Е. Ю. Рождественская А. В. Стрельникова И. Н. Тартаковская
Ответственный секретарь	П. Е. Сушко
Компьютерная верстка	В. Е. Кудымов
Корректор	А. Н. Кокарева

Журнал включен в Российский индекс научного цитирования (РИНЦ).

Журнал открытого доступа.

Доступ к контенту журнала бесплатный.

Плата за публикацию с авторов не взимается.



Контент доступен по лицензии
[Creative Commons Attribution 4.0 International Public License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

Все выпуски журнала размещаются в открытом доступе
на официальном сайте журнала с момента публикации: <https://www.inter-fnisc.ru/>

Свидетельство о регистрации ЭЛ № ФС 77-73688
выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи,
информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор)
14 сентября 2018 г.



© Интеракция. Интервью. Интерпретация, 2020
© Interaction. Interview. Interpretation, 2020

Редакционная коллегия

Главный редактор

СЕМЕНОВА Виктория Владимировна — доктор социологических наук, профессор, Государственный академический университет гуманитарных наук; руководитель сектора, Институт социологии Федерального научно-исследовательского социологического центра Российской академии наук (Москва, Россия), victoria-sem@yandex.ru

Редакция

РОЖДЕСТВЕНСКАЯ Елена Юрьевна — доктор социологических наук, профессор, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»; ведущий научный сотрудник, Институт социологии Федерального научно-исследовательского социологического центра Российской академии наук (Москва, Россия), rigasvaverite@gmail.com

СТРЕЛЬНИКОВА Анна Владимировна — кандидат социологических наук, доцент, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»; старший научный сотрудник, Институт социологии Федерального научно-исследовательского социологического центра Российской академии наук (Москва, Россия), astrelnikova@hse.ru

ТАРТАКОВСКАЯ Ирина Наумовна — кандидат социологических наук, старший научный сотрудник, Институт социологии Федерального научно-исследовательского социологического центра Российской академии наук (Москва, Россия), I_Tartakovskaya@yahoo.com

Ответственный секретарь

СУШКО Павел Евгеньевич — кандидат социологических наук, старший научный сотрудник, Институт социологии Федерального научно-исследовательского социологического центра Российской академии наук (Москва, Россия), sushkope@mail.ru

Редакционная коллегия

АБРАМОВ Роман Николаевич — доктор социологических наук, доцент, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»; ведущий научный сотрудник, Институт социологии Федерального научно-исследовательского социологического центра Российской академии наук (Москва, Россия), rabramov@hse.ru

БРЕКНЕР Розвита — доктор философии, доцент, Университет Вены (Вена, Австрия), goswitha.breckner@univie.ac.at

ВАНЬКЕ Александра Владимировна — кандидат социологических наук, научный сотрудник, Институт социологии Федерального научно-исследовательского социологического центра Российской академии наук (Москва, Россия), vanke@inbox.ru

ДРОБИЖЕВА Леокадия Михайловна — доктор исторических наук, профессор, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»; руководитель центра, Институт социологии Федерального научно-исследовательского социологического центра Российской академии наук (Москва, Россия), drobizheva@yandex.ru

ДЭВИС Кэти — доктор философии, профессор, Амстердамский свободный университет (Амстердам, Нидерланды), k.e.davis@vu.nl

ИНОВЛОКИ Лена — доктор философии, профессор, Франкфуртский университет прикладных наук (Франкфурт-на-Майне, Германия), linowlocki@fb4.fra-uas.de

КОЗИНА Ирина Марковна — кандидат социологических наук, ординарный профессор, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (Москва, Россия), ikozina@hse.ru

КОСЕЛА Кшиштоф — доктор социологических наук, профессор, Варшавский университет (Варшава, Польша), k.kosela@is.uw.edu.pl

ОМЕЛЬЧЕНКО Елена Леонидовна — доктор социологических наук, профессор, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» в Санкт-Петербурге (Санкт-Петербург, Россия), omelchenkoe@mail.ru

ЧЕРНОВА Жанна Владимировна — доктор социологических наук, профессор, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» в Санкт-Петербурге (Санкт-Петербург, Россия), chernova30@mail.ru

ЧЕРНЫШ Михаил Федорович — член-корреспондент РАН, доктор социологических наук, первый заместитель директора по координации научной и научно-образовательной работы, Федеральный научно-исследовательский социологический центр Российской академии наук (Москва, Россия), mfche@yandex.ru

ЧЕРНЯЕВА Татьяна Ивановна — доктор социологических наук, профессор, Поволжский институт управления имени П.А. Столыпина — филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы (Саратов, Россия), tatcher@yandex.ru

ЯРСКАЯ-СМИРНОВА Елена Ростиславовна — доктор социологических наук, ординарный профессор, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (Москва, Россия), eiaraskaia@hse.ru

Editorial board

Editor-in-Chief

Victoria V. SEMENOVA — Doctor of Sociology, Professor, State Academic University for the Humanities; Head of the sector, Institute of Sociology of the Federal Center of Theoretical and Applied Sociology of the Russian Academy of Sciences (Moscow, Russia), victoria-sem@yandex.ru

Editorial Team

Elena Yu. ROZHDESTVENSKAYA — Doctor of Sociology, Professor, National Research University Higher School of Economics; Leading researcher, Institute of Sociology of the Federal Center of Theoretical and Applied Sociology of the Russian Academy of Sciences (Moscow, Russia), rigasvaverite@gmail.com

Anna V. STRELNIKOVA — Candidate of Sociology, Associate professor, National Research University Higher School of Economics; Senior researcher, Institute of Sociology of the Federal Center of Theoretical and Applied Sociology of the Russian Academy of Sciences (Moscow, Russia), astrelnikova@hse.ru

Irina N. TARTAKOVSKAYA — Candidate of Sociology, Senior researcher, Institute of Sociology of the Federal Center of Theoretical and Applied Sociology of the Russian Academy of Sciences (Moscow, Russia), I_Tartakovskaya@yahoo.com

Executive Secretary

Pavel E. SUSHKO — Candidate of Sociology, Senior researcher, Institute of Sociology of the Federal Center of Theoretical and Applied Sociology of the Russian Academy of Sciences (Moscow, Russia), sushkope@mail.ru

Editorial Board

Roman N. ABRAMOV — Doctor of Sociology, Associate professor, National Research University Higher School of Economics; Leading researcher, Institute of Sociology of the Federal Center of Theoretical and Applied Sociology of the Russian Academy of Sciences (Moscow, Russia), rabramov@hse.ru

Roswitha BRECKNER — PhD, Associate Professor, University of Vienna (Vienna, Austria), roswitha.breckner@univie.ac.at

Zhanna V. CHERNOVA — Doctor of Sociology, Professor, National Research University Higher School of Economics in St. Petersburg (St. Petersburg, Russia), chernova30@mail.ru

Tatiana I. CHERNYAEVA — Doctor of Sociology, Professor, Povolzhsky Institute of Management named after P.A. Stolypin — the branch of Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (Saratov, Russia), tatcher@yandex.ru

Michael F. CHERNYSH — Corresponding Member, Doctor of Sociology, Deputy Director of Science and Research, Federal Center of Theoretical and Applied Sociology of the Russian Academy of Sciences (Moscow, Russia), mfche@yandex.ru

Kathy DAVIS — PhD, Professor, Free University Amsterdam (Amsterdam, Netherlands), k.e.davis@vu.nl

Leocadia M. DROBIZHEVA — Doctor of Historical Sciences, Professor, National Research University Higher School of Economics; Head of the Center, Institute of Sociology of the Federal Center of Theoretical and Applied Sociology of the Russian Academy of Sciences (Moscow, Russia), drobizheva@yandex.ru

Elena R. IARSKAIA-SMIRNOVA — Doctor of Sociology, Tenured Professor, National Research University Higher School of Economics (Moscow, Russia), eiaraskaia@hse.ru

Lena INOWLOCKI — PhD, Professor, Frankfurt University of Applied Sciences (Frankfurt-am-Main, Germany), linowlocki@fb4.fra-uas.de

Krzysztof KOSELA — Doctor of Sociology, Professor, University of Warsaw (Warsaw, Poland), k.kosela@is.uw.edu.pl

Irina M. KOZINA — Candidate of Sociology, Tenured Professor, National Research University Higher School of Economics (Moscow, Russia), ikozina@hse.ru

Elena L. OMELCHENKO — Doctor of Sociology, Professor, National Research University Higher School of Economics in St. Petersburg (St. Petersburg, Russia), omelchenkoe@mail.ru

Alexandrina V. VANKE — Candidate of Sociology, Researcher, Institute of Sociology of the Federal Center of Theoretical and Applied Sociology of the Russian Academy of Sciences (Moscow, Russia), vanke@inbox.ru

Содержание

Письмо редактора	7
Теоретические дискурсы и дискуссии	9
<i>Томас Лукман</i> Коммуникативное конструирование реальности и секвенциальный анализ. Личная реминисценция	9
Полевые исследования	19
<i>Елена Бердышева</i> Интерпретации цен российскими потребителями: от веры в государство до экономической автономии	19
<i>Татьяна Черняева</i> «Темные стороны» организационной жизни: возможности рисуночных методик	39
<i>Паула Шихавцова</i> Гендерные режимы в мультфильмах или о том, какой должна быть современная Золушка.....	65
Исследовательская рефлексия	81
<i>Елена Омельченко</i> «Я ничем вам не помог...»: исследовательская рефлексия вслед неудачному интервью	81
<i>Елизавета Полухина, Анна Стрельникова, Александрина Ваньке</i> «Визуальный дневник»: как фотоданные репрезентируют контекст полевого исследования.....	96
Первые шаги	118
<i>Ирина Колегова, Валерия Кондратенко</i> Движение футбольных фанатов: структура и коллективные идентичности.....	118

Contents

Editor's letter	7
Theoretical discourses and debates	9
<i>Thomas Luckmann</i> The Communicative Construction of Reality and Sequential Analysis. A Personal Reminiscence	9
Field work research	19
<i>Elena Berdysheva</i> Interpretations of Prices by Russian Consumers: From Trust in State to Economic Autonomy	19
<i>Tatiana Chernyaeva</i> “Dark Sides” of Organization’s Life: the Opportunities of Drawing Techniques.....	39
<i>Paula Shikhavtsova</i> Gender Regimes in Animation Movies or About What Modern Cinderella Should Be	65
Research Reflection	81
<i>Elena Omelchenko</i> “I didn’t help you in any way...”: Research Reflection After a Failed Interview	81
<i>Elisaveta Polukhina, Anna Strelnikova, Alexandrina Vanke</i> Visual Diary: How Photos Represent the Context of Field Research	96
First steps	118
<i>Irina Kolegova, Valeria Kondratenko</i> The Football Fan Movement: Structure and Collective Identities.....	118

Письмо редактора

Что отличает наш журнал от других социологических изданий? Прежде всего — специфика социологического взгляда на социальную реальность, то незашоренное «око» социолога, исследовательский фокус, благодаря которому приоткрываются аспекты реальности, обычно ускользающие от внимания исследователя при других подходах. Фокус на интерактивном диалоге исследователь-респондент позволяет «выйти из башни из слоновой кости» и вплотную соприкоснуться с социальной реальностью во всем ее многообразии и противоречии, почувствовать жизнь.

Этот номер является, на мой взгляд, яркой иллюстрацией подобному утверждению. Так, открывающая номер переводная статья классика конструктивизма Томаса Лукмана представляет собой рассуждение о зарождении и эволюции коммуникативной парадигмы конструктивистского подхода к социальной реальности, при котором взгляд исследователя вплотную приближен к лику и голосу контрагентов социальной интеракции. При этом он связывает этот поворот социального познания к коммуникативной парадигме не только с развитием теоретической мысли, но и с технологическими достижениями последних десятилетий, что позволило «замораживать» ситуацию интеракции социальных агентов и фиксировать ее в виде аудио- и видеозаписей, тем самым сделав возможным ее последующее многократное воспроизведение и изучение (статья Т. Лукмана «Коммуникативное конструирование реальности и секвенциальный анализ. Личная реминисценция»). Думаю, эта статья будет весьма полезна для чтения и использования ее в ходе преподавательской деятельности.

В статье Татьяны Черняевой «“Темные стороны” организации: возможности рисуночных методик» диалог исследователь-респондент представлен не только посредством языковой коммуникации, но и через рисунки индивидов. Читатель получает возможность оценить методические возможности визуальных изображений как источника внутренней, обычно скрытой от исследователя социально-психологической информации относительно личностного восприятия обобщенного образа своей компании и трудовой ситуации в целом.

Нестандартная статья Елены Омельченко «“Я ничем вам не помог...”»: исследовательская рефлексия вслед неудачному интервью» написана по следам диалога с бывшим заключенным-рецидивистом. Она погружает нас не просто в мир околотюремной действительности со всеми деталями ее этнографической специфики, но также и в исследовательскую ситуацию социальной интеракции исследователь-респондент в случае сенситивного интервью. Это достаточно откровенная исследовательская рефлексия относительно этических и профессиональных аспектов общения лицом к лицу с людьми, имеющими негативный жизненный опыт. Автор полемически

рассуждает о «цене» такого приближения к противоречивой социальной реальности, а также о праве на исследовательский «неуспех» в случае такого сложного общения «лицом к лицу».

Еще один взгляд на ситуацию «вживания» в поле и интеракции исследователь-респондент обсуждается в коллективной статье Елизаветы Полухиной, Анны Стрельниковой и Александрины Ваньке «Визуальный дневник: как фотоданные репрезентируют контекст полевого исследования». Здесь этапы взаимодействия с исследуемым пространством представлены не столько собственно дневниковыми записями в словесной форме, сколько визуальными образами. Подобная фотоинформация, по мнению авторов, не только обогащает информацию о диалоге исследователь-респондент, но и фиксирует ее документально.

И, наконец, чисто экономическая тематика, казалось бы, сугубо цифровая информация о финансово-денежных отношениях. Статья Елены Бердышевой «Интерпретации цен российскими потребителями: от веры в государство до экономической автономии». Здесь когнитивный взгляд на повседневную практику потребительского поведения дал автору возможность реконструировать смысловые логики потребительского поведения и сконструировать отдельные типы повседневного восприятия денежных цен российскими потребителями от демонстративного потребления до «бережливого потребителя».

Желаю интересного и полезного чтения,
редактор номера В. В. Семенова

Теоретические дискурсы и дискуссии

Коммуникативное конструирование реальности и секвенциальный анализ. Личная реминисценция

DOI: 10.19181/inter.2020.21.1

Ссылка для цитирования:

Лукман Т. Коммуникативное конструирование реальности и секвенциальный анализ. Личная реминисценция / пер. с англ. В.В. Семеновой // Интеракция. Интервью. Интерпретация. 2020. Т. 12. № 1. С. 9–18. DOI: <https://doi.org/10.19181/inter.2020.21.1>.

For citation:

Luckmann Th. (2020) The Communicative Construction of Reality and Sequential Analysis. A Personal Reminiscence / transl. from English: V.V. Semenova. *Interaction. Interview. Interpretation*. Vol. 12. No. 1. P. 9–18. DOI: <https://doi.org/10.19181/inter.2020.21.1>.



Томас Лукман*

В данной статье представлен исторический взгляд на возникновение так называемой коммуникативной парадигмы. Через личные воспоминания о своей долгой карьере Томас Лукман соединяет воедино основные источники того, что привело к радикальным изменениям роли языка и коммуникации в гуманитарных и социальных науках. При этом Лукман показывает,

* Томас Лукман (Thomas Luckmann, 1927–2016) — пожизненный почетный профессор социологии в Университете Констанца, Германия. Автор книги «Социальное конструирование реальности» (The Social Construction of Reality) — совместно с Питером Л. Бергером (Peter L. Berger); а также книг: “The Invisible Religion: The Problem of Religion in Modern Society” (1967), “The Sociology of Language” (1975), “The Structures of the Life-World” (1982, совместно с Альфредом Шюцем (Alfred Schütz)); “Theory of Social Action” (1992). Томас Лукман был почетным профессором нескольких европейских университетов и приглашенным профессором и сотрудником-исследователем университетов Франкфурта-на-Майне, Гарварда, Стэнфорда, Вены, Фрайбурга.

Данный доклад частично основан на лекции, прочитанной на симпозиуме в честь Пер Линелла в 2004 году в Университете Линчепинга, и более поздней версии, представленной в университете Праги в 2009 году. — *Примеч. авт.*

Перевод текста осуществлен доктором социологических наук, профессором В.В. Семеновой с разрешения журнала Qualitative Sociology Review по статье Т. Лукмана: Luckmann Th. The Communicative Construction of Reality and Sequential Analysis. A Personal Reminiscence // Qualitative Sociology Review. 2013. № 9 (2). P. 40–46. Статья доступна по ссылке: http://www.qualitativesociologyreview.org/ENG/Volume25/QSR_9_2_Luckmann.pdf (дата обращения: 10.02.2020).

что эпистемологические и онтологические постулаты, на которые опираются современные исследования социальных интеракций и коммуникативных процессов, практически не существовали полвека назад. В то время как в студенческие годы Лукмана социология и лингвистика, казалось, существовали в разных вселенных, в конечном счете появился диалогический подход к языку и социальной жизни: например, в этнометодологии, конверсационном анализе и французском структурализме, что заложило основу идеи (воспринимающейся сегодня как сама собой разумеющаяся) о том, что социальные реальности являются результатом человеческой деятельности. Социальная реальность и картина мира человека, которые мотивируют и направляют интеракцию, в основном конструируются в ходе коммуникативных процессов. Если социальная реальность конструируется в коммуникативной интеракции, тогда наше наиболее достоверное знание об этой реальности исходит из реконструирования данных процессов. Подобные реконструкции в свое время были значительно облегчены такими технологическими достижениями, как магнитофон и видеоманитофон, что, наряду с теоретическими достижениями, может объяснять временные рамки коммуникативного поворота. Наконец, эта статья отмечает преимущества секвенциального анализа, позволяющего нам шаг за шагом отслеживать процессы, посредством которых социальная реальность конструируется и реконструируется.

Ключевые слова: коммуникативная парадигма; социология; лингвистика; социальная реальность; секвенциальный анализ

Само собой разумеется, что гуманитарные и социальные науки более глубоко укоренены в обществе и культуре своего времени, чем естественные. Конечно, любая научная деятельность предопределена исторически и культурно, но подобное позиционирование гуманитарных и социальных наук имеет дополнительный смысл. Медиумом их коммуникации является особый язык, а не универсальный язык математики (универсальная алгебра), и подобный специфический язык конструирует ту человеческую реальность, которую они, эти науки, исследуют. Таким образом, это рефлексивные дисциплины — в том смысле, в каком подобное не присуще физическим наукам, и они находятся под более непосредственным влиянием картины мира того общества, в котором они локализованы. В своем стремлении к объективности и систематической аккумуляции знания гуманитарные и общественные науки должны считаться с этим неизбежным обстоятельством.

Исследуя и интерпретируя историю национальных литератур, организацию локальных обществ, их законы или экономику, гуманитарные и социальные науки имеют тенденцию отчетливо проявлять — в дополнение к парадигматическому традиционализму — партикуляристские черты. Даже дисциплины, которые пытаются проникнуть в язык и социальную жизнь как



универсальные аспекты человеческого состояния, такие как антропология и социология, как правило, имеют тенденцию проявлять ту же слабость. Современная социальная теория и современная теория языка содержат хорошие примеры подобного наблюдения. На ранних этапах своего становления основные научные традиции этих теорий — французская, британская, немецкая, американская и русская — шли несколько различными путями. Тем не менее у них были две общие черты, выходящие за рамки их предмета изучения. Вопреки тому, что можно было бы ожидать, за немногими исключениями, для них общим было отсутствие интереса к более ранним традициям философии языка и социальной философии. Менее удивительно то, что они к тому же игнорировали друг друга. Одно примечательное исключение состояло в сотрудничестве Дюркгейма и Мейе² в *Année Sociologique* в начале XX века, другое, более общее, можно встретить в немецкой и американской этнологии. Однако в Германии и США этнология была менее тесно связана с социологией, чем во Франции.

Взаимное избегание социологии и лингвистики довольно трудно объяснить. В конце концов, систематизированная связь между теорией языка и теорией общества была предложена Вильгельмом фон Гумбольдтом еще в первые десятилетия XIX века³. По разным причинам воззрения Гумбольдта оказывали лишь ограниченное влияние в течение девятнадцатого и первой половины двадцатого века. Отголоски его мысли можно найти в основном в немецких исследованиях семантических полей, а также в упрощенном американском варианте у Сепира-Уорфа⁴, где идея Гумбольдта даже искажается в так называемой гипотезе лингвистической относительности. В обоих случаях это было статичное, приблизительное видение, довольно противоположное интересу Гумбольдта к языку как процессу коммуникации.

Ситуация резко изменилась за относительно короткий период моей академической карьеры: с тех пор, как я был студентом, и до сего дня. Как живому свидетелю этих процессов, мне, возможно, будет позволено поразмыслить над подобными изменениями, исходя из личной перспективы. Оглядываясь назад, я чувствую, что имею право сказать, что это было глубокое изменение; с некоторым небольшим преувеличением этот процесс можно назвать сдвигом парадигмы. Я могу засвидетельствовать тот факт, что лежит пропасть между тем, что считалось само собой разумеющимся в мои студенческие годы в лингвистике, социологии, а также и в социальной психологии, и теми постулатами, на которые мы опираемся теперь при изучении социальной интеракции и процесса коммуникации.

² Durkheim — Meillet collaboration, имеется в виду их сотрудничество как союз социолога и лингвиста. Антуан Мейе (Paul Jules Antoine Meillet, 1866–1936) — крупный французский лингвист, автор трудов по сравнительно-историческому языкознанию. — *Примеч. пер.*

³ Его введение к изучению языка Кави (Kawi — литературный язык островов Ява, Бали, Ломбок. — *Примеч. пер.*), посвященное разнообразию языковых конструкций человека и влиянию языка на умственное развитие человеческого вида (“On the Diversity of Human Language Construction and its Influence on the Mental Development of the Human Species”), было опубликовано посмертно в 1836 году. Гумбольдт, хотя и сам не был карликом, стоял на плечах гигантов: Вико, графа Шэфтсбери, Хаманна, Гердера (Vico, the Earl of Shaftesbury, Hamann, Herder).

⁴ Sapir-Whorf — гипотеза взаимосвязи языка и культуры Сепира-Уорфа. — *Примеч. пер.*

В конце сороковых годов, когда я начал изучать сравнительное языкознание в Европе, доминирующим подходом был либо в старом смысле филологический, либо то, что тогда мне, нетерпеливому студенту, тщательно искавшему *La parole* в изучении *la langue* представлялось абстрактным структурализмом. Приехав в Соединенные Штаты Америки в начале пятидесятых годов, я все же получил степень магистра философии, но затем переключился на социологию. Будучи студентом Альфреда Шюца, я был избавлен от навязывания структурного функционализма, который казался мне столь же далеким от социальной жизни, как и доминировавшее в то время направление лингвистики — от использования языка. Структурный функционализм как разделяемая большинством теория общества, так же как и структурализм, и как несколько позднее появившаяся генеративная грамматика (или «порождающая грамматика». — *Пер.*), в качестве господствующих подходов к языку казались мне и статичными, и абстрактными, далекими от социальной реальности и человеческого общения. Пользуясь терминологией самого Гумбольдта, они имели дело с *εργον* [*ergon* = работа], а не с *ενεργεια* [*energeia* = энергия] языка и социальной жизни. Учитывая природу той реальности, которую они изучали, они вызывали разочарование еще и тем, что, как я обнаружил, социология и лингвистика не были тесно связаны между собой, казалось, что они существовали в разных вселенных. Хотя я сохранил сильный интерес к использованию и функциям языка в человеческой социальной жизни даже после того, как стал социологом, меня поразило, что социология в целом, и даже то, что тогда именовалось социологией языка, была лингвистически наивна до уровня невежества неведения. В то же время в лингвистике понятия социальной интеракции и социальной структуры, даже в зарождавшейся тогда субдисциплине прагматики, были очень скромного, доморощенного качества. Полвека назад такое положение дел воспринималось как должное большинством практиков, работавших в этих двух дисциплинах.

В мои намерения не входит подробное описание изменений в этих двух областях и обоюдного сближения между определенными, отнюдь не незначительными, разделами этих дисциплин. Однако я хотел бы указать на основные источники подобного изменения, на сдвиг в сторону того, что, хотя и по-разному, именуется коммуникативной парадигмой⁵. Я не совсем уверен, каким путем разработки в области лингвистической прагматики оказывали влияние на изменения в отношениях между теорией языка и социальной теорией. Вердикт относительно непосредственного влияния на эмпирические исследования воззрений Витгенштейна, которого много цитировали, особенно в некоторых дискуссионно-аналитических кругах,

⁵ Мой обзор социологии языка для *Handbuch der empirischen Sozialforschung* под редакцией Рене Кенига содержит относительно подробное описание. В доработанном издании 1979 года было отмечено гораздо больше изменений в теории и исследованиях, чем в первом издании 1969 года. И все же, когда я анализировал работы Выготского, Гофмана, Гумперца и Хаймса, Гарфинкеля, Сакса, Щеглова (*Vygotsky, Goffman, Gumperz and Hymes, Garfinkel, Sacks, Schegloff*) и других, имена Бахтина и Волошинова были по-прежнему упущены мной.



не может считаться окончательным. Так называемая теория речевых актов (speech-act theory), также много цитируемая, была далеко в стороне от реальных коммуникации.

Другой, несколько более ранний источник этих изменений напрямую связан с Гумбольдтом. Весьма любопытно, что рассуждения Гумбольдта не были проигнорированы в России в той мере, как в других странах. Главным сторонником гумбольдтовской мысли был Александр Потебня (Aleksandr Potebnja)⁶. Через него влияние Гумбольдта достигло Бахтина, формалистов и Романа Jakobсона. Западное «открытие» Бахтинско-Волошиновского (Bakhtin — Vološinov) фокуса на диалоге и жанре в философии языка и культуры внесло действенный вклад в изменение господствовавшей ортодоксии.

Сторонники диалогического подхода к языку и социальной жизни больше уже не игнорировались. Во Франции, сначала в работах Леви-Стросса, а затем Пьера Бурдьё, семена, посеянные сотрудничеством Дюркгейма и Мейе, принесли запоздалые плоды. Еще одним ранним источником изменений тогда, около сорока лет назад, была программа этнографии коммуникации (ethnography of communication), предложенная Джоном Гумперцем (John Gumperz) и Деллом Хаймсом (Dell Hymes). Примерно в то же время работы Альфреда Шюца стали питательной средой для двух других источников, которые прямо и косвенно способствовали становлению коммуникативной парадигмы в социальной теории. Одним из них была этнометодология и ее порождение — конверсационный анализ, а другим — «новая» социология знания, с одним из ее преемников — теорией коммуникативных жанров. Достаточно сказать, что то, что вы думаете и делаете сегодня, было бы немыслимо в то время, когда Гарфинкель был студентом Парсонса и переписывался с Шюцем в то же годы, что я учился у Шюца.

Каковы же тогда те положения, которые мы принимаем сейчас как должное в наших исследованиях настолько, что они кажутся тривиальными, и которые тогда встречали с недоумением или отвергали вовсе?

Социальная реальность не *просто* предстает для наблюдения, если таковое (наблюдение) понимать натуралистически. «Объективность» и «измерение» в социальных науках не означают в точности то же самое, что и в естественных науках. Естественные науки стремятся объяснить космос, которому нечего сказать — разве что в чисто метафорическом смысле. Это тот мир, на который надо смотреть, описывать и объяснять «объективно». С другой стороны, социальные науки исследуют мир, которому *есть* что сказать, который, по сути, говорил что-то задолго до того, как ученые начали его слушать. Социальный мир, таким образом, «естественно искусственен», если использовать термин, введенный Гельмутом Плесснером (Helmuth Plessner) (см. Plessner, 1964; 1975 [1928]). Традиции, посредством которых организованы человеческие общества, являются intersubъективным достижением. Это «естественно искусственный» (“naturally artificial”)

⁶ Александр Потебня, «Мысль и язык», Москва, 1862 (см. Lachmann, 1997).

результат длинных цепочек интеракций «естественно искусственных» человеческих существ.

Хотя человеческий род эволюционировал естественным путем, человеческие социальные миры, конечно, не являются прямым продуктом эволюции; они продукты чего-то, что *появлялось* в результате эволюции, и, таким образом, могут быть названы субъектом собственного порядка причинности. Человеческая *история* создается сама по себе. Традиции и институты не формируются как генетические проекты. Они конструируются в социальном взаимодействии и, будучи однажды закреплены в коллективной памяти общества, вновь передаются в процессе интеракций. Традиции и институты могут казаться менее осязаемыми, чем здания или артефакты, но они в той же степени реальны.

Таким образом, исторический запас знания и исторические институты конструируются, поддерживаются, передаются, трансформируются и иногда разрушаются в ходе социальной интеракции. Очевидно, что социальная интеракция — это нечто большее, чем индивидуальное действие, но она предполагает индивидуальное действие, действие, которое имеет смысл для тех, кто в нем участвует, независимо от того, приводит ли оно к результатам, которые были запланированы, или к болезненным результатам, когда последствия интеракции отличаются от тех, которые первоначально ожидались.

Очевидно, что смысл индивидуального действия по своей сути субъективен — но в основном он является производным от социального запаса знания, который выстраивается в ходе коммуникативной социальной интеракции. Социальная интеракция состоит из скоординированных, взаимосвязанных индивидуальных действий. Индивидуальное действие, в свою очередь, предполагает интенциональную активность, смысл которой преимущественно выстраивается на основе социального запаса знания.

Идея о том, что социальная реальность — это историческое «достижение» человечества, не нова. Она была предвосхищена длинной чередой философов и историков — от Аристотеля и Фукидида до Вико, Монтеня и Монтескье, а затем до Адама Смита и Маркса, если упоминать наиболее значимые фигуры из этого ряда. Тем не менее всеобъемлющая формулировка этой идеи должна была дожидаться двадцатого века. Макс Вебер, а после него Альфред Шюц, а после них другие, в том числе Питер Бергер и я, занялись разработкой основных связанных с ней эпистемологических и методологических вопросов. Основываясь на их взглядах, я рассмотрю отношения между индивидуальным и коллективным уровнями реальности, связь между действием, знанием и коммуникативным конструированием социальных миров.

Перед тем как перейти к этому изложению, я позволю себе кратко предвосхитить основной методологический вывод из подобного обзора. Помимо детализации эпистемологического вопроса о том, *как* должны быть сконструированы «данные», и онтологического вопроса о том, *из чего* они конструируются, должно быть достигнуто базовое согласие относительно



основного принципа онтологического реализма: что социальные реальности являются результатом человеческой активности. Данные социальных наук вытекают из этих реалий. Поскольку они (человеческие активности. — *Пер.*) формировались в ходе осмысленных социальных действий в исторически определенном социальном мире, они должны быть **реконструированы** как исходные данные для социальных наук таким образом, чтобы сохранить, а отнюдь не разрушить их сущностную значимость и историчность.

В наши дни, после того как долго господствовавшая «позитивистская» эра подошла к концу, общепринято считать, что «данные» — это «факты». Это означает, что «данные» — какую бы реальность они ни представляли — признаются коммуникативными конструктами. Учитывая специфическую природу социальной реальности, вряд ли стоит удивляться, что не существует общепринятого ответа ни на эпистемологический вопрос, *как* именно, ни на онтологический вопрос, *из чего* именно создаются эти данные. Споры о том, как следует отвечать на эти вопросы, были острыми в социальных науках. Однако реалистичная позиция состоит в том, что «данные» — это коммуникативные конструкции исследователя, основанные на прямом или непрямом, например, инструментально опосредованном наблюдении. То, что наблюдается, однако, не есть простые, чисто поведенческие факты, а социальная интеракция, как прямая, так и косвенная, и ее исторически определенный результат.

Не вся человеческая деятельность коммуникативная в обычном смысле этого слова. Люди охотятся на животных, возделывают поля, строят убежища, воспитывают детей, сражаются с врагами. Однако, как показывают эти простые примеры, даже то, что не является главным образом коммуникативной интеракцией, обычно облегчается или сопровождается ею. Человеческая социальная реальность и картина мира, которые мотивируют и направляют интеракцию, *как раз и формируются* в основном в коммуникативных процессах.

Реконструкции социальной реальности, как особый вид деятельности по производству данных в социальных науках, по определению являются коммуникативными актами. Реконструкции не ограничиваются, конечно, социальными науками. Они представляют собой чрезвычайно важный вид коммуникативной деятельности на первичном уровне социального дискурса (Bergmann, Luckmann, 1995). Реконструкции прошлых событий питают коллективную память семей, социальных групп и классов, институтов и целых обществ.

Если все это кажется очевидным, даже тривиальным сегодня, я хотел бы подчеркнуть, что это было совсем не так чуть больше поколения назад. Я уже пытался указать основные теоретические причины изменений, которые привели к возникновению того, что теперь называется коммуникативной парадигмой в социологии.

Если социальная реальность конструируется в коммуникативном взаимодействии и если оно пронизывает социальную жизнь, тогда наше наиболее достоверное знание об этой реальности исходит из реконструирования

этих процессов. Однако элементарной трудностью анализа коммуникативной интеракции, как и любого другого вида социального взаимодействия, является трансформация коммуникативных процессов в данные, поддающиеся анализу⁷.

Эта трудность может объяснить, почему в социальных науках предпочтение отдавалось данным иного рода. В отличие от мимолетных процессов взаимодействия и коммуникации их квазиобъективные продукты казались стабильными, что позволяло осуществлять их неторопливый и верифицируемый анализ. Методологическое предпочтение изучению социальными науками продуктов искусства и артефактов, актуарной статистики и регистрационных актов, документов и других «материальных» объектов, а также кодируемых ответов на вопросы интервью основывалось на предположении, что действие как процесс не поддается точному описанию и что субъективные компоненты эфемерных событий не могут быть объективированы. Методологический уклон, возникший из-за технических трудностей в определении процессов социальной интеракции, привел к искажению теоретического взгляда на человеческую реальность.

Интересно, что последнее звено в цепи событий, которые заметно изменили теоретические представления и практику изучения общества и языка в течение моей собственной жизни, представлено не теоретическим прогрессом, а технологическими новшествами.

Строгий анализ процесса социальной интеракции, в ходе которого и конструируются все разнообразные материальные и нематериальные компоненты социальной реальности, зависит от возможности «заморозить» этот процесс с целью последующего многократного изучения (Bergmann, 1985).

Эта возможность стала реальной меньше ста лет назад⁸. Однако методичное использование этих достижений социальной наукой, позволившее осуществить аудиальную, а затем и зрительную регистрацию данных процессов, началось значительно позже. Анализ продуктов социальной интеракции, от продуктов питания, одежды и инструментов, фабрик, церквей, тюрем и кладбищ до юридических кодексов, реестров рождений, музыкальных партитур и литературных произведений, безусловно, остается важным для понимания социальной реальности. В конечном счете *подразумевается*, что именно таковыми и должны быть продукты, производимые человеческой коммуникацией и интеракцией. Однако в последние десятилетия, принимая во внимание, прежде всего, новые технологии, мы оказались в значительно более выгодном положении, чтобы направить усилия на анализ «процесса производства» в сравнении с анализом «продукта» или «потребления» определенных «продуктов», то есть на анализ интеракции и диалога как составляющих социальной реальности или как источника

⁷ Далее я использую некоторые пассажи из моей статьи об интерпретации диалога (Luckmann, 1999).

⁸ Всего лишь около века назад одним из первых (если не самым первым) случаев использования фонографа была запись черногорских героических эпосов как источника для сравнения их с гомеровскими «Илиадой» и «Одиссеей» (ср. Parry, 1930; Lord, 1960).



существенной сферы социальной реальности. Кроме того, технологические инновации продолжали расширять арсенал инструментов, с помощью которых можно фиксировать и воспроизводить все более разнообразные виды социальных интеракций, обеспечивая тем самым базу данных для секвенциального анализа.

Это исследовательский процесс, в котором многие из нас участвовали и участвуют. Харви Сакс (Harvey Sacks), пионер в этой области, воодушевил значительное число своих последователей и преемников. Позже теория коммуникативных жанров использовала секвенциальный анализ. Поскольку первичные данные, а также большинство публикаций этих исследовательских проектов, в которых я много лет активно участвовал, осуществлены на немецком языке, а перевод подобного рода первичной информации почти невозможен, то результаты нашего изучения не дошли до исследователей в других странах, работающих на своих национальных языках. Группа по изучению международного диалога при Фонде Реймерса (Reimers Foundation) в Бад-Хомбурге, а также участники ныне, к сожалению, несуществующего центра коммуникативных исследований в Университете Линчепинга (University of Linköping) добились несколько более значительных результатов. Однако изучение широчайшего круга социальных явлений с использованием секвенциального анализа продолжается, как я уже отмечал, на родине этого метода — в Соединенных Штатах Америки, а также на второй его родине — Великобритании, например, в новаторских работах по политической риторике и в не менее известных исследованиях сферы труда.

Позвольте заключить: секвенциальный анализ не является единственным так называемым качественным методом — как же неуместен этот термин! — а качественные методы — не единственное спасение социологии. Однако я убежден, что секвенциальный анализ обеспечивает эмпирическое основание для существенной области современной социальной теории, в частности, для одной из ее отраслей — социологии знания. Он позволяет нам шаг за шагом отследить процессы, посредством которых конструируется и реконструируется социальная реальность. А это немаловажно.

Литература

Bergmann J. Flüchtigkeit und methodische Fixierung sozialer Wirklichkeit. Aufzeichnungen als Daten der interpretativen Soziologie // Entzauberte Wissenschaft. Zur Relativität und Geltung sozialer Forschung (Soziale Welt 3) / Ed. by W. Bonß, H. Hartmann. Göttingen: Schwarz, 1985. P. 299–320.

Bergmann J., Luckmann Th. Reconstructive Genres of Everyday Communication // Aspects of Oral Communication / Ed. by U. M. Quasthoff. Berlin, New York: De Gruyter, 1995. P. 289–304. DOI: <https://doi.org/10.1515/9783110879032.289>.

Lachmann R. Memory and Literature. Intertextuality in Russian Modernism. Minneapolis, London: University of Minnesota Press, 1997.

Lord A. B. The Singer of Tales. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1960.

Luckmann Th. Remarks on the Description and Interpretation of Dialogue // International Sociology. 1999. № 14 (4). P. 387–402. DOI: <https://doi.org/10.1177/0268580999014004001>.

Parry M. Studies in the Epic Technique of Oral Verse-Making. I: Homer and Homeric Style // Harvard Studies in Classical Philology. 1930. № 41. P. 73–147. DOI: <https://doi.org/10.2307/310626>.

Plessner H. *Conditio Humana*. Pfullingen: Günther Neske, 1964.

Plessner H. *Die Stufen des Organischen und der Mensch, Einführung in die philosophische Anthropologie*. Berlin, New York: De Gruyter, 1975 [1928]. DOI: <https://doi.org/10.1515/9783110845341>.

Дата поступления: 10.01.2020

.....

The Communicative Construction of Reality and Sequential Analysis. A Personal Reminiscence

DOI: 10.19181/inter.2020.21.1

Thomas Luckmann

Luckmann Thomas — *Emeritus Professor of Sociology at the University of Constance in Germany.*

This paper presents a historical view of the emergence of what is known as the communicative paradigm. Through a personal reminiscence of his long career, Thomas Luckmann entangles the main sources of what was a radical shift of the role of language and communication in the humanities and social sciences. In doing so, Luckmann shows that the epistemological and ontological assumptions on which the contemporary study of social interaction and communicative processes rely were practically non-existent half a century ago. While sociology and linguistics seemed to exist in separate universes during Luckmann's student days, a dialogical approach to language and social life eventually appeared — for example, in ethnomethodology, conversational analysis and French structuralism — and laid the foundation to the (today taken for granted) idea that social realities are the result of human activities. Human social reality and the worldview that motivates and guides interaction are mainly constructed in communicative processes. If social reality is constructed in communicative interaction our most reliable knowledge of that reality comes from reconstructions of these processes. Such reconstructions have been greatly facilitated by technological innovation, such as tape— and video-recorder, which, alongside theoretical advancements, may explain the timing of the communicative turn. Finally, this paper marks the benefits of sequential analysis in enabling us to trace step-by-step the processes by which social reality is constructed and reconstructed.

Keywords: communicative paradigm; sociology; linguistics; social realities; sequential analysis

Received: 19.01.2020

Интерпретации цен российскими потребителями: от веры в государство до экономической автономии¹

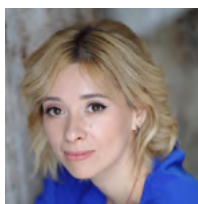
DOI: 10.19181/inter.2020.21.2

Ссылка для цитирования:

Бердышева Е. С. Интерпретации цен российскими потребителями: от веры в государство до экономической автономии // Интеракция. Интервью. Интерпретация. 2020. Т. 12. № 1. С. 19–38. DOI: <https://doi.org/10.19181/inter.2020.21.2>.

For citation:

Berdysheva E. S. (2020) Interpretations of Prices by Russian Consumers: From Trust in State to Economic Autonomy. *Interaction. Interview. Interpretation*. Vol. 12. No. 1. P. 19–38. DOI: <https://doi.org/10.19181/inter.2020.21.2>.



Елена Бердышева*

В статье на данных глубинных интервью, проведенных в кризисные (2014–2017) и посткризисные (2018–2019) годы и проанализированных в теоретической рамке социологического когнитивизма и новой экономической социологии, реконструируются смысловые логики, посредством которых российские потребители интерпретируют денежные цены. Формулируется гипотеза о том, что в рыночном обществе реакции на цены сопряжены с идентичностью индивида и его восприятием степени их легитимности. В начале работы концептуализируется социокультурная и политическая укорененность концепта «восприятие цены», связь его с идентичностью, а также описывается дизайн полевого исследования, выполненного в методологии обоснованной теории. В дальнейшем на основе анализа 63 нарративов обсуждаются четыре логики интерпретации рыночных цен с позиции потребителя: моральная, демонстративная, рыночной справедливости и рачительности. Отдельное внимание уделяется конкуренции между этими логиками, а также затруднениям, с которыми сталкиваются российские

¹ В данной научной работе использованы результаты проекта «Неэкономические источники динамики российских рынков», выполненного в рамках Программы фундаментальных исследований НИУ ВШЭ в 2020 году.

* Бердышева Елена – кандидат социологических наук, доцент кафедры экономической социологии, старший научный сотрудник Лаборатории экономико-социологических исследований, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», eberdysheva@hse.ru

потребители, пытаясь освоить более зрелую с точки зрения грамматики рыночных цен идентичность, соответствующую посткризисной экономике рачительности, индивидуальной ответственности и устойчивости.

Ключевые слова: экономическая культура; идентичность; ценности; кризис; политика цен; осознанное потребление; бережливость

Введение

Восприятие цены, как и любого иного социального феномена, опосредовано конвенциональными смысловыми категориями и представляет собой в первую очередь социальный акт, и уже только после этого психический (Zerubavel, 1997). Ценовое поведение и отношение к цене у индивида опосредовано его усилиями по конструированию желаемой социальной идентичности и поддержанию лица (Velthuis, 2005; Wherry, 2008). Иными словами, выяснить, как потребители воспринимают рыночные цены и выстраивают свое ценовое поведение, означает продвинуться в понимании социальных основ не только современного хозяйства, но и современного общества. Положенное в основу данной статьи эмпирическое исследование того, каким образом российские потребители осмысляют денежные цены, связывают их со своей социальной идентичностью и социальным статусом, призвано внести вклад в этом направлении.

В работе развивается идея о том, что ценовое поведение является презентацией и фактором социальной идентичности потребителя, формирующимся на стыке различных политических, культурных, социальных и экономических обстоятельств. Современная когнитивная социология указывает на то, что культурные представления о том или ином социальном феномене всегда фрагментарны, дифференцированы (в противовес идее о том, что культура является универсальной, внутренне интегрированной и при этом латентной переменной). Для анализа восприятия цен потребителями это означает, что вокабуляр, при помощи которого осмысляются цены, разнообразен и противоречив.

Данная статья призвана решить две исследовательские задачи. Во-первых, путем анализа нарративов современных российских потребителей о ценах продемонстрировать, какие институциональные логики образуют структуру их культурных представлений о том, что такое цены, и как их ценовое поведение связано с их социальной идентичностью. Во-вторых, показать, как эти логики кооперируются и конфликтуют между собой при оценке меняющихся денежных цен.

Структура рассуждений в данной работе следующая. Сначала будут описаны основные пункты реализованной исследовательской программы. После этого будут раскрыты четыре институциональные логики интерпретации денежных цен, обнаружившие себя в нарративах современных российских потребителей. Далее будет рассмотрено, как выявленные логики



интерпретации цен кооперируются и конфликтуют между собой в настоящее время. В заключении результаты исследования восприятия цен российскими потребителями осмысляются в свете результатов немногочисленных зарубежных исследований на эту тему.

Теоретические и методологические основы исследования

Современные исследования в области социологического когнитивизма отталкиваются от идеи, что общество играет ключевую роль в организации оптики, сквозь призму которой социальные акторы смотрят на мир (Zerubavel, 1997: 31). Данные этих исследований однозначно указывают на плюралистичность культурных схем, присутствующих в публичном дискурсе и когнитивном репертуаре социальных групп и индивидов. Структура общественного дискурса отражает способы мышления (patterns of thoughts), действующие на уровне общества как реальности *sui generis* и усваиваемые индивидами. Часть паттернов мышления могут быть институционально оформлены (Bruner 1990), другие могут существовать в виде историй, бытовых теорий и анекдотов.

Личность человека формируется в ходе социокультурного конструирования самости (DiMaggio, 1997). «Я» — эмоционально нагруженная единица, и именно поэтому идентичность оказывается якорем, обеспечивающим стабильность поведения индивида. То, какими схемами интерпретации располагает индивид, связано не только с его опытом и характером социализации. Идентичность индивида производна от его ролевых моделей и социальных связей (Stryker, 1987). За мышлением и восприятием стоят конвенциональные когнитивные категории, которые усваиваются индивидом в ходе социализации, осуществляемой в различных сообществах со своим способом мышления (communities of thinking), к которым он принадлежит (DiMaggio, 1997). Отдельный индивид может состоять в различных таких сообществах, что делает его собственный когнитивный репертуар разветвленным и многомерным. (Социальные сети, по сути, оказываются той средой, в которой вызревают, сталкиваются и переплавляются друг с другом интерпретативные логики). Кроме того, когнитивный репертуар индивида постоянно пополняется за счет идеологий как «консистентных культурных форм» (Swidler, 1986) и медиа. Важной характеристикой современных обществ является то, что отдельные социальные акторы берут на себя роль производителей интерпретативных схем, продуцируя и распространяя те или иные мифы, образы и идеи (Slater, 2002; Dubuisson-Queiller, 2013).

Конвенциональной для социологии является идея о том, что социальный порядок неоднороден, сегментирован (Berger, Luckmann, 1966). И методологический вызов в данном контексте — это вопрос о том, в каких отношениях друг с другом могут находиться различные интерпретативные логики.

Продуктивным для рассмотрения этого вопроса видится подход институциональных логик. Он изначально акцентируется на конкурентных

отношениях между различными принципами интерпретации, и при этом связывает выбор той или иной логики интерпретации с типом институционального актора. Иными словами, подход институциональных логик связывает выбор логики интерпретации с идентичностью воспринимающего субъекта. Данные экспериментальных когнитивных исследований подтверждают, что восприятие индивида с большей вероятностью активизирует те интерпретации, которые соотносятся с его представлением о self. И, чем выгоднее данная интерпретация с точки зрения представления себя другим, тем с большей вероятностью она будет использована (Mahalingam, 2007).

Именно такой подход с позиции институциональных логик используется в данной работе для реконструкции смысловых категорий, при помощи которых российские потребители интерпретируют рыночные цены. Институциональная логика как понятие описывает особые конstellации правил, ролей, интерпретаций и материальных практик, которые обретают легитимность за счет деятельности, направленной на поддержание порождающих их ценностей (Friedland, 2012: 585). Изначально авторы были озабочены поиском ключевой институциональной логики, которая могла бы, в духе идеи М. Вебера о протестантской этике, объяснить происходящее в европейском обществе в XX веке (Friedland, 2012). Однако сегодня конвенциональной посылкой этого подхода является идея о том, что для современной (хозяйственной) жизни характерна институциональная комплексность (Friedland, 2012).

Все имеющиеся в когнитивном репертуаре институциональные логики не обязательно находятся в зоне активного мышления индивидов. Последние часто знают о культуре больше, чем применяется на практике. При этом культурные доминанты, опосредующие когнитивные схемы, не обязательно консистентны, и к тому же изменчивы.

Актуализация интерпретативных схем происходит в ответ на стимулы внешней среды. Момент баланса между логиками интерпретации в восприятии свидетельствует о «мышлении на автомате» (automatic cognition) (Bargh, 1997). Однако этот баланс зачастую весьма шаток. Глубокие социальные изменения могут изменить ценности, лежащие в основе интерпретации, на прямо противоположные. Столкновение с серьезной проблемой, с морально или эмоционально окрашенной ситуацией, представляющей значимую угрозу идентичности индивида и требующей особой мотивированности, переводит восприятие в режим осознанности (deliberative cognition), и люди начинают думать критически и рефлексивно, пересматривая автоматические интерпретативные схемы (DiMaggio, 1997).

В какой мере сказанное может быть применено к анализу ценового поведения потребителей и логик, посредством которых они интерпретируют денежные цены? Как данные исследований о связи культурных и индивидуальных когнитивных схем соотносятся с результатами исследований о восприятии цены? В 2008 году в журнале "Sociological Theory" вышла статья Ф. Верри "The Social Characterizations of Price: The Fool, the Faithful, the Frivolous, and the Frugal", в которой автор, развивая подход В. Зелизер



(*Zelezarian approach*) и опираясь на вторичные данные социологических исследований потребительского поведения, убедительно показывает, что социальные акторы склонны использовать свое ценовое поведение для презентации себя другим (Wherry, 2008). Таким образом, реакция на цену оказывается своеобразным маркером принадлежности к той или иной социальной группе, к тому или иному сообществу потребления. Интериоризированные ценовые стандарты цементируются верой в то, что именно такие стандарты свойственны «таким людям как я» (Wherry, 2008: 372). Общественное мнение регулирует, кому и как следует реагировать на цены разного уровня. Правила ценового поведения варьируются во времени и в социальном пространстве (Wherry, 2008: 366). Суждения о цене не рождаются в голове отдельного индивида, но черпаются из социальной среды. Люди полагаются на знание о том, как формируется цена, какие компоненты определяют ее уровень. Об одних компонентах они осведомлены лучше, другие для них затуманены (Boom, 2011). Обучение ценовому поведению осуществляется различными путями. Например, в ходе повседневного обмена историями (*storytelling*) (Forsberg, 2009: 267). Болтовня, сплетни, обсуждение слухов, советы друг другу — все эти и многие другие формы человеческого общения помогают индивидам сформулировать мнение о том, что хорошо, что плохо, что разумно, а что нет. Здравый смысл, таким образом, можно определить как разделяемую большинством коллекцию историй-ориентиров (*guiding stories*) (Forsberg, 2009: 267). По данным экспериментальных исследований, некоторые потребители склонны к рыночному мавенизму (*market mavenism*), проявляющемуся в том числе в целенаправленном отслеживании цен на разные товары ради обладания информацией, а также ради просвещения по этому вопросу своего социального окружения (Clark et al., 2008). Знания, почерпнутые благодаря подобной «народной социологии», не всегда истинны (Mahalingam, 2007). Однако их ошибочность едва ли осознается социальными акторами, которые действуют исходя из своего представления о ситуации, а не на основании ее объективных характеристик.

Логика сбора и анализа эмпирических данных нашего исследования приближена к методологии обоснованной теории (*grounded theory*). Эмпирическую базу составили данные 63 глубинных интервью с жителями Москвы. Сбор данных ведется с 2014 года. Выборка изначально проектировалась как теоретическая, в ходе работы была модифицирована в выборку максимальной вариации возможных когнитивных категорий восприятия цены в зависимости от социально-демографических характеристик респондентов. Такой дизайн выборки требует от исследователя стремления получить максимально насыщенное описание социальных смыслов, используемых индивидами для интерпретации наблюдаемых социальных феноменов. Требование репрезентативности социальных групп здесь оказывается второстепенным. При этом ни объем выборки, ни ее структура в начале исследования не являются предзаданными (Guest et al., 2006; Thomson, 2011). Процессы сбора и анализа данных в этом случае неразрывны и реализуются

поступательно. Каждое взятое интервью выводит на вопросы для следующего, а также указывает на то, какие характеристики следующего респондента позволят углубить понимание феномена. По мере накопления данных интервью происходит последовательное сопоставление нарративов, полученных от респондентов с контрастными социо-демографическими характеристиками (пол, возраст, уровень дохода, уровень образования, род деятельности). Данная процедура необходима для формулировки гипотез относительно характеристик, которые могут определять склонность потребителей к той или иной логике интерпретации цены. Особое значение для рекрутинга респондентов имели пол, возраст, материальное положение, образование, род занятий, место проживания (москвичи, мигранты). Так, первые интервью с экономически активными россиянами старших возрастов позволили увидеть, что цены советского периода являются значимой референтной точкой, относительно которой это поколение осмысливает ценовые процессы, происходящие сегодня. Это наблюдение стало стимулом для пополнения выборки за счет группы респондентов пенсионного возраста, т.е. тех, чей выход в самостоятельную жизнь пришелся на 1950–1970-е годы. Это обогатило «базовую» выборку, представленную первоначально только экономически активными мужчинами и женщинами в возрасте от 15 до 65 лет, проживающими в Москве.

Апеллируя к подходу с позиции институциональных логик как теоретической оптике при интерпретации эмпирической информации, подчеркнем, что интервью касались ценового поведения как совокупности возможных выборов цены и интерпретации стоимости товара в зависимости от места индивидов в социальной структуре и их соответствующего габитуса. Беседы носили полуструктурированный характер. Основная задача глубинного интервью состояла в получении свободных нарративов потребителей относительно наблюдаемых в розничной торговле цен, а также каким образом, принимая решение о покупке, они рассматривают категорию «(не)нормальности» цены для них лично в данных социально-экономических обстоятельствах. Для этого первый этап интервью был сконцентрирован на том, что респонденты рассказывали свободные истории о сделанных недавно покупках и том, как принимались решения относительно их стоимости; о покупках, в связи с которыми они помнят некоторые заминки и сомнения по поводу цены; о покупках значимых других, которые врезались в память именно в связи с ценовым вопросом. Особенно нас интересовал момент практического столкновения с ростом цен в кризисном 2014 году, яркие, запомнившиеся респонденту случаи и наблюдения в отношении изменившейся стоимости товаров и своей реакции на подобные ситуации, а также теперешние оценки тех изменений.

На втором этапе интервью о ценах задавались вопросы, призванные прояснить представления респондента о том, кто несет ответственность за текущий уровень цен на те или иные товары и их волатильность; как в российской действительности должны компилироваться механизм свободных рыночных цен и их госрегулирование; а также о том, как респонденты



формируют свои представления о ценах при принятии практических решений; как обмен информацией о ценах с другими людьми коррелирует с социальными границами. Здесь респондентов просили приводить примеры. В нарративах отдельным образом анализировались эмоциональные реакции респондентов на рассказанные ими «ценовые истории». Мы анализировали также роль различных акторов в этих историях: индивид, другие покупатели, организации и отдельные субъекты розничной торговли, а также государство. Интерпретировались также субъективные представления о механизмах формирования и функционирования цен. Там, где потребители видят в наблюдаемых ценах интенции других акторов (другие покупатели, продавцы, государство), там можно говорить, что они реагируют не на частные ценовые проявления, а на скрытые за ними социально-культурные смыслы и социальные механизмы, т.е. на институциональные логики.

Избранный дизайн исследования накладывал существенные ограничения на его результаты. Качественная методология лишена возможности репрезентировать социальный феномен статистически, она нацелена на повышение внутренней валидности объекта изучения. Как следствие, любые генерализации в данном случае являются лишь стилистическим приемом, нуждающимся в дальнейшей верификации на количественных данных.

Эмпирические результаты: четыре логики интерпретации цен в нарративах россиян

Моральная логика стабильных низких цен

Опосредуя доступ к благам, от которых зависят выживание и качество жизни, цены всегда имеют моральную природу. Неудивительно, что логика восприятия цен как механизма, призванного сдерживать, а не порождать неравенство, красной нитью проходит в нарративах респондентов о советском прошлом.

«К примеру, хлеб на моей памяти дорожал всего один раз, с 16 коп. до 20. Аналогично с водкой, она стоила недешево, но и не считалась предметом первой необходимости. И, собственно, верно: хочешь пить — плати втридорога. Хочешь есть — хлеб почти даром» (Владимир, 65 лет, директор отдела в крупной компании на рынке связи).

Экономическая и социальная турбулентность современного периода навевает ностальгию по периоду стабильности, который сегодня, возможно, мифологически, ассоциируется у россиян с советским прошлым. Частью жизненного опыта россиян, живших в послевоенный период, стала редкая для современных экономик ситуация целенаправленного и планомерного понижения государством денежных цен. Подобная государственная политика запустила в российский дискурс мечту о бесплатности благ, идеологически соответствующую стимулам к построению Коммунизма.

«Когда я была молодая, мне мама часто рассказывала, что при Сталине каждый год в апреле или мае по радио передавали обращение Иосифа Виссарионовича. И он начинал говорить: “Дорогие мои, поздравляю вас! Сейчас нас ждет новое понижение цен”. И цены сразу понижались, и только пусть попробует хоть один магазин повысить цену, хоть на копейку — сразу в тюрьму. И эти обращения по поводу понижения цен были каждый год в апреле и мае, и никогда это не было пустой болтовней. К концу своей жизни Сталин сказал, что если в этом году удастся собрать сто тонн зерна, то в следующем году хлеб и проезд в общественном транспорте будут бесплатными. Но он не смог это дело завершить, потому что вскоре скончался. И к концу года действительно собрали сто тонн, но его завета никто не выполнил» (Тамара, 64 года, пенсионерка).

Советские цены на отдельные потребительские товары появляются в воспоминаниях респондентов как нарицательные.

«Я всегда обожал мороженое тех времён. “Фруктовое” — в бумажном стаканчике (7 коп.), кисленькое, освежающее, под настроение. “Молочное” — брикет (11 коп.), вкусно, если на большее денег не хватило. “Сливочное” — брикет между вафлями (13 коп.), ну очень приличный вкус. И высший пилотаж — “Пломбир”, брикет между вафлями (19 коп.)» (Виктор, 56 лет, сотрудник логистической компании).

Респонденты объясняют, что в плановой экономике обсуждения цен проблематизировали не отношения говорящих друг с другом, а отношения «простого советского человека» и государства.

«Когда я был молодым, мой папа часто напевал песенку: “Была — пять, а стала — восемь. Всё равно мы пить не бросим. Передайте Ильичу (Брежнев — прим. автора): нам и десять по плечу. Ну а если будет больше, то дела пойдут, как в Польше. Если будет 25, Зимний будем брать опять”» (Сергей, 56 лет, автослесарь).

Мечте о светлом коммунистическом будущем, где «все стоит копейки», не суждено было сбыться. Отпуск потребительских цен стал первым пунктом программы неотложных экономических реформ Б. Ельцина, предложенной V съезду народных депутатов РСФСР, состоявшемуся в октябре 1991 года². Начался трансформационный кризис, длившийся с 1991 по 1995 год (Зубаревич, 2015). Между тем и сегодня память о стабильных и низких советских ценах остается измерением, относительно которого оценивается текущая экономическая ситуация. Данные интервью с экономически активными россиянами старших возрастов позволяют увидеть, что цены советского

² Фактически радикальная либерализация потребительских цен была осуществлена 2 января 1992 года в соответствии с Указом Президента РСФСР от 03.12.1991 N 297 «О мерах по либерализации цен» и Постановлением Правительства РСФСР от 19.12.1991 N 55 «О мерах по либерализации цен». Это привело к резкому росту инфляции, которая по итогам 1992 года составила 260%.



периода являются значимой референтной точкой, относительно которой этим поколением осмысляются ценовые процессы, наблюдаемые сегодня. При этом речь идет не только об эффектах коллективной памяти.

Моральная логика денежных цен, когда ответственность за доступность необходимых для жизни товаров лежит на государстве, присутствует в российской институциональной среде и сегодня. Так, Постановлением Правительства РФ от 15-07-2010 в России официально утвержден «Перечень отдельных видов социально значимых продовольственных товаров первой необходимости, в отношении которых могут устанавливаться предельно допустимые розничные цены». Как свидетельствуют данные интервью, работа таких органов, как Федеральная антимонопольная служба, также воспринимается респондентами как инструмент государственного контроля недобросовестного ценового поведения продавцов. Неслучайно, когда осенью 2014 года в стране наступил очередной экономический кризис, российские новостные ленты запестрели сообщениями о том, что государственные органы тщательно отслеживают случаи недобросовестного ценового поведения со стороны ритейлеров, заботятся об удержании уровня цен на продовольственные товары. Потребители отдают себе отчет в том, что рыночная экономика предполагает минимальное вмешательство государства в регулирование цен. В то же время по крайней мере отдельные россияне рассчитывают на то, что в любых обстоятельствах государство продолжает держать руку на пульсе. Доступность рыночных цен по-прежнему оказывается синонимом удовлетворения потребностей граждан, то есть условием признания того, что государственная власть легитимна.

Демонстративная цена как инструмент социального самоутверждения

Хотя консьюмеристский бум в России остался далеко позади, *регистр демонстративного ценового поведения*, когда высокая цена потребляемого товара использовалась в качестве инструмента подтверждения своего социального статуса, зримо присутствует в нарративах россиян и сегодня. Крах советской системы, череда кризисов заставили увидеть новую жизненную прагматику в вульгарном расточительстве. Предсказуемость цен осталась в прошлом. На смену ей пришла сначала галопирующая, а потом просто высокая инфляция. Это обесценивало сберегательное поведение и побуждало к быстрой трате. Если советская экономика отличалась «плановностью» происходящего, то в постсоветской реальности от человека требовалось спешить — и заработать, и потратить. Теперь стало стыдно быть как нищим, так и жадным. Обе эти характеристики потенциально указывали на неспособность адаптироваться к новым жизненным условиям, отсеивая «слабейших». В новых же условиях, как звучит в интервью, требовалось «хапать», демонстрируя свою ловкость.

В постсоветском лексиконе обозначилось слово «*понты*», означающее преувеличение своих материальных возможностей, пускание пыли в глаза.

«Понты — это иллюзия, что ты лучше кого-то лишь потому, что у тебя машина, сумка, тапки, коляска дороже, чем у других. Понты — своего рода попытка доказать, себе прежде всего, что ты можешь жить лучше, позволять себе больше, чем всегда» (Вероника, 37 лет, дизайнер).

Основной чертой нового российского общества оказалась статусная неконсистентность, символом которой, к слову, стал уход представителей интеллигентных профессий (врачи, учителя) «в торговлю». Как объясняют респонденты, *«требовалось заново определить, кто есть кто, и кто чего стоит».*

«Недавно я сама себе удивилась. У нас на работе есть одна женщина, всегда очень надменная. И тут увидела я в магазине платье, в котором она на корпоративе была. Я думала, платье было очень дорогое, а оно стоит 3000 рублей. И я себя поймала на мысли: ага... значит, не такая уж звезда» (Гульнара, 39 лет, стоматолог).

Краеугольным камнем социальной идентичности «нового русского» оказалась способность заработать на престижное потребление. Как убедительно показывает антрополог С. Ушакин, за неимением в советской России готовых образцов элитарного потребления, новый стиль потребления оказался количественным (Ушакин, 1999). В таком ракурсе коммуникация о ценах четко разграничивает близкий узкий круг, где можно *«расписаться в своей слабости»*, от внешнего круга, где *«нужно держать лицо»* и *«выставлять достаток напоказ»*.

На институциональном уровне логика демонстративных цен сегодня удерживается главным образом розничной торговлей. При этом если премиальный сегмент больше нацелен на тех, для кого дорогие бренды по заоблачным ценам давно стали жизненной нормой, то средний сегмент улавливает запрос потребителей на пускание пыли в глаза.

«Как знаете сейчас в интернет-сети появилась такая услуга, как аренда огромного букета роз для селфи. Так еще они пишут, что с букетом в придачу могут привезти на выбор пакеты Dior, Guess и т.д. За каждый пакет с учетом его размера своя стоимость. Пакет тоже в аренду!!!» (Катерина, 39 лет, фитнес-тренер).

Справедливость цен в рыночном обществе

Еще одна логика интерпретации цен, прорисовывающаяся в нарративах интервью, отсылает к идее практической справедливости в условиях установившейся в России рыночной экономики. От цен ожидается быть прозрачными и взаимовыгодными. Уровень цен становится *критерием онтологической безопасности рыночного обмена.*



Как объясняют респонденты, опыт столкновения со спекулятивными стратегиями продавцов в ходе постсоветских экономических кризисов заставил россиян пересмотреть свои установки в отношении завышенных цен. Им стало ясно, что в рамках устоявшейся рыночной экономики цены могут различаться по степени своей обоснованности. Завышение цен стало проблематизироваться с точки зрения риска и неуверенности в добросовестности продавцов, чему стоит противостоять.

«Я учусь предохраняться от воздействия различных рекламных трюков и уловок, которые побуждают нас тратить как можно больше. На подобные уловки крупные производители направляют огромные средства» (Василий, 44 года, сотрудник отдела безопасности).

«Мы развитые люди, чтобы понимать, что ты выбираешь, за что ты платишь, что ты хочешь получить, и не дать себя обмануть» (Василиса, 45 лет, менеджер коммерческого отдела в фармацевтической компании).

Следуя данной логике, российский покупатель стремится быть компетентным участником рыночного обмена.

«Современная торговля так устроена, что в большей части магазинов можно дождаться распродажи, где можно купить вещь на 30% дешевле. Естественно, это приятно. Хотя зачастую магазины ведут себя нечестно, повышают цену перед распродажей, а потом снижают до нормальной» (Катерина, 29 лет, индивидуальный предприниматель).

Внимание респондентов привлекают курсы повышения финансовой грамотности, масса изданий, где разъясняют механику функционирования цен в зависимости от качества продукции, специальные приложения для ведения бюджета и т.п. Предлагаемые гипермаркетами и дискаунтерами более низкие, чем в традиционных форматах, цены видятся не связанными с качеством товаров. Возникает знание об особых бизнес-стратегиях «магазинов здравого смысла», в чьих ценах просто «нет лишнего».

Бережливость и ответственность ценового поведения

Глубокий экономический кризис, с которым столкнулась российская рыночная экономика с 2014 года, стал триггером для актуализации логики ответственного ценового поведения и бережливых денежных цен. Она побуждает российского потребителя упражняться в самоконтроле, самоограничении, калькуляции и планировании, обещая взамен усиление рыночной власти (consumer empowerment).

Как свидетельствуют данные, идентичность российских потребителей, приверженных бережливости, направляется идеей взросления, проак-

тивности и личной ответственности. Отчасти она, по-видимому, является результатом усвоения ценностей Западной Европы, сформированных целенаправленной государственной политикой бережливости. Во всяком случае, в нарративах респондентов идея о том, что нужно оптимизировать свое ценовое поведение, тратить, *«как взрослый человек, который может и должен опираться главным образом на себя»*, приравнивается к стремлению вести себя, *«как европеец»*.

«Мудр тот, кто умеет грамотно обращаться с финансами. Безусловно, некоторым людям приходится приучать себя к идее экономии, однако это привычка, которую, я считаю, стоит в себе воспитать. И чем раньше, тем лучше. Ведь она позволяет человеку жить в стабильности, быть уверенным в себе и в завтрашнем дне» (Николай, 34 года, сотрудник финансового отдела).

В логике ответственного ценового поведения пристальное внимание к ценам никак не связано с безденежьем. Оно озвучивается респондентами, чьи доходы в кризис «пошатнулись», но в целом оставались достаточными для обеспечения привычного образа жизни.

Здесь экономия осмысливается как хобби, как способ отказаться от *«выбрасывания денег на ветер»*. Расточительность теперь окончательно закрепляется как отрицательная практика, и на ее место приходит рачительность: *«лучшая цена — это не покупать»*. Возможность заплатить меньше порождает азарт. При этом важно, что речь идет не просто о спортивном азарте. Самодисциплина в отношении цен интерпретируется российскими потребителями как путь к индивидуальной устойчивости. Респонденты связывают текущий экономический кризис с недалекостью политических решений. Присоединение Крыма, программа антисанкций в очередной раз пошатнули доверие отдельных социальных групп к государству, вернули часть россиян к мысли о том, что российское государство — неконтролируемый гражданским обществом, и потому непредсказуемый игрок. В такой ситуации одним из ключевых мотивов более ответственного ценового поведения оказывается стремление обезопасить себя за счет максимальной рационализации ценового поведения.

«Я не чувствую, что мой голос на выборах хоть как-то влияет на экономическую ситуацию в стране. Зато я могу выбрать, переплачивать за отбеливатель или нет. Входишь в такой режим, и становится как-то спокойнее. Тревога уходит, появляется чувство контроля над ситуацией» (Галина, 55 лет, бухгалтер).

Логика ответственного ценового поведения побуждает к освоению различных приемов контроля за ценами приобретаемых товаров. Транслирующие ее респонденты демонстрируют высокую информированность относительно того, каким образом работает производственная цепочка



при производстве тех или иных благ и как она связана с уровнем рыночных цен. Они демонстрируют готовность отказаться от платы за определенные звенья добавленной стоимости: покупают мясо вместо колбасы, кусковой сыр вместо нарезанного, целиковую курицу вместо разделанной, овощи на развалах вместо фасованных, обычное молоко вместо пастеризованного, и т.п.

В нарративах часто озвучивается мысль, что рачительному ценовому поведению приходится учиться. И институциональная рамка для такого обучения находится. Так, одним из инструментов освоения рачительного ценового поведения оказывается вступление в интернет-сообщества, проводящие флешмобы под лозунгами «*Давайте тратить с умом*», «*Экономим в удовольствии*», в ходе которых участники ежедневно выискивают наиболее выгодные цены или предлагают способы оптимизировать стоимость приобретаемых благ и делятся ими друг с другом. Также в интервью с «*экономящими со страстью*» респондентами появляется информация об активном освоении специальных мобильных приложений для осуществления собственноручного мониторинга цен. Последователи данной логики пропагандируют покупки на распродажах и пользование магазинными акциями.

«Если Вы знаете, есть приложение в телефоне, называется “Едадил”. Оно показывает ближайшие супермаркеты и самые выгодные цены на товары в них. Перед тем как мы едем за покупками, я монитору акции и скидки в Магните, Пятерочке и Дикси» (Лиля, 47 лет, главный бухгалтер).

Конфликты логик

Описывая каждую из логик интерпретации цен по отдельности, мы, тем не менее, помним, что в реальной жизни они сосуществуют в когнитивном репертуаре россиян. С одной стороны, даже на уровне отдельного индивида разные логики могут конкурировать, а подчас и делегитимировать друг друга. С другой стороны, по отдельным аспектам индивидуализированные логики могут оказаться пересекающимися и взаимодополняемыми, отражая некоторую эволюцию социокультурных взглядов на денежные цены.

Так логики справедливых рыночных цен и ответственного ценового поведения развивались и продолжают утверждаться со ссылками друг на друга. Адепты ответственного ценового поведения активно продвигают поиск лучшей цены как ценностно обусловленную стратегию, подчеркивают, что импульсом к подобному поведению для них является желание выработать более взрослый, осознанный, ответственный подход к потреблению, а не бюджетные ограничения. Они настроены продемонстрировать не просто свою рыночную компетентность, но возможность влиять на ситуацию.

«Как-то повелось в нашем мире, что если человек соблюдает экономию, то он жуткий скряга, или же не имеет ни копейки в кармане. Запомните, экономия — это прежде всего показатель рассудительности человека, его забота о собственном благосостоянии и окружающей среде. Если экономию не доводить до абсурда, то это занятие будет носить только положительный характер» (Мирослава, 24 года, домохозяйка).

И логика справедливости цен, и логика более ответственного отношения к ценам отражают тенденцию к профессионализации российских потребителей как агентов рынка. Освоение навыка внимательного отношения к ценам — уже не удел стесненного в средствах человека, но характеристика активного потребителя, способного планировать и контролировать свои потребности и траты в условиях свободной экономики.

Вместе с тем и логика справедливости цен, и логика ответственного ценового поведения развиваются в противостоянии с логикой престижных цен. В этом контексте понятие «понты» приобретает негативную окраску, интерпретируется в смысловой дихотомии «*быть или казаться*», маркируется как отрицательно нагруженный символ «выпендрей».

«Считаю, что не надо напрягаться по поводу подобных загонов. Если реально можешь регулярно позволить себе что-то дорогое и хорошее, то это уже не понты, а уровень и образ жизни. Я давно заметила, что люди, которые реально заслужили свои богатства и дорогие атрибуты, относятся к ним очень спокойно. Для них это просто норма жизни, и все. Мы же не понтуемся, что мы себе хлеб сегодня купили. Также и эти люди не кичатся, что у них сланцы для бани от шанель» (Ольга, 35 лет, домохозяйка).

Представление о том, что ценность человека измеряется «стоимостью его упаковки», активно критикуется. Дорогостоящие покупки из последних финансовых сил воспринимаются как признак запаздывающей оценки современной социально-экономической ситуации в стране. Отказ от престижного потребления мотивируется не возможностями денежного бюджета индивида, а тем, что подобная матрица противоречит актуальным ценностям потребительского поведения.

«Я сейчас, например, иногда смотрю в магазине на мороженое Movenpick, оно стоит что-то 700 рублей за коробку, и вспоминаю, что в детстве у нас был довольно продолжительный период, когда мы его постоянно покупали. Сейчас я не готова столько заплатить за мороженое. На днях я, не задумываясь, столько же заплатила за новую книжку любимой писательницы. Но в отношении мороженого меня останавливает какое-то внутреннее ощущение, что 700 рублей — это неуместно “дорого”» (Кристина, 34 года, преподаватель).



Впрочем, даже там, где среда легитимирует рачительность в отношении к ценам, вытравить логику престижности из своего когнитивного репертуара россиянам оказывается непросто.

«Сейчас живу в Германии, и реально не парюсь по поводу марок одежды. Хотя иногда и мечусь между желанием “покруче” и пониманием “а зачем?”» (Полина, 47 лет, редактор сайтов).

Логика ответственного ценового поведения также оказывается в эпицентре конфликта культурных трактовок «умный — кто умно тратит» против «умный — кто много зарабатывает». Претензии на высокие стандарты потребления сдвигаются в сторону стратегии «невидимых чернил», когда мотивация «напоказ» противопоставляется аргументации «кто знает, тот поймет».

И, тем не менее, более ответственный и внимательный подход к ценовому поведению пока еще не до конца легитимен. Сторонниками логики престижных цен он воспринимается как попытка закамouflировать социальную неуспешность.

«Искренне желаю всем, кто сегодня пользуется программами мониторинга цен, выбраться из безденежья, чтоб не экономить ни на чем. Ведь время, потраченное на планирование, высчитывание, разделке курицы, заготовки, выискивание акций, можно потратить на работу и заработать денежки» (Зинаида, 37 лет, бьюти-блогер).

Иногда разговор о сэкономленных деньгах, о низкой цене за сделанную покупку вписывается в бытовые теории о том, что «есть люди, которые говорят, что покупают все задешево, но на деле просто “прибедняются”». В то же время среди сторонников ответственного ценового поведения озвучивание их знакомыми высокой цены за очень дорогую покупку расценивается как желание «выделиться», «выпендриться», то есть «дистанцироваться» от среднего уровня потребления.

Если говорить о моральной логике интерпретации цен, то ответственность государства за социальный порядок на рынке и уровень сегодняшних цен осмысливается в логике справедливости. И тогда контроль государства над стабильностью и доступностью цен в советское время, живущее как воспоминание у старших респондентов, в оценках предстает как идеал и невыгодно оттеняет сегодняшнюю ситуацию рыночного ценообразования..

«Например, продавался в Советском Союзе пломбир за 48 копеек. Вот маркетологи из совсем несоветской и даже нероссийской компании “Нестле” и подсуетились — “подобрали” имечко своему мороженому, чтобы поиграть на ностальгии людей среднего и старшего возраста по своему детству и юности, по беззаботному “застойному” прошлому.

Стоит это мороженое около 200 рублей. Только “200 рублей” — название ни о чем. Да и нет такого, чтобы как раньше цены годами не менялись. Не печатать же новые упаковки ежемесячно» (Федор, 72 года, пенсионер).

Однако порой в нарративах респондентов столкновение моральной логики и логики справедливых рыночных цен ставит под вопрос роль институциональной среды бизнеса в общей политике цен государственного регулирования в современной России.

«Это государство у нас такое. Они выкачивают деньги из людей. Просто они доят людей, обладывают бизнес всякими платежами. Все собрали с народа! Мы на них пашем, нам остается только на еду» (Василий, 57 лет, бухгалтер).

В то же время для логики ответственного ценового поведения моральная логика оказывается антитезой. В интерпретации респондентов «взрослое», ответственное отношение к ценам является индивидуальной попыткой потребителя защитить себя, сохранить свою устойчивость и независимость по отношению к ценовой политике непредсказуемости и некомпетентности со стороны государства.

Заключение

Цены — привычная часть современного экономического ландшафта. За рутинизацией рыночного обмена сегодня непросто увидеть их сконструированность и условность. Между тем цены представляют собой видимый результат латентного процесса социальной калькуляции. Технической калькуляции цен при помощи формул предшествуют процедуры приписывания им суждений (*judgmental process*), образующих смысловой каркас для интерпретации цены (Forsberg, 2009: 267). Цена — это не просто сумма денег, которой необходимо пожертвовать, чтобы приобрести благо. Она является «комплексным стимулом», несет в себе множество сигналов, на которые реагируют потребители (Lichtenstein et al., 1993: 234). Цены имеют символическое измерение. Социальные акторы придают им когнитивные и культурные значения, через которые и коммуницируют друг с другом (Вельтус, 2008: 42). Свободные от смыслов цены не «заговаривают» с покупателями, а покупатели не заговаривают о них друг с другом.

На индивидуальном уровне следование той или иной институциональной логике интерпретации цены требует от потребителя определиться с собственной идентичностью: пассивен ли он и надеется на государство или проактивен и проникателен, склонен ли он к погоне за мечтой о бесплатности, уверен, что мало тратит тот, кто мало зарабатывает, или же считает, что необоснованная переплата за товар или услугу — признак



недалекого ума потребителя. Рассуждения Т. Веблена о «предписываемой дороговизне» товаров, демонстративно потребляемых знатью в противовес плебейской бережливости, сигнализирующей окружающим об отсутствии денежного успеха и неспособности свободно тратить, стали классикой экономической социологии. Однако, как показано в данном качественном исследовании, престижное потребление по необоснованно завышенным ценам, похоже, перестает быть единственным способом утверждения высокого социального статуса в современной российской ситуации. Ему на смену приходят способность к рациональной калькуляции расходов и рефлексивное отношение к заявленной стоимости товаров. Возможно, в информационном обществе не просто власть или богатство, но способность к калькуляции (когнитивная метрика) служит знаком принадлежности к высоким социальным слоям. Проведенное исследование обосновывает право данной гипотезы на валидацию. В то же время в ходе изучения мы ощущали острую потребность в развитии методологических техник, позволяющих с высокой долей надежности определять, когда рациональность ценового поведения диктуется когнитивными установками индивида, а когда — объективным уровнем его доходов.

Ф. Верри в своем исследовании напрямую связывает идентичность потребителя с его ценовым поведением. Он показывает, как, приняв неверное, по мнению окружающих, ценовое решение, можно заполучить ярлык «глупца» (the foolish) или же «эконома» (the frugal), легкомысленного «транжиры» (the frivolous) или «фаната» (the faithful) (Wherry, 2008). Результаты нашего анализа социокультурной динамики установок в отношении денежных цен в России согласуются с идеей о том, что наклеивание подобных ярлыков — это инструмент выстраивания социальных границ. На практике ценовое поведение является стороной социальной идентичности. Оно предопределено институциональными логиками, которые могут конкурировать между собой, и конструируются на уровне индивидуального исходя из господствующих политических, культурных и социальных установок в отношении потребления. Интерпретации цен множественны и контекстуальны. Цены по-разному оцениваются не только различными индивидами, но и одним и тем же индивидом в разных социальных и жизненных обстоятельствах. В современных экономиках, интегрированных посредством ценообразующих рынков, обучение «грамматике» цен — один из ключевых элементов социализации индивидов. При этом, как было показано в данной статье, правила этого языка постоянно реформируются. И, например, глубокие социальные и экономические кризисы способны менять когнитивные значения одних и тех же цен на прямо противоположные (низкие цены для бедных vs низкие цены для умных).

Литература

Вельтус О. Символические значения цены: конструирование ценности современного искусства в галереях Амстердама и Нью-Йорка // Экономическая социология. 2008. Т. 9. № 3. С. 33–59. DOI: <https://doi.org/10.17323/1726-3247-2008-3-33-59>.

Зубаревич Н. В. Кризисы в пост-советской России: региональное измерение // Региональные исследования. 2015. № 1. С. 23–31.

Ушакин С. Количественный стиль: потребление в условиях символического дефицита // Социологический журнал. 1999. № 3/4. С. 187–214.

Bargh J. A. The Automaticity of Everyday Life // The Automaticity of Everyday Life: Advances in Social Cognition / Ed. by R. S. Wyer, Jr. Vol. 10. Mahwah, NJ: Erlbaum, 1997. P. 1–61.

Berger P., Luckmann T. The Social Construction of Reality: a Treatise in the Sociology of Knowledge. Garden City, NY: Anchor Books, 1966.

Boom W. H. Price Intransparency, Consumer Decision Making and European Consumer Law // Journal of Consumer Policy. 2011. № 34. P. 359–376. DOI: <https://doi.org/10.1007/s10603-011-9163-8>.

Clark R. A., Goldsmith R. E., Goldsmith E. B. Market Mavenism and Consumer Self-Confidence // Journal of Consumer Behaviour. 2008. Vol. 7. № 3. P. 239–248. DOI: <https://doi.org/10.1002/cb.248>.

DiMaggio P. Culture and Cognition // Annual Review of Sociology. 1997. № 23. P. 263–287. DOI: <https://doi.org/10.1146/annurev.soc.23.1.263>.

Dubuisson-Queiller S. From Qualities to Value: Demand Shaping and Market Control in Mass Consumption Markets // Constructing Quality: The Classification of Goods in Markets / Ed. by J. Beckert, Ch. Musselin. Oxford University Press, 2013. P. 246–267. DOI: <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199677573.003.0011>.

Friedland R. Divine Institution: Max Weber's Value Spheres and Institutional Theory. 2012. URL: https://www.academia.edu/6713873/Divine_Institution_Max_Weber_s_Value_Spheres_and_Institutional_Theory (дата обращения: 03.01.2020).

Forsberg P. Testing Prices in Markets. How to Charter a Tanker // Ethnography. 2009. Vol. 10. № 3. P. 265–290. DOI: <https://doi.org/10.1177/1466138109339111>.

Guest G., Bunce A., Johnson L. How Many Interviews Are Enough? An Experiment with Data Saturation and Variability // Field Methods. 2006. № 18. P. 59–82. DOI: <https://doi.org/10.1177/1525822x05279903>.

Lichtenstein D. R., Ridgway N. M., Netemeyer R. Price Perceptions and Consumer Shopping Behavior: a Field Study // Journal of Marketing Research. 1993. Vol. 30. № 2. P. 234–245. DOI: <https://doi.org/10.1177/002224379303000208>.

Mahalingam R. Essentialism, Power, and the Representation of Social Categories: a Folk Sociology Perspective // Human Development. 2007. № 50. P. 300–319. DOI: <https://doi.org/10.1159/000109832>.

Slater D. Capturing Market from the Economists // Cultural Economy: Cultural Analysis and Commercial Life / Ed. by P. Du, M. Gay, L. Pryke. Thousand Oaks: Sage Publications, 2002. P. 59–77. DOI: <https://doi.org/10.4135/9781446218440.n4>.

Stryker S. Identity Theory: Developments and Extensions // Self and Identity: Psychosocial Perspectives / Ed. by K. Yardley, T. Honess. NY: Wiley, 1987. P. 89–103.

Swidler A. Culture in Action: Symbols and Strategies // American Sociological Review. 1986. № 51. P. 273–286. DOI: <https://doi.org/10.2307/2095521>.

Thomson S. B. Sample Size and Grounded Theory // JOAAG. 2011. № 5. P. 45–52.

Velthuis O. Talking Prices: Symbolic Meanings of Prices on the Market for Contemporary Art. Princeton: Princeton University Press, 2005.

Wherry F. F. The Social Characterizations of Price: the Fool, the Faithful, the Frivolous, and the Frugal // Sociological Theory. 2008. Vol. 26. № 4. P. 363–379. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1467-9558.2008.00334.x>.

Zerubavel E. Social Mindscales: An Invitation to Cognitive Sociology. Cambridge: Harvard University Press, 1997.

Дата поступления: 19.01.2020



Interpretations of Prices by Russian Consumers: From Trust in State to Economic Autonomy

DOI: 10.19181/inter.2020.21.2

Elena Berdysheva

Berdysheva Elena — Candidate of Sociology, Associate Professor of the Department of Economic Sociology, Senior Researcher, Laboratory for Studies in Economic Sociology, HSE University, eberdysheva@hse.ru

On the data of 63 in-depth interviews conducted in crisis 2014–2017 and post-crisis 2018–2019 and analyzed in the framework of sociological cognitivism and the new economic sociology, the article reconstructs semantic logics being used by Russian consumers when they interpret money prices. It is assumed that in a market society, reactions to prices are associated with an individual's identity, while doubts about price legitimacy may give a key to threats and dynamics of social order. The text starts with conceptualization of the socio-cultural, political and identical embeddedness of consumers' price perception and description of the field study performed in the methodology of grounded theory. After that, four empirically rooted logics of price interpretation — moral, demonstrative, market justice and prudence — get presented. Special attention is paid to the competition between these logics and the difficulties faced by Russians, when they attempt to master a more mature in terms of market price grammar consumer identity, corresponding to the post-crisis economy of prudence, individual responsibility and sustainability.

Keywords: economic culture; identity; values; crises; politics of prices; conscious consumption; frugality

References

- Bargh J. A. (1997) The Automaticity of Everyday Life. In: Wyer, Jr. R.S. (ed.) *The Automaticity of Everyday Life: Advances in Social Cognition*. Vol. 10. Mahwah, NJ: Erlbaum. P. 1–61.
- Berger P., Luckmann T. (1966) *The Social Construction of Reality: a Treatise in the Sociology of Knowledge*. Garden City, NY: Anchor Books.
- Boom W. H. (2011) Price Intransparency, Consumer Decision Making and European Consumer Law. *Journal of Consumer Policy*. No. 34. P. 359–376. DOI: <https://doi.org/10.1007/s10603-011-9163-8>.
- Clark R. A., Goldsmith R. E., Goldsmith E. B. (2008) Market Mavenism and Consumer Self-Confidence. *Journal of Consumer Behaviour*. Vol. 7. No. 3. P. 239–248. DOI: <https://doi.org/10.1002/cb.248>.
- DiMaggio P. (1997) Culture and Cognition. *Annual Review of Sociology*. No. 23. P. 263–287. DOI: <https://doi.org/10.1146/annurev.soc.23.1.263>.
- Dubuisson-Queiller S. (2013) From Qualities to Value: Demand Shaping and Market Control in Mass Consumption Markets. In: Beckert J., Musselin Ch. (eds.) *Constructing Quality: The Classification of Goods in Markets*. Oxford University Press. P. 246–267. DOI: <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199677573.003.0011>.
- Friedland R. (2012) *Divine Institution: Max Weber's Value Spheres and Institutional Theory*. URL: https://www.academia.edu/6713873/Divine_Institution_Max_Weber_s_Value_Spheres_and_Institutional_Theory (accessed 03 January 2020).
- Forsberg P. (2009) Testing Prices in Markets. How to Charter a Tanker. *Ethnography*. Vol. 10. No. 3. P. 265–290. DOI: <https://doi.org/10.1177/1466138109339111>.

Guest G., Bunce A., Johnson L. (2006) How Many Interviews Are Enough? An Experiment with Data Saturation and Variability. *Field Methods*. No. 18. P. 59–82. DOI: <https://doi.org/10.1177/1525822x05279903>.

Lichtenstein D.R., Ridgway N.M., Netemeyer R. (1993) Price Perceptions and Consumer Shopping Behavior: a Field Study. *Journal of Marketing Research*. Vol. 30. No. 2. P. 234–245. DOI: <https://doi.org/10.1177/002224379303000208>.

Mahalingam R. (2007) Essentialism, Power, and the Representation of Social Categories: a Folk Sociology Perspective. *Human Development*. No. 50. P. 300–319. DOI: <https://doi.org/10.1159/000109832>.

Slater D. (2002) Capturing Market from the Economists. In: Du P., Gay M., Pryke L. (eds.) *Cultural Economy: Cultural Analysis and Commercial Life*. Thousand Oaks: Sage Publications. P. 59–77. DOI: <https://doi.org/10.4135/9781446218440.n4>.

Stryker S. (1987) Identity Theory: Developments and Extensions. In: Yardley K., Honess T. (eds.) *Self and Identity: Psychosocial Perspectives*. NY: Wiley, 1987. P. 89–103.

Swidler A. (1986) Culture in Action: Symbols and Strategies. *American Sociological Review*. No. 51. P. 273–286. DOI: <https://doi.org/10.2307/2095521>.

Thomson S. B. (2011) Sample Size and Grounded Theory. *JOAAG*. No. 5. P. 45–52.

Ushakin S. (1999) Kolichestvennyj stil': potreblenie v usloviyah simvolicheskogo deficit [Quantitative Style: Consumption in Terms of Symbolic Deficit]. *Sociologicheskij zhurnal* [Sociological Journal]. No. 3/4. (In Russ.)

Velthuis O. (2005) *Talking Prices: Symbolic Meanings of Prices on the Market for Contemporary Art*. Princeton: Princeton University Press.

Velthuis O. (2008) Simvolicheskie znacheniya ceny: konstruirovaniye cennosti sovremennogo iskusstva v galereyah Amsterdama i N'yu-Jorka [Symbolic Meanings of Prices: Constructing the Value of Contemporary Art in Amsterdam and New York Galleries]. *Ekonomicheskaya sociologiya* [Journal of Economic Sociology]. Vol. 9 No. 3. P. 33–59. (In Russ.) DOI: <https://doi.org/10.17323/1726-3247-2008-3-33-59>.

Wherry F.F. (2008) The Social Characterizations of Price: the Fool, the Faithful, the Frivolous, and the Frugal. *Sociological Theory*. Vol. 26. No. 4. P. 363–379. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1467-9558.2008.00334.x>.

Zerubavel E. (1997) *Social Mindscapes: An Invitation to Cognitive Sociology*. Cambridge: Harvard University Press.

Zubarevich N. V. (2015) Krizisy v post-sovetskoj Rossii: regional'noe izmerenie [Crises in post-Soviet Russia: regional dimension]. *Regional'nye issledovaniya* [Regional studies]. No. 1. P. 23–31. (In Russ.)

Received: 19.01.2020

«Темные стороны» организационной жизни: возможности рисуночных методик

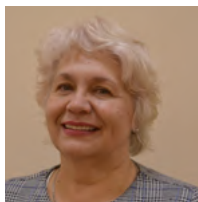
DOI: 10.19181/inter.2020.21.3

Ссылка для цитирования:

Черняева Т. И. «Темные стороны» организационной жизни: возможности рисуночных методик // Интеракция. Интервью. Интерпретация. 2020. Т. 12. № 1. С. 39–64. DOI: <https://doi.org/10.19181/inter.2020.21.3>.

For citation:

Chernyaeva T. I. (2020) “Dark Sides” of Organization’s Life: the Opportunities of Drawing Techniques. *Interaction. Interview. Interpretation*. Vol. 12. No. 1. P. 39–64. DOI: <https://doi.org/10.19181/inter.2020.21.3>.



Татьяна Черняева*

Исследование организаций и организационного поведения исходит из рационального понимания задач и ресурсов управления системами, процессами, персоналом. При этом феномены организационных нарушений остаются маргинальной темой традиционных исследований. История изучения различных проявлений «темной стороны» (деструктивных аспектов) в деятельности организаций насчитывает порядка двадцати лет, однако вопрос о рекурсивной методологии остается открытым.

Предлагаемая статья посвящена изучению скрытых, «темных сторон» организаций с помощью визуальных методов. Цель работы состоит в концептуализации самого понятия «темная сторона организации» и обсуждении возможностей использования современных визуальных методов для доступа к тому, что обычно находится на периферии организационных теорий.

В исследовании использовалась рисуночная методика «Метафора», предложенная А. И. Пригожиным. Участниками стали сотрудники и руководители подразделений инспекций Федеральной налоговой службы России

* Черняева Татьяна — доктор социологических наук, профессор кафедры экономической психологии и психологии государственной службы, Поволжский институт управления имени П. А. Столыпина — филиал РАНХиГС, tatcher@yandex.ru.

(238 человек). Анализ рисунков организаций позволил раскрыть «темные стороны» организационной жизни: конфликт между официальной риторикой и организационной реальностью; тревогу и отчужденность, решения коррупционного плана, несоответствие теории и практики, слабую осмысленность организационных процессов, властные субъект-объектные организационные коммуникации, практики доминирования, подчинения и организационного насилия.

Ключевые слова: организация; «темные стороны» организации; деструктивное организационное поведение; визуальные методы; методика «Метафора»

Возможности визуальных инструментов в исследовании «темных сторон» организации

Метафоры тьмы и света не так давно начали использоваться в русле исследований организации и управления. Теория организации задает широкий спектр исследовательских перспектив, связанных с конструированием миссии, целей, стратегии, задач, структуры, функций, процессов, жизненного цикла, коммуникаций, культуры и других аспектов (Теория организаций..., 1997; Мильнер, 2019). Собственно классическая теория организаций делает акцент на функциональных и просоциальных аспектах организационной жизни и организационного поведения, при этом дисфункциональные и антиобщественные действия расцениваются как ненормальные или девиантные, требующие коррекции. Эта принципиальная маргинальность негатива и пробудила к жизни метафору темной стороны организаций.

Как показывают S. Linstead, G. Maréchal, R. Griffin, изучение «темных сторон» имеет двадцатилетнюю историю. Изначально внимание исследователей концентрировалось вокруг неоднозначно мотивированного поведения, которое меняет организационные процессы и приводит к функциональным или дисфункциональным последствиям в зависимости от характера мотивации, контекста. Постепенно в исследовательскую рамку вошли производственные ситуации, при которых люди причиняют вред другим людям; случаи несправедливости, неэтичного, незаконного или предвзятого поведения; а также проявления мести или преследования, агрессия (Linstead et al., 2014: 167). Сюда же были отнесены дискриминация, сексуальные домогательства, карьеризм, злоупотребление наркотиками, воровство (Griffin, O'Leary-Kelly, 2004).

R. Griffin и A. O'Leary-Kelly объединяют проявления темной стороны в две крупные категории — те, что вредят людям, и те, что наносят вред организации. Каждая из групп подразделяется на две подкатегории. Первая крупная группа включает в себя также две подкатегории: первая включает в себя поведение, наносящее ущерб благополучию человека: словесную и психологическую агрессию, физическое насилие, сексуальные



домогательства; тогда как вторая подкатегория — самоповреждение, злоупотребление алкоголем, курение — приносят риски в трудовой процесс. Вторая укрупненная категория охватывает поведение, наносящее ущерб организации, который может иметь конкретную измеримую стоимость необоснованные прогулы и текучесть кадров, кража или уничтожение активов организации, порча имущества, а также нарушения законов, кодексов и правил. Во вторую подгруппу здесь отнесены факты деструктивного управленческого поведения: ненадлежащее управление впечатлениями, нарушение конфиденциальности, устойчивые сверхоптимальные нормы труда, что тоже влечет за собой неспецифические финансовые потери (Linstead et al., 2014: 167–168).

Иную типологию феноменов темной стороны / нарушений организационного поведения предлагают S. Akroyd и P. Thompson (хотя авторы и не используют сам термин темная сторона). Рассматривая эти нарушения как отклонение от нормы, поддающееся исправлению, либо просто как сопротивление контрольным механизмам, они выделяют четыре группы, различающиеся по критериям нарушений: время, работа, продукт, личность (Akroyd, Thompson, 1999: 25). Примеры приведены в таблице 1.

Таблица 1

**Типы нарушений организационного поведения
по S. Akroyd и P. Thompson**

Время	Работа	Продукт	Личность
– Льготное время; – потеря времени; – прогулы; – текучесть кадров.	– Трудовая активность; – торг; – увиливание от работы; – деструктивность; – саботаж.	– Дополнительные льготы; – воровство; – незначительные детали; – кража.	– Идентификация целей; – шуточные ритуалы; – субкультуры; – сексуальные игры; – классовая или групповая солидарность.

Устоявшиеся взгляды на источники организационных нарушений, как правило, обращены на соотношение рациональных и неосознаваемых компонентов организационного поведения. Процессы управления при этом связаны с определением того, что скрыто, и переводом нарушений на осознанный уровень контроля. Если это не удастся осуществить, то делается вывод о некомпетентности сотрудника или неэффективности управляющих воздействий, что влечет за собой поиск иных способов воздействия. В отдельных случаях нарушитель стигматизируется, и ему приписывается символический статус корпоративного психопата. Отдельной линией стоят исследования и интерпретация «темных сторон» в русле отвергаемых / непризнаваемых сторон личности, которые вызывают отвращение и заставляют нарушать организационные нормы вплоть до физического насилия.

Социологическая интерпретация темной стороны связана с пониманием порядка и беспорядка в социально организованных обстоятельствах. Так, в концепции D. Vaughan темная сторона понимается как «обычное неподчинение / рутинное несоответствие», определяются общее происхождение и социальные формы нарушений, а также три совокупных неблагоприятных последствия: ошибка, проступок и бедствие / катастрофа. Темная сторона включает в себя как осознаваемые, так и непреднамеренные последствия. Вместе с тем социально организованные обстоятельства, которые приводят к этим вредным последствиям, остаются неясными (Vaughan, 1999: 273).

D. Vaughan, используя подход Р. Мертона (Мертон, 1994: 414, 425–427), полагает, что темная сторона связана с реализацией латентных, скрытых функций организации. Другие источники темной стороны кроются во взаимодействии трех уровней организационной жизни: внешней среды, внутренних процессов и социального познания. Отметим, что нерекурсивность этих уровней и может привести к появлению «темных сторон».

Позиция D. Vaughan хорошо согласуется с идеями А. Лефевра о том, что в социальной системе находится огромное количество подсистем, функционирующих на разных уровнях реальности, пустоты и интервалы между которыми заполнены блуждающими туманами (по: Раунд и др., 2010: 407). Организация выстраивает свои пространства взаимодействия с ключевыми стейкхолдерами (причем пространство взаимодействия с ведомственными подструктурами может сильно отличаться от взаимодействия с основными поставщиками), административными структурами и персоналом, медийными агентами. Формальные и неформальные предписания и нормы не всегда бывают поняты и освоены работниками. В результате возникают блуждающие туманы в плохо управляемых организационных пространствах, в которых формируются собственные стратегии и тактики выживания — темные по своей природе. С позиций де Серто пространство осваивается через практики; стратегии реализуются властью, тактики — персоналом. Пространства находятся в постоянном движении благодаря меняющимся властным отношениям и практикам, они не отвечают требованиям однозначности и стабильности (по: Раунд и др., 2010: 414–415).

Весьма продуктивным представляется использование идей символического обмена в русле производства и потребления. Тотальная коммодификация привела к тому, что практически не осталось ничего за пределами символического обмена организационного трудового поведения на ценность, статус или идентичность — все стало товаром. Организация потребляет работника, работник — организацию. И в том, и в другом случае, как в ситуации использования одноразового товара, в расчет принимаются только возможности удовлетворения собственных потребностей в режиме здесь и сейчас. Вопрос о перспективных стратегических коммуникациях может даже не вставать.

В ответ работники определенным образом компенсируют недостаток внимания в формате темной активности, которая позволяет поддерживать потребительскую идентичность. В потребительской идентичности



существенно ослаблены связи с родом, этносом, местом, гражданством и даже организацией. Акцент делается на репрезентациях и категоризациях: на образах, темах, дискурсах, специфическом организационном языке / жаргоне. Идентичность в этом случае становится относительно независимой от социального положения: человек действует как активный агент, создающий свою судьбу и противодействующий социальным ограничениям в условиях повторяющихся обязательств и соглашений (Bottero, 2010: 3–22).

В организации потребительская идентичность тесно увязана с многосторонним культурным контрактом, в котором координация взаимодействий с другими участниками трудовых отношений возникает как ответ на вопросы: чем я могу попользоваться в организации, какие ресурсы мне доступны без риска получить санкции (например, пользование социальными сетями, офисной бумагой, телефоном, почтой); что я предоставляю организации в пользование? Как это совпадает с моими представлениями о себе и об организации?

При символической неравноценности вкладов и вознаграждений стороны стремятся их уравновесить, идя на переговоры или конфликт. Культурный контракт включает нормы и правила повседневного организационного поведения (Jackson, 1999). Идентичность в этом процессе конструируется через совместное потребление с теми людьми, с которыми индивид ассоциирует себя, поддерживая производство организационной социальности, в том числе в разрезе «темных сторон».

В терминах И. Гофмана темная сторона может изучаться как специфическая зона заднего плана, закулистье. В отличие от переднего плана, в котором все предназначено для производства впечатления на внешнего наблюдателя (вещи, дизайн пространства, личный имидж, поведенческий рисунок), закулистье включает в себя вещественную среду, пространственную организацию, действия, взаимодействия, отношения, которые не предназначены для внешней аудитории и, возможно, скрываются от нее (Гофман, 2000: 48, 55–57). В психологическом плане маркерами того, что человек попал в закулистье коммуникационного пространства, могут стать излишняя медлительность или торопливость, неожиданная смена темы разговора, паузы, снижение или ускорение темпа речи, лишние движения или заторможенность.

Каким образом можно исследовать «темные стороны», понимая, что они будут ускользать от внимания, а люди вольно или невольно станут защищать их от идентификации? Редкой удачей окажутся ситуации, в которых подойдут методы участвующего (включенного) наблюдения, когда исследователь примерит на себя роль наблюдателя, посредника, эксперта или арбитра в конкретной организационной ситуации. Однако зачастую изучающий не имеет такой возможности, довольствуясь лишь репрезентациями конфликта, устными или письменными повествованиями и свидетельствами. Более того, исследователи ограничены тем, что информант будет осмысливать «темные стороны» в условиях их отсутствия (*после* определенных

событий), что предполагает использование арсенала разноплановых научных проекций из самых разных областей гуманитарного знания — социологии, культурологии, политологии, антропологии, коммуникативистики, эстетики, искусствознания и риторики.

Возможности глубинного интервью ограничены не только рациональным сопротивлением человека, но зачастую и слабым осознанием или недостаточным рефлексивным опытом. Отсутствие прямой когнитивной доступности, трудности в вербализации, потенциал предубеждения и социальной желательности, избегание деликатных тем послужили толчком к использованию проективных методов в изучении организационного поведения и организационной культуры. В широком смысле проективные методы предполагают использование неопределенных, неоднозначных стимулов или заданий, которым человек дает собственные интерпретации или завершение. При этом считается, что человек проецирует собственные смыслы и опыт, что позволяет получить доступ к глубинным структурам личности. Типичные проективные техники — свободных ассоциаций, завершение предложения, рассказывание историй, интерпретация фотографий — широко используются для решения различных исследовательских и терапевтических задач.

В последние годы растет интерес к проективным методам в образовательных и управленческих практиках, получили распространение техники коллажа и бриколажа при конструировании образа организации. Так, метод выявления метафор Залтмана — Zaltman Metaphor Elicitation Technique (ZMET) предполагает предварительный отбор участниками исследования фотографий из журналов, книг, газет или других источников, которые обеспечивают понимание общей темы исследования. Далее участники представляют подготовленные фотографии, отмечая те темы, для которых они не нашли подходящих изображений. Затем проводится сортировка — тематически похожие изображения размещаются вместе. Исследователь спрашивает участников о характере сходств и различий, помогая в выборе «наиболее значимого изображения» и «противоположного изображения» по данной теме. По ходу выполнения задания участники создают коллажи по общей теме исследования, который можно интерпретировать как особого вида ментальную карту. Анализ включает в себя определение ключевых подтем исследования и конструирование «карты консенсуса», которая визуальным образом отображает сходства между всеми участниками исследования (Coulter et al., 2001; Colakoglu, Littlefield, 2011: 568).

Заметим, что проективные визуальные инструменты в любой модификации позволяют выйти на плохо осознаваемые или замалчиваемые аспекты организационной жизни. В нашей преподавательской практике при исследовании и первичной диагностике организационного / институционального конфликта мы используем рисуночные методики, видеотексты (фрагменты документальных и художественных фильмов, телепередач, материалы видеотренинга); методики коллажа и бриколажа.



Определенную сложность в использовании визуальных методов представляют неочевидность интерпретаций, риск сопротивления и конфронтации автора и исследователя, особенно в работе с людьми с классической позитивистской установкой. Здесь требуется предварительное ознакомление с неклассической методологией, предполагающей множественность интерпретаций и особые отношения объекта и субъекта познания. Кроме того, в условиях группового исследования имеется возможность поощрять разнообразие мнений, отмечать оригинальность авторских позиций, что, как правило, вызывает оживленное вовлечение в дискуссию.

Методологическая рамка исследования

Изучение визуальных феноменов, как правило, предполагает выход за узкие дисциплинарные границы, совмещение различных исследовательских перспектив. В материалах Ежегодной конференции Ассоциации Колледжа искусств в Лос-Анжелесе (2009) раскрываются связи между концептами, дискурсами и практиками современного искусства и способами организации социальной жизни (укорененность образа в практиках создания и поддержания мира, понимание фотографического образа, пути и сценарии развития фото-, кино- и телережимов, ограничения миметической репрезентации). На конференции, проводимой в общем контексте подхода Жана-Люка Нанси (Nancy, 2005; 2006), обсуждаются пути понимания смысла визуального. Для нас важно подчеркнуть, что возможность онтологически мыслить об образе связана с особыми пространствами, лежащими между. Принципиальное положение: образ всегда ассоциируется с тем, что отсутствует, или с местом вне места, местом сдвига. Следуя Нанси, мыслить об образе — значит мыслить между дисциплинарных границ (Kaplan, Ricco, 2010: 3–5).

В нашей работе мы изучаем особенности организационной жизни, организационной культуры, которые трудно раскрываются с помощью традиционных социологических методов, прежде всего опросных. Использование рисуночных проб и проективных рисунков имеет долгую историю в психологической науке, однако интерпретация рисунков в дискурсе психологических защит и плохо осознаваемых реакций не слишком отвечает задачам исследования организации. Поэтому мы прибегаем к рисункам для того, чтобы получить доступ к «темным сторонам» организации, к пространству вне места.

В исследовании использовалась рисуночная методика «Метафора», предложенная А. И. Пригожиным (Пригожин, 2003: 218). Методика показала результативность на стадии первичной оргдиагностики, знакомства с основными организационными проблемами. Процедура исследования включает в себя задание нарисовать организацию, в которой работают участники исследования, любым доступным для них способом, отразить наиболее важные для них особенности организации (тем самым уже в инструкции

задается ценностный дискурс). Единственный запрет в изображении организации сводится к запрету на отображение в рисунках формальной организационной структуры — это хотя и достаточно распространенный тип презентации своей организации, но он свидетельствует, как правило, о психологическом «уходе» данного участника исследования, — это тоже диагноз, но скорее диагноз уже не организации, а самого субъекта.

Инструкция: «Нарисуйте свою организацию любым доступным для вас способом. Постарайтесь отразить наиболее важные для вас особенности организации. Не прибегайте к изображению организационной структуры».

Рисунки выполнялись на листках из тетради / блокнота или листах формата А4, шариковыми или гелевыми ручками, карандашом, монохромно. В отдельных случаях использовались цветные ручки и карандаши (в инициативном порядке).

Участники исследования. Сотрудники и руководители подразделений инспекций Федеральной налоговой службы России (238 человек); мужчины и женщины от 28 до 52 лет, имеющие высшее образование, работающие в 36 российских городах от Калининграда до Магадана, имеющие стаж работы от нескольких месяцев до 20 лет (таблица 2).

Таблица 2

Распределение участников исследования по стажу и полу

Стаж	Женщины	Мужчины
До 1 года	10	6
1–3 года	32	12
Свыше 3 лет	147 (из них 54 руководителя)	31 (из них 22 руководителя)

Организационные условия проведения исследования. Исследование проводилось в ноябре-декабре 2008 года в рамках краткосрочных программ повышения квалификации в Поволжской академии государственной службы имени П. А. Столыпина. Тематика курса — «Управление конфликтами в организациях государственной службы». Занятия проводились в режиме групповой дискуссии, включали тренинговые упражнения и использование проективных технологий. В ситуации публичного обсуждения нередко возникало сопротивление открытому обсуждению организационных проблем. Неловкое молчание, смущенный смех и короткие взгляды на одноклассников красноречиво свидетельствуют о вступлении на запретную темную территорию. В системе налоговой службы корпоративные ценности предполагают определенную закрытость, существует достаточно жесткий код публичных коммуникаций, административно направляемых на поддержание имиджа государственной службы. Приходилось прибегать к особым техникам групповой мобилизации, к визуальным методам, чтобы достигнуть необходимого уровня доверия и открытости.



Аналитическая рамка. При анализе рисунков мы исходили из общего сценария анализа изображений (фотографий) как специфических коммуникативных продуктов, в которых социальная практика коммуникации в отношении визуализации структурирована трижды: в посыле изображения (как триаде значения, смысла и символа); в производителях посылы; в адресатах посылы. И, следовательно, как предлагает Е. Ю. Мещеркина (Рождественская), при анализе культурных объективаций посылы необходима реконструкция 1) того, что, замышлялось автором через посредство визуального; 2) коммуникативных средств, нашедших применение в фактически изображенном; 3) соотносённости с культурно отыгранным взглядом: узнаваемость привычного с нормативной дельтой отклонения (Мещеркина, 2007: 28–42).

Анализ рисунков проводился по нескольким направлениям.

Предметный типаж рисунка. Наиболее распространенными образами были здание, схема, пейзаж / растение, животное (звери, птицы, рыбы, насекомые, в том числе и вымышленные), транспортные средства, люди.

В группе женщин со стажем работы до одного года представлены следующие сюжеты: цветы, дерево, пчелы, люди (человек за компьютером, хор, люди на рабочих местах, кукловод, рука).

В группе мужчин с годовым стажем работы в налоговой инспекции были следующие изображения: пасека, поле, орнамент, схемы людей и зданий.

В группе женщин со стажем работы от одного до трех лет представлены следующие сюжетные линии: наиболее часто встречались природные сюжеты — деревья, растения, животные и насекомые, а также люди, дома и офисы, схемы, пирамида.

В группе мужчин со стажем до трех лет работы в налоговой инспекции изображения распределились следующим образом: в основном это были схемы, корабль, а также животные, в том числе несуществующие.

В самой большой группе участников со стажем более трех лет выделены различные типы организационных метафор. По женской группе: дома, офисы без людей — 37, схемы — 26, деревья и растения — 24, здания и люди — 17, люди — 12, животные и насекомые — 11, транспорт — 8, остров — 5, вещи — 3, пирамида — 3, карта местности — 1.

Рисунки мужчин с таким же стажем были типологизированы следующим образом: схемы — 3, животные, в том числе несуществующие — 5, деревья — 4, дома и офисы без людей — 6, здания с людьми — 2, острова и горы — 3, корабль — 2, люди — 3, корона — 1, пирамида — 1, герб России — 1. Отметим, что из 31 участников-мужчин 22 занимают руководящие должности.

Сложность изображения. В некоторых случаях слушатели представляли сложные сюжетные рисунки, в некоторых ограничивались очень простыми изображениями.

Реконструкция общего замысла и средств репрезентации «темных сторон». Следуя методике интерпретации изображений Е. Ю. Мещеркиной (Рождественской), в этом случае мы производим 1) дескрипцию, вербальное

парафразирование изобразительных посылов; 2) акрибическую реконструкцию, анализ значений символического содержания изобразительных и текстовых материалов (если есть подписи к рисункам); 3) социокультурную (в нашем случае — институциональную или организационную) интерпретацию (Мещеркина, 2007: 28–42).

Внимание обращаем на конфигурацию элементов и авторские акценты. Общее расположение рисунка на листе, подчеркивания, исправления, штриховки, соотносительные размеры элементов рисунка позволяют выделить главные моменты для последующей интерпретации «темных сторон».

Диагностика организационного / институционального конфликта. Групповое обсуждение направляется на содержательную характеристику конфликта, определение организационных / институциональных условий, специфику протекания конфликта и действия основных сторон, возможности урегулирования.

Репрезентация «темных сторон» организации

Мы отобрали несколько рисунков, по-разному раскрывающих «темные стороны» организации.



Рисунок 1. Автор — женщина, 23 года, стаж работы в налоговой службе 8 месяцев, исполнитель

Рисунок 1 обозначает конфликт между официальной риторикой налоговой службы и организационной реальностью. Рисунок занимает всю площадь листа, выполнен карандашом. Ветер надувает паруса судна, но свалившиеся буквы П и О превращают название из победы в беду. Большой



и с выразительным нажимом выведенный вопросительный знак расположен в символическом центре композиции. Подразумеваемые вопросы: что происходит? Куда и зачем мы идем? Кому это надо? Подпись под рисунком «хотели плыть как победа, а получилась беда» усиливает тревогу и создает впечатление отчужденности.



Рисунок 2. Автор — женщина, 23 года, стаж работы в налоговой службе 8 месяцев, исполнитель. Подпись под рисунком — «в наших руках выбор — взятка или закон»

Еще один рисунок того же автора красноречиво показывает организационные варианты решения этических проблем коррупционного плана. Получить неформальное вознаграждение или выполнить профессиональные функции — такой вопрос в принципе не должен стоять перед государственным служащим. Однако коррупция занимает значительное место в «темных пространствах» организации, выступая как злоупотребление служебным положением или власть для получения личной (или групповой) выгоды, что нарушает функционирование как отдельной организации, так и социальной системы в целом. Она распространена по всему миру и в рамках неинституционального подхода выступает как специфический неформальный институт. Неформальные институты складываются в ходе повседневных межличностных, межгрупповых взаимодействий и со временем могут привести к кардинальным трансформациям формальных институтов. Другими

словами, институт — это не идеальный стандарт поведения или абстрактная схема действия, скорее, это привычные, хабитуальные, стереотипные и потому не требующие постоянного осмысления и рефлексии правила поведения в определенных ситуациях взаимодействия. Относительно коррупции это означает, что в действиях формальных институтов возникают лакуны, в которых законные правила перестают работать. В этих лакунах возникают неформальные институты, социальные привычки, которые зачастую воспринимаются как нормы, регулирующие взаимодействия и в то же время разрушающие социальную структуру, снижающие возможности управления и развития.



Рисунок 3. Автор — женщина, 21 год, стаж работы в налоговой службе 3 месяца, исполнитель

Пространство рисунка 3 разделено вертикальной линией на две части. Слева изображен человек в конфедератке не то сидящий за столом, не то возвышающийся за кафедрой. Раскрытая книга и сидящие за приставным столом люди, к которым направлены стрелки управленческих воздействий, большой размер этой части, усиленная штриховка, вероятно, показывают мощь когнитивных управленческих коммуникаций. Принимая во внимание возраст автора, можно предположить, что левая половина ассоциируется с академическим опытом автора, возможно, ситуацией защиты диплома или лекцией. Прорисованность лиц, внимание к деталям одежды говорят о значимости этого жизненного опыта. В противоположность левой части правая сторона рисунка прописана схематично. Мы видим контур здания, схематическое изображение десяти человеческих лиц небольшого размера и одной человеческой фигуры. Восемь изображений лиц показаны



в негативных состояниях, на трех играет улыбка. В центре — перекрещивающиеся молнии символически обозначают напряженные драматические ситуации внутри организации. В таком изображении кроется послы потери субъектности, потери значимости персонала. Пересекающий границу огромный вопросительный знак может быть символом несоответствия теории и практики, слабой осмысленности организационных процессов.

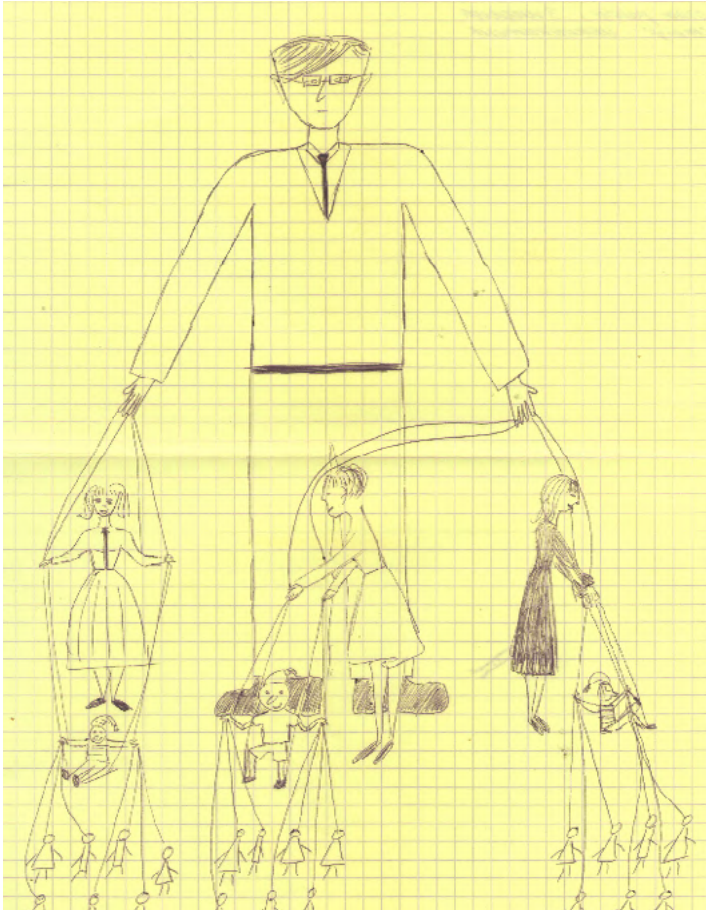


Рисунок 4. Автор — женщина, 25 лет, стаж работы в налоговой службе 3 месяца, исполнитель

Композиция рисунка 4, напротив, показывает четкую иерархию организационных взаимодействий. Рисунок выполнен шариковой ручкой, занимает всю площадь листа, композиционно рисунок выстроен как треугольник. Мужская фигура имеет самые большие размеры и симметрично расположена вдоль центральной линии рисунка. Прорисованы волосы, ботинки, галстук, линия, отделяющая верхнюю часть туловища от нижней. От мужчины, как от кукловода, тянутся нити к трем женщинам, от них — к куклам, а от тех — к человеческим схемам. Рисунок отражает идею властных субъект-объектных организационных коммуникаций.

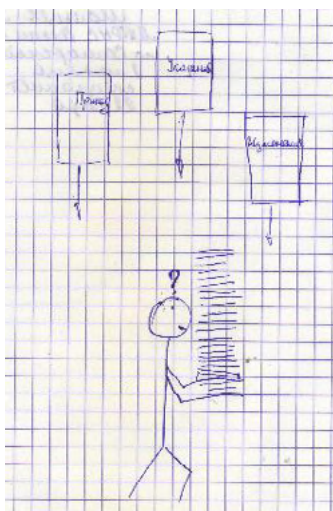


Рисунок 5. Автор — мужчина, 22 года, стаж работы в налоговой службе 2 месяца, специалист

Уже знакомый нам знак вопроса находим и в рисунке 5. Схематически изображенный человек несет неподъемную стопу документов. Ноги подкашиваются от тяжести. А сверху поступают все новые и новые приказы, указания и изменения. Когнитивная система работает в условиях хронической перегрузки, поскольку ресурсы памяти не позволяют хранить необходимый объем информации. Учитывая небольшой стаж работы автора в инспекции, можно предположить, что выполнение трудовых функций оказывается непосильной задачей для новичков в организации. Отсутствие других людей может говорить о несформированности культуры поддержки в организации, о переживании одиночества.



Рисунок 6. Автор — мужчина, 23 года, стаж работы в налоговой службе 3 месяца, специалист



Рисунок 6 представляет собой композицию орнаментального типа и не содержит никаких дополнительных пояснений. Выполнен черной гелевой ручкой, детали тщательно прорисованы. Никаких свидетельств предварительного эскиза или исправлений не наблюдается — изначально делался набело. Большое количество треугольных клыкообразных деталей может быть связано с практиками доминирования, подчинения или даже организационного насилия.



Рисунок 7. Автор — женщина, 21 год, стаж работы в налоговой службе 2 года 3 месяца, специалист

Рисунок 7 показывает рычащего тигра, находящегося между огненным кольцом и кнутом дрессировщика. Изображение занимает всю площадь листа, выполнено карандашом. Фигура тигра тщательно прорисована, видны открытая пасть и острые зубы. В таком представлении организация воспринимается как мощная, привлекательная, но крайне опасная, в ней допустимы защитные агрессивные реакции. Вряд ли метафора дрессированного тигра, исполняющего опасные трюки, предполагает диалоговый режим и субъект-субъектные коммуникации в повседневной организационной жизни.

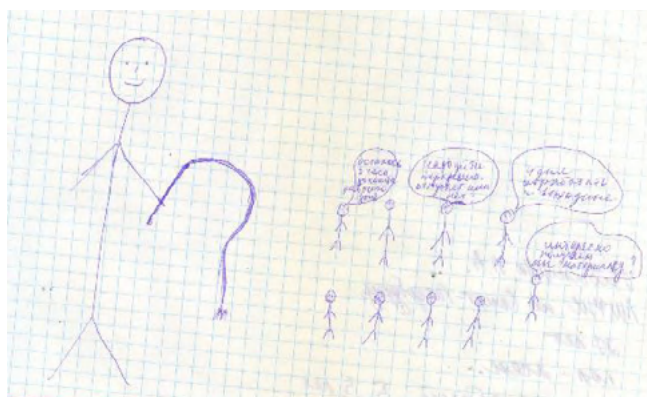


Рисунок 8. Автор — женщина, 27 лет, стаж работы в налоговой службе 2 года, специалист

Рисованные человечки на рисунке 8 сильно различаются по размерам. Площадь листа полностью использована. В левой части размещена самая большая человеческая схематическая фигура, сильно превосходящая по размеру всех остальных. На лице улыбка, в руке – хлыст. Видимо, так подчеркнута роль руководителя. Он безмолвен. Зато мелкие человечки справа снабжены высказываниями. Это их базовые мысли в рабочее время: «осталось три часа до конца рабочего дня», «надо уйти пораньше. Отпустят или нет?», «4 дня отработать и выходные», «интересно, получим мы материалку?». Символическая оппозиция начальства и персонала вполне согласуется с типологией темных организационных сторон S. Akroyd и P. Thompson (Akroyd, Thompson, 1999: 25). Управляющая система использует принуждение, демонстрирует деструктивное управленческое поведение, ненадлежащее управление впечатлениями, а управляемая сторона дистанцируется от трудовых функций и, по сути, выходит в пространство блуждающих туманов.

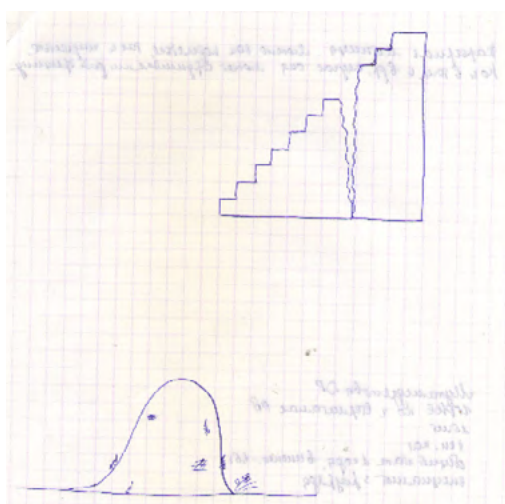


Рисунок 9. Автор — женщина, 25 лет, стаж работы в налоговой службе 1,5 года, специалист



Рисунок 9 содержит сразу две организационные метафоры — лестницу и муравейник. Подписи на обратной стороне листа гласят: «Карьерная лестница. Можно как подняться, так и спуститься. Но и в том, и в другом случае она может обрушиться, дать трещину», «Муравейник. Можно представить как пополнение казны, четкую структурную иерархию, где каждый муравей (сотрудник) выполняет строго свои функции». И снова здесь можно увидеть репрезентацию опасности и бессубъектности.

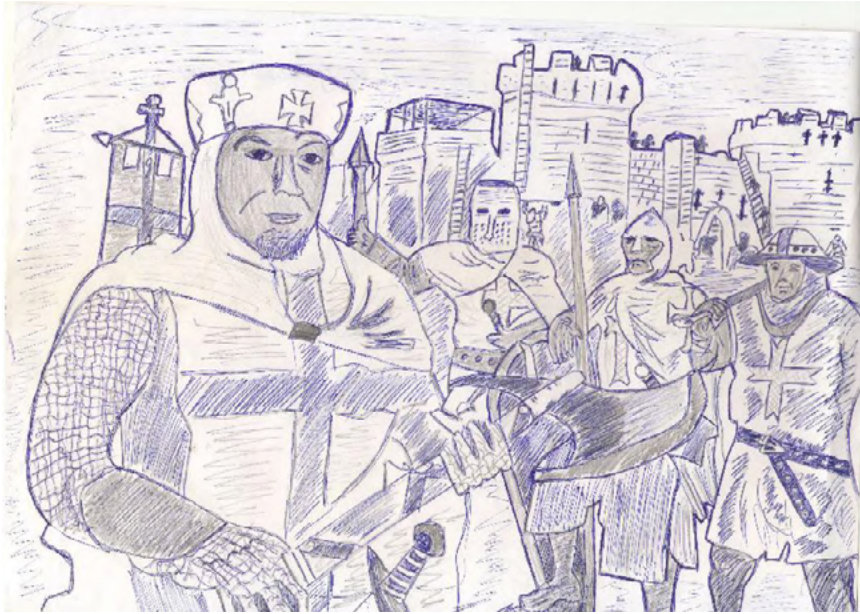


Рисунок 10. Автор — мужчина, 23 года, стаж работы в налоговой службе 1 год 4 месяца, специалист

Рисунок 10 наиболее сложен как по композиции, так и по исполнительскому мастерству. Пространство листа использовано полностью, рисунок выполнен с помощью шариковой ручки и карандаша. На нем изображены вооруженные крестоносцы на фоне городских замков. Крестом и мечом крестоносцы добывали христианские ценности, по большей части действуя по принципу «цель оправдывает средства». Фигуры мужчин полны сил и уверенности в собственной правоте. Ассоциация налоговой службы с крестовыми походами дискурсивно оправдывает насилие по отношению к внешним агентам.

На рисунке 11 представлена одна из самых выразительных метафор организационной расщепленности. Вертикальная линия делит тело налогового инспектора на две части. Слева видим аккуратную прическу, служебный мундир, в правой руке — закон. На лице улыбка. Справа человек раздет, волосы на всех местах стоят дыбом, в руке огромный портфель с инструкциями. Уголок рта опущен. Идея рисунка — невозможность одновременно выполнить инструкции и соблюсти закон. Причем



Рисунок 11. Автор — мужчина, 44 года, стаж работы в налоговой службе 4 года, руководитель непосредственное начальство жестко контролирует выполнение инструкций и применяет наказания, а возмущенные налогоплательщики апеллируют к закону и выигрывают судебные дела, что тоже плохо отражается на карьере инспектора.



Рисунок 12. Автор — мужчина, 31 год, стаж работы в налоговой службе 5 лет, руководитель

Фантастическое существо — дракон о двух волчьих головах — изображено на рисунке 12. Дракон нарисован шариковой ручкой, занимает практически всю площадь листа. Прорисованные зубы, шипы и когти



свидетельствуют о высоком агрессивном потенциале организации. Отсутствие обеих голов говорит о потере управляемости и недостаточности рациональных и когнитивных инструментов, обеспечивающих организационную целостность.

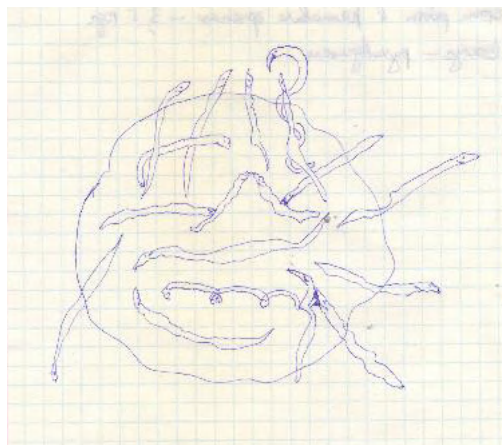


Рисунок 13. Автор — мужчина, 33 года, стаж работы в налоговой службе 3,5 года, руководитель

Рисунок 13 содержит грустное повествование об организационных коммуникациях. Площадь рисунка — чуть больше половины листа. Выполнен шариковой ручкой. Изображен клубок змей, метафорически символизирующий тотальную опасность организационных взаимодействий. Латентно воспроизводится идея одиночества и незащищенности.



Рисунок 14. Автор — женщина, 46 лет, стаж работы в налоговой службе 7 лет, специалист

Отталкиваясь от известной басни И.А. Крылова, мы усматриваем в представленном изображении противоречие заявлений и инстинктивно несовместимых действий персонажей. Плохо осознаваемые, но истинные намерения персоналий или подразделений приводят к культурному заболачиванию и потере развития: воз и ныне там!



Рисунок 15. Автор — женщина, 50 лет, стаж работы в налоговой службе 16 лет, специалист

Изображение на рисунке 15 символизирует мощь и нерушимость властных структур, исторически оправданные практики принуждения и запугивания, дифференциации благ для управляющих и для управляемых. Рисунок занимает всю область листа, выполнен шариковой ручкой. Солнце светит, дождик льет, а народ все тащит и тащит блоки к пирамиде. Надсмотрщик с хлыстом имеет поодаль все блага цивилизации (хлеб, вино, фрукты). Все фигуры нарисованы схематично, без лиц и деталей тел, что символизирует надындивидуальную сущность власти.



Рисунок 16. Автор — женщина, 58 лет, стаж работы в налоговой службе 17 лет, специалист.



Последний из серии избранных рисунков, представляющих налоговые инспекции России, воспринимается как плач о свободе. Выполнен в верхней части листа шариковой ручкой. Поникший цветок за решеткой вызывает ассоциации с тюремным заключением, отсутствием ресурсов для выхода на волю, моральной, может быть и физической истощенностью, хроническим стрессом.

Сделаем некоторые обобщения.

В рисунках сотрудников со стажем менее одного года более популярным оказалось акцентирование «темных сторон». Шесть из десяти женских и три из шести мужских рисунков свидетельствуют о таком восприятии организации (таблицы 3, 4). Удивительное повторение того же частотного распределения рисунков по типу наблюдается и в группе со стажем от одного до трех лет. Большой пессимизм в отношении организации демонстрируют мужчины.

Таблица 3

Типы рисунков в группе участников со стажем до 1 года

Тип рисунка	Женщины	Мужчины
Изображение светлых сторон	3	1
Нейтральное изображение	1	2
Изображение «темных сторон»	6	3
Всего	10	6

Таблица 4

Типы рисунков в группе участников со стажем 1–3 года

Тип рисунка	Женщины	Мужчины
Изображение светлых сторон	10	2
Нейтральное изображение	3	4
Изображение «темных сторон»	19	7
Всего	32	12

Можно предположить некоторые трудности профессиональной адаптации относительных новичков в организации. Но сами налоговые организации имеют определенную специфику — в их функции входит прежде всего контроль и надзор за соблюдением законодательства о налогах и сборах, за правильностью исчисления, полнотой и своевременностью внесения в соответствующий бюджет налогов, сборов и страховых взносов в случаях, предусмотренных законодательством Российской Федерации, за правильностью исчисления, полнотой и своевременностью внесения в соответствующий бюджет иных обязательных платежей (см. Положение...). Фискальный характер деятельности налоговых инспекций определяет их достаточно высокий конфликтный потенциал, высокую психоэмоциональную нагрузку

сотрудников, что усиливается желанием некоторых налогоплательщиков решать трудные ситуации в свою пользу. Собственные особенности налоговых инспекций, их организационной культуры проступают в рисунках в виде атрибутов власти — плеток, пирамид, повелительных поз изображенных персонажей.

Обращение к социально-экономической ситуации 2008 года дает нам дополнительный материал для понимания характера изображений.

В 2008 году начался глобальный экономический кризис. Несмотря на то, что правительством были приняты меры по стабилизации российского рубля, нельзя сказать, что год выдался легким. Реальный сектор экономики оказался под угрозой. Осенью 2008 года капитализация отечественного бизнеса сократилась на три четверти; золотовалютные резервы — на четверть. Граждане стали забирать вклады из банков — остатки на счетах физических лиц в 50 крупнейших российских банках снизились на 54 миллиарда рублей, или 1,2% от общего объема. Финансовая система пошатнулась, что привело к увольнениям, сокращением ставок, переводу сотрудников на сокращенную рабочую неделю (Мировой финансовый кризис, 2013).

В 2007–2008 годах были внесены существенные поправки в Налоговый кодекс РФ. С 1 января 2008 г. вступили в силу поправки, внесенные в часть первую НК РФ Федеральным законом от 27.07.2006 N 137-ФЗ. Поправки коснулись практически всех глав второй части Налогового кодекса (Налоговый кодекс..., 2008): изменилась формальная рамка функциональных обязанностей инспекторов, что усиливало ощущение когнитивной несостоятельности у руководителей и рядовых сотрудников налоговых инспекций. Исследование А. Е. Миллера и Т. Н. Богославец показало, что и в 2016 году налоговые инспекторы считали налоговое законодательство сложным и противоречивым, а налоговую культуру населения несформированной, что оправдывает практики принуждения в работе с налогоплательщиками (Миллер, Богославец, 2016: 182, 185). Несомненно, сочетание общих кризисных тенденций с изменениями основных нормативных документов повлекло за собой обращение к темам когнитивной перегрузки, противоречивости норм и требований, конфликтности в организации, оправданию коммуникаций с позиций силы.

Тем не менее у сотрудников, как женщин, так и мужчин, имеющих более долгую историю работы в налоговых органах, отмечается смещение в сторону оптимизма, фиксации светлых организационных моментов. Примерно одинаковая доля (около половины) мужчин и женщин склонны подчеркивать светлые стороны — в сюжетах популярны изображения цветов, деревьев, садов (жизненная сила, рост, красота), домов и людей (защищенность), автомобилей, поездов, кораблей (движение), встречаются улы / пасеки и муравейники (общее дело, взаимосвязь). Здесь, видимо, больше работают механизмы организационной лояльности, удерживающие человека на рабочем месте, те смыслы и контракты, которые оформляют организационную идентичность.



Таблица 5

Типы рисунков в группе участников со стажем более 3 лет

Тип рисунка	Женщины	Мужчины
Изображение светлых сторон	68 (46%)	10 (45%)
Нейтральное изображение	30 (21%)	2 (10%)
Изображение «темных сторон»	49 (33%)	10 (45%)
Всего	147	22

Интересно отметить, что существенных различий в типах рисунков руководителей и исполнителей не выявлено ни в женской, ни в мужской группе. Это позволяет предположить, что большее влияние на внутренние организационные процессы оказывает внешняя ситуация, чем статусные различия.

Особый фокус нашего исследования связан с рисунками с двойными посланиями, в которых сюжетно представлены светлые стороны, а характер изображений говорит о темных моментах. Таких рисунков не так много: у женщин-руководителей — 10, у женщин-исполнителей — 11, у мужчин-руководителей — 4, у мужчин-исполнителей — 0. Изображение дома, например, свидетельствует о чувстве защищенности, однако если дом нарисован маленьким, без нажима, немного покосившимся, без основы и без людей, то это скорее свидетельствует о тревоге и одиночестве. Ежик с яблоком по смыслу мало отличается от пчелы, несущей нектар в улей. Но иголки у ежика, его маленький размер (не более 2 см в длину), изображение в левом верхнем углу и направленность движения влево (в прошлое) могут свидетельствовать о защитно-оборонительной позиции сотрудника, ностальгии по прошлым временам. В изображении офиса без людей также заложена идея доминирования места над человеком, возможно, и желание выйти из рабочего процесса.

Заключение

Использование визуальных методов в исследовании организаций позволяет получить доступ к «темным сторонам» организационной жизни. «Темные стороны» включают в себя как поведенческие моменты (неоправданное, немотивированное, неожиданное поведение), так и стоящие за ними структурные рассогласования и патологии, дисфункции, блуждающие туманы в пространствах формальных и неформальных институтов, конфликт смыслов и интерпретаций.

Применение методики «Метафора» (А. И. Пригожин) для изучения «темных сторон» российских налоговых инспекций показало существование устойчивых смысловых конфигураций и поведенческих паттернов. Интерпретация данных и понимание скрытых смыслов строились с учетом важного концепта визуального анализа: создаваемый образ обычно глубинным образом связан с отсутствующими элементами: с тем, что отсутствует

в данный момент, или с местом «сдвига», нарушения нормы в представлении о данном объекте. Как и всякий вербально неструктурированный посыл, рисунок организации требует внимания к обстоятельствам его выполнения, учета организационных особенностей и организационной культуры, социально-экономических условий, а также понимания зависимости характера изображений от личностных особенностей автора. Насколько можно полагать, что рисунок отражает именно организационную специфику, а не личные позиции; где проходит граница между индивидуальным и организационно-формируемым? Эти вопросы не имеют однозначного ответа и требуют от исследователя социологической интуиции и проведения верификационных процедур.

Несомненно, повторяющиеся в различных формах метафоры конфликтов с внешней средой, рассогласованности действующих нормативов, насильственный и угрожающий характер внутренних коммуникаций, организационное одиночество, ограниченные возможности когнитивного освоения действующих норм, правил и порядков направляют ход исследования в иные методологические рамки.

Литература

Гофман И. Представление себя другим в повседневной жизни / Пер. с англ. и вступ. статья А. Д. Ковалева. М.: КАНОН-пресс-Ц, Кучково поле, 2000.

Мертон Р. К. Явные и латентные функции // Американская социологическая мысль: тексты. М.: МГУ, 1994. С. 379–448.

Мещеркина Е. Ю. Визуальный поворот: анализ и интерпретация изображений // Визуальная антропология: новые взгляды на социальную реальность. Сб. науч. ст. / Под ред. Е. Р. Ярской-Смирновой, П. В. Романова, В. Д. Круткина. Саратов: Научная книга, 2007. С. 28–42.

Миллер А. Е., Богославец Т. Н. Налоговое поведение налоговых инспекторов // Вестник Омского университета. Серия «Экономика». 2016. № 2. С. 180–186.

Мильнер Б. З. Теория организации. М.: Инфра-М, 2019.

Мировой финансовый кризис 2008 года и последствия для России // РИА Новости. 16.08.2013. URL: <https://ria.ru/20130816/956672411.html> (дата обращения: 15.02.2020).

Налоговый кодекс — 2008: энциклопедия поправок. URL: <https://yandex.ru/turbo?text=https%3A%2F%2Fwiseeconomist.ru%2Fpoleznoe%2F32289-nalogovyj-kodeks-2008-enciklopediya-popravok> (дата обращения: 15.02.2020).

Пригожин А. И. Методы развития организаций. М.: МЦФЭР, 2003.

Положение о ФНС России. URL: https://www.nalog.ru/rn64/about_fts/fts/official_data/ (дата обращения: 15.02.2020).

Раунд Дж., Уильямс К., Роджерс П. Повседневные тактики и пространства власти в повседневной жизни: роль неформальных экономик в постсоветской Украине и аспекты социальной политики // Журнал исследований социальной политики. 2010. Т. 8. № 3. С. 405–424.

Теория организаций и организационное проектирование (пособие по неклассической методологии) / Под ред. Т. П. Фокиной, Ю. А. Корсакова, Н. Н. Слонова. Саратов: Саратовский университет, 1997.

Ackroyd S., Thompson P. Organizational Misbehaviour. L.: Routledge, 1999.

Bottero W. Intersubjectivity and Bourdieusian Approaches to “Identity” // Cultural Sociology. 2010. № 4. P. 3–22. DOI: <https://doi.org/10.1177/1749975509356750>.



Colakoglu S., Littlefield J. Teaching Organizational Culture Using a Projective Technique: Collage Construction // Journal of Management Education. 2011. № 35 (4). P. 564–585. DOI: <https://doi.org/10.1177/1052562910390315>.

Coulter R. A., Zaltman G., Coulter K. S. Interpreting Consumer Perceptions of Advertising: An Application of the Zaltman Metaphor Elicitation Technique // Journal of Advertising. 2001. № 30. P. 1–21. DOI: <https://doi.org/10.1080/00913367.2001.10673648>.

Griffin R. W., O’Leary-Kelly A. M. The Dark Side of Organizational Behaviour. San Francisco: Jossey-Bass, 2004.

Jackson R. Negotiation of Cultural Identity. NY: Praeger Press, 1999.

Kaplan L., Ricco J. P. Introduction: “Regarding Jean-Luc Nancy” // Journal of visual culture. 2010. Vol. 9. P. 3–10. DOI: <https://doi.org/10.1177/1470412909354252>.

Linstead S., Maréchal G., Griffin R. Theorizing and Researching the Dark Side of Organization // Organization Studies. 2014. Vol. 35 (2). P. 165–188. DOI: <https://doi.org/10.1177/0170840613515402>.

Nancy J-L. The Ground of the Image / Trans. by J. Fort. NY: Fordham University Press, 2005.

Nancy J-L. Multiple Arts: The Muses II / Ed. by S. Sparks. Stanford, CA: Stanford University Press, 2006.

Vaughan D. The Dark Side of Organizations: Mistake, Misconduct, and Disaster // Annual Review of Sociology. 1999. Vol. 25. P. 271–305. DOI: <https://doi.org/10.1146/annurev.soc.25.1.271>.

Дата поступления: 03.02.2020



“Dark Sides” of Organization’s Life: the Opportunities of Drawing Techniques

DOI: 10.19181/inter.2020.21.3

Tatiana Chernyaeva

Chernyaeva Tatiana – Doctor of Sociology, Professor of the Department of Economic Psychology and Psychology of the Public Service, Povolzhsky Institute of Management named after P. A. Stolypin – the branch of Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, tatcher@yandex.ru.

The study of organizations and organizational behavior proceeds from a rational understanding of the tasks and resources of personnel management. At the same time, the phenomena of organizational disruption remain a marginal topic of organizational research. The history of studying the phenomena of the “dark side” has about twenty years, but the question of recursive methodology remains open.

The study used the “Metaphor” drawing technique proposed by A. I. Prigozhin. The participants were employees and heads of inspection divisions of the Federal Tax Service of Russia (239 people). An analysis of the drawings of organizations revealed the “dark sides” of organizational life: the conflict between official rhetoric and organizational reality; anxiety and alienation, decisions of the corruption plan, inconsistency of theory and practice, poor meaningfulness of organizational processes, powerful subject-object organizational communications, practices of domination, submission and organizational violence.

Keywords: organization; the “dark sides” of the organization; visual methods; the Metaphor technique

References

- Ackroyd S., Thompson P. (1999) *Organizational Misbehaviour*. L.: Routledge.
- Bottero W. (2010) Intersubjectivity and Bourdieusian Approaches to "Identity". *Cultural Sociology*. No. 4. P. 3–22. DOI: <https://doi.org/10.1177/1749975509356750>.
- Colakoglu S., Littlefield J. (2011) Teaching Organizational Culture Using a Projective Technique: Collage Construction. *Journal of Management Education*. No. 35 (4). P. 564–585. DOI: <https://doi.org/10.1177/1052562910390315>.
- Fokina T.P., Korsakov Yu.A., Slonov N. N. (eds) (1997) *Teoriya organizatsiy i organizatsionnoye proyektirovaniye (posobiye po ne-klassicheskoy metodologii)* [Theory of organizations and organizational design (a guide for non-classical methodology)]. Saratov: Saratovskij universitet. (In Russ.)
- Coulter R. A., Zaltman G., Coulter K. S. (2001) Interpreting Consumer Perceptions of Advertising: An Application of the Zaltman Metaphor Elicitation Technique. *Journal of Advertising*. No. 30. P. 1–21. DOI: <https://doi.org/10.1080/00913367.2001.10673648>.
- Goffman E. (2000) *Predstavleniye sebya drugim v povsednevnoy zhizni* [Introducing yourself to others in everyday life] / Transl. by A. D. Kovaleva. M.: KANON-press-TS, Kuchkovo pole. (In Russ.)
- Griffin R. W., O'Leary-Kelly A. M. (2004) *The Dark Side of Organizational Behaviour*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Jackson R. (1999) *Negotiation of Cultural Identity*. NY: Praeger Press.
- Kaplan L., Ricco J. P. (2010) Introduction: "Regarding Jean-Luc Nancy". *Journal of visual culture*. Vol. 9. P. 3–10. DOI: <https://doi.org/10.1177/1470412909354252>.
- Linstead S., Maréchal G., Griffin R. (2014) Theorizing and Researching the Dark Side of Organization. *Organization Studies*. Vol. 35 (2). P. 165–188. DOI: <https://doi.org/10.1177/0170840613515402>.
- Merton R. K. (1994) Yavnyye i latentnyye funktsii [The manifest and latent functions]. *Amerikanskaya sotsiologicheskaya mysl': teksty* [American sociological thought: texts] M.: MGU, 1994. P. 379–448. (In Russ.)
- Meshcherkina E. Yu. (2007) Vizual'nyy povorot: analiz i interpretatsiya izobrazheniy [Visual turn: analysis and interpretation of images]. *Vizual'naya antropologiya: novyye vzglyady na sotsial'nuyu real'nost'* [Visual anthropology: new views on social reality] (eds. E. R. Yarskaya-Smirnova, P. V. Romanov, V. D. Krutkin). Saratov: Nauchnaya kniga. P. 28–42 (In Russ.)
- Miller A. E., Bogoslavets T. N. (2016) Nalogovoye povedeniye nalogovykh inspektorov [Tax behavior of tax inspectors]. *Vestnik Omskogo universiteta. Seriya «Ekonomika»* [Herald of Omsk University. Series «Economics»]. No. 2. P. 180–186. (In Russ.)
- Mil'ner B. Z. (2019) *Teoriya organizatsii*. [Organization Theory]. M.: Infra-M. (In Russ.)
- Mirovoy finansovyy krizis 2008 goda i posledstviya dlya Rossii [The global financial crisis of 2008 and the consequences for Russia] (2013). *RIA Novosti*, URL: <https://ria.ru/20130816/956672411.html> (accessed 15 February 2020). (In Russ.)
- Nalogovyy kodeks – 2008: Entsiklopediya popravok* [Tax Code – 2008: Encyclopedia of amendments]. (2013) URL: <https://yandex.ru/turbo?text=https%3A%2F%2Fwiseeconomist.ru%2Fpoleznoe%2F32289-nalogovjy-kodeks-2008-enciklopediya-popravok> (accessed 15 February 2020). (In Russ.)
- Nancy J.-L. (2005) *The Ground of the Image* / Transl. by J. Fort. NY: Fordham University Press.
- Nancy J.-L. (2006) *Multiple Arts: The Muses II* / Ed. by S. Sparks. Stanford, CA: Stanford University Press.
- Polozheniye o FNS Rossii* [Regulation on the Federal Tax Service of Russia]. URL: https://www.nalog.ru/rn64/about_fts/fts/official_data/ (accessed 15 February 2020). (In Russ.)
- Prigozhin A. I. (2003) *Metody razvitiya organizatsiy* [Methods of organization development]. M.: MTS-FER. (In Russ.)
- Round J., Williams K., Rogers P. (2010) Povsednevnye taktiki i prostranstva vlasti v povsednevnoy zhizni: rol' neformal'nykh ekonomik v postsovetskoj Ukraine i aspekty social'noj politiki [Everyday tactics and spaces of power in everyday life: the role of informal economies in post-Soviet Ukraine and aspects of social policy]. *Zhurnal issledovaniy social'noj politiki* [Journal of Social Policy Studies]. Vol. 8. No. 3. P. 405–424. (In Russ.)
- Vaughan D. (1999) The Dark Side of Organizations: Mistake, Misconduct, and Disaster. *Annual Review of Sociology*. Vol. 25. P. 271–305. DOI: <https://doi.org/10.1146/annurev.soc.25.1.271>.

Гендерные режимы в мультфильмах или о том, какой должна быть современная Золушка

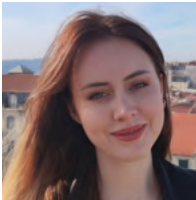
DOI: 10.19181/inter.2020.21.4

Ссылка для цитирования:

Шихавцова П. Гендерные режимы в мультфильмах или о том, какой должна быть современная Золушка // Интеракция. Интервью. Интерпретация. 2020. Т. 12. № 1. С. 65–80. DOI: <https://doi.org/10.19181/inter.2020.21.4>.

For citation:

Shikhavtsova P. (2020) Gender Regimes in Animation Movies or About What Modern Cinderella Should Be. *Interaction. Interview. Interpretation*. Vol. 12. No. 1. P. 65–80. DOI: <https://doi.org/10.19181/inter.2020.21.4>.



Паула Шихавцова*

Хорошая история всегда пользуется спросом. Сегодня сказка не только рассказывается в режиме вербальной трансляции в семейном кругу, она становится предметом разнообразных медийных вариаций — устная форма, печатный иллюстрированный текст, комикс, фильм, сериал, мультфильм, видеоигра и т.д. С распространением и развитием медийных трансформаций исследователи стали уделять внимание структурам повествования, «мирам историй», которые, переходя с одной медийной платформы на другую (процесс трансмедийности), продолжают пользоваться спросом, поскольку сочетают популярность медиума с архетипичностью востребованной истории. Это касается и мультфильмов, одного из наиболее популярных видов искусства среди детей. Дети склонны подражать персонажам мультфильмов, в том числе их гендерно специфическому поведению. Поскольку большинство современных мультфильмов продолжают заимствовать сюжеты из классических сказок, то они неизбежно могут воспроизводить гендерно-стереотипное поведение давних времен, либо, в ответ на современные социальные запросы, «ремонттировать» сюжетику и характеры главных героев. В статье описываются результаты исследования,

* Шихавцова Паула — бакалавр факультета социальных наук, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», paula.shihavtsova@inbox.lv.

в котором были изучены фольклорные волшебные сюжеты, а также сюжеты современных мультфильмов с целью сопоставления, как сконструирована и медийно опосредована сегодня гендерная социализация в популярных сказках, положенных в основу мультфильмов. Для анализа использовалась концепция нарративных функций Владимира Проппа, адаптированная под аспект женского гендера, и стратегия критического дискурса-анализа современных мультфильмов.

Ключевые слова: гендерный режим; сторителлинг; трансмедийность; Пропп; сказка; фольклор; гендерные стереотипы; Райан

Отправной точкой для исследования проблематики сторителлинга была избрана концепция М. Райан о трансмедийности, которая утверждает, что существуют некие «повествовательные платформы» (storyworlds), т.е. сюжеты, которые переключаются с одной площадки на другую. Переключаясь с одного медиа носителя на другой, они приобретают и новые форматы, например, в комиксах, видеоиграх, мультфильмах, кино (Ryan, 2013: 235–239). При этом в современной культуре функционально востребован ограниченный набор сказочных сюжетов и образов. Исходя из такой позиции, центральный вопрос, которым мы задаемся в этой статье: используются ли в современных мультфильмах классические сказочные сюжеты в неизменном виде или они переписываются в соответствии с нашими реалиями и, прежде всего, изменившимся отношением к гендеру? Можем ли мы говорить, что Золушка, известная нам по трактовке Шарля Перро, все так же мечтает выйти замуж за прекрасного принца или у нее появляются другие жизненные ориентиры? Мы исходим из того, что современные мультфильмы — это один из значимых модусов социализации детей, наиболее популярный у этой аудитории (Jenkins, 2006). В мультфильмах заключены культурные коды, описывается определенный гендерный порядок, демонстрируются особенности гендерного дисплея, что способствует социализации ребенка. Да, дети первично подражают родителям и нормам, действующим в семье, однако, естественно, что детям также свойственно подражать образам, которые они видят в медиа (Azmi et al., 2016: 235–239).

Таким образом, целью исследования было выявить, как сконструирована и медийно (через мультипликацию) опосредована гендерная социализация в сказочном сюжете. Мы хотели узнать, как меняется контент популярных мультфильмов, сценарии которых содержат, с одной стороны, отсылку к классическим сюжетам, с другой — имеют гендерно коннотируемые инновации. Предметом исследования являются инверсии традиционного образа героинь (от традиционного образа к модернизированному). Эмпирическим объектом исследования стали героини сказочного фольклора и мультипликационной сцены (Шихавцова, 2019: 42). Здесь мы делали акцент на женских персонажах. Мы не отрицаем, что мужские персонажи



также подверглись изменениям, но героини нас интересуют с точки зрения демонстрируемого масштаба эмансипации — как персонажи, которые раньше презентировались как пассивные социальные акторы.

Основные концепции

При определении гендера мы опирались в первую очередь на работу К. Уэст и Д. Зиммермана, которые тематизировали процессуальность гендера — “doing gender” (West, Zimmerman, 1987: 125–151). В этом смысле сказочный сюжет мультфильма также разворачивает последовательный процесс становления персонажа, который, проходя через череду приключений/испытаний, предъясвляет свой характер и гендерную идентичность. Таким образом, мы разделяем позицию, согласно которой гендер — это социальный конструкт, который реализуется в системе социальных ожиданий. Уэст и Зиммерман подчеркивают, что в обществе понятие гендера связано с процессом категоризации по полу, где акцентируется роль социального взаимодействия в построении гендерной идентичности. Это, в свою очередь, может приводить к известным конфликтам категоризации, отраженным в языке. Например, в современном языке приходится давать языковое пояснение при употреблении конструкции «женщина-врач», так как ранее в обществе сложно было представить, чтобы женщина была врачом (Здравомыслова, Темкина, 2015: 293). Такие стереотипы укоренены в институциональных практиках, и в языке в том числе.

Кроме работ К. Уэст и Д. Зиммермана, в определении гендера мы опирались также на работы П. Бурдье и Э. Гидденса. Так, у Бурдье была заимствована теория о социальном пространстве, вписанность в координаты которого определяет положение индивида в системе социальных координат, а также объем накопленного социального капитала, влияющего на габитус и, следовательно, на формирование гендерной идентичности (Бурдье, 2007).

У Э. Гидденса для нас важна теория структуризации как взаимосвязь структуры и действия, согласно которой индивид своими действиями воспроизводит структуры (Giddens, 1984). В логике выбранного объекта речь идет не только об усвоении, но и о воспроизводстве индивидом гендерного статуса, которым он/она поддерживает гендерный порядок. Далее, Р. Коннелл развивает мысль Гидденса и говорит о гендерной композиции, включающей и гендерный порядок, и гендерные режимы. Что мы понимаем под гендерным порядком? Это то, что существует на макроуровне, общие гендеризованные нормы. Гендерный режим — это гендерный порядок, существующий на институциональном и групповом уровне и предписывающий определенные гендерные практики (Connell, 1987). Таким образом, различные уровни функционирования гендера взаимосвязаны и формируют нормы и правила для исполнения ролей, предписанных мужчине и женщине.

Помимо корпуса гендерных концепций, для реализации замысла работы необходимы концептуальные ресурсы для исследования повествований / сторителлинга современных мультфильмов и положенных в их сюжетную основу фольклорных произведений. В работе мы опирались на классический труд В. Проппа, который изучая сказки, выделил их 31 нарративную функцию (Пропп, 1928). Эти нарративные функции мы и использовали в нашем исследовании. Помимо этого, нам важно было опереться на признанную классификацию волшебных сказок. Была избрана классификация А. Аарне и С. Томпсона, так как изученная литература показала, что эта классификация, помимо ее общепризнанности, наиболее структурирована (Aarne, Thompson, 1961). Данная классификация содержит систематизированный набор фольклорных сюжетов, сгруппированных по общим мотивам и сюжетам. Каждому набору сказок со схожим мотивом приписан определенный номер, что помогает в поисках соответствующего материала. Всего в сборнике три классификации: сказки о животных, волшебные сказки и анекдоты, для нас важна глава «Волшебные сказки» — начиная с 88 по 346 страницу, мы исключаем сказки про животных и анекдоты, так как данные жанры не соответствуют выбранной тематике (Aarne, Thompson, 1961: 88–346).

Методолого-методическим решением для целей эмпирического исследования стал критический дискурс-анализ, основная идея которого заключается в том, что язык конструирует социальное. Таким образом, все тексты могут быть проанализированы в этой стратегии (Тичер и др., 2009). Также благодаря этой стратегии можно изучать социальные изменения и увидеть определенную динамику в том, как те или иные социальные сдвиги могут влиять на формирование общественного (гендерного) порядка. Таким образом, благодаря языку как медиуму, его упорядоченности и структурированности, а также реферированию к стоящей за языком реальности (даже мифологического порядка), сказки и мультфильмы возможно исследовать методом дискурс-анализа.

Как формировался объект изучения и проводился анализ?

Мы отобрали 11 мультфильмов из списка IMDb, содержащего более тысячи мультфильмов. В первую очередь нас интересовали мультфильмы, произведенные после с 2000 года. Таким образом, у нас есть фактически 20-летний период производства продукции, на базе которого можно отследить динамику гендерно релевантных изменений. Мультфильмы, вошедшие в наш список:

1. Ральф против Интернета (2018).
2. Суперсемейка-2 (2018).
3. Моана (2016).
4. Холодное сердце (I) (2013).
5. Как приручить дракона 2 (2014).
6. Рапунцель: Запутанная история (2010).



7. Храбрая сердцем (2012).
8. Принцесса и лягушка (2009).
9. Атлантида: Затерянный мир (2001).
10. Труп невесты (2005).
11. Маленький принц (2015).

Важно отметить, что мы включали в список только полнометражные мультфильмы с рейтингом не ниже 7.0, исключая специфические жанры, которые имеют сильное локальное культурное влияние, как, например, аниме в Японии или комиксы в Америке. Также нам важно, чтобы протагонистом или девтерагонистом (второе главное действующее лицо) был именно женский персонаж исключительно с человеческим обликом.

Как проводился анализ? Просмотрев мультфильм, мы формировали дискурсивный парафраз сюжетного хода, основываясь, с одной стороны, на теории Фэркло (Тичер и др., 2009: 202–209), а с другой — на классификацию нарративных функций В. Проппа, но адаптируя эти схемы под женскую идентичность. Как женский персонаж изображен, какие детали следует отметить в женском облике, каковы жизненные цели и мотивация героини и, как результат, какой посыл (возможно, он будет новый, если речь идет об известных сказках, которые легли в основу мультфильма) несет в себе мультфильм? Для записи действий со стороны женских персонажей мы адаптировали нарративные функции В. Проппа: аналогично тому, как В. Пропп анализировал действия мужских персонажей в волшебных сказках, мы осуществляли анализ в отношении действий героинь в современных мультфильмах. Для лучшего понимания примененной техники анализа и промежуточных обозначений нарративных функций ниже приведен пример разбора мультфильма «Принцесса и лягушка»:

«Тиана и Навин отправляются обратно в город, чтобы снять проклятие: 15-я функция “R²”, когда героиня отправляется по земле и воздуху к месту назначения. В какой-то момент у Тианы и колдуна состоится схватка: 16-я функция “B¹”, и Тиана его побеждает благодаря помощи со стороны аллигатора: 18-я функция “P¹”. В конце концов главная героиня и принц снимают порчу и приобретают человеческий облик: 19-я функция “L^B”, после чего Тиана возвращается домой: 20-я функция “↓”. Сама сказка заканчивается традиционно для диснеевских принцесс — свадьбой. Так, Тиана и Навин женятся: 31-я функция “C”».*

Каждое действие имеет свое обозначение. Первым идет номер нарративной функции согласно классификации Проппа, далее указано символическое обозначение этой же функции. Ниже приведен пример того, как Пропп описывал первую такую функцию и давал ей обозначение: **I. Один из членов семьи отлучается из дома** (определение: отлучка, обозначение: e).

1) Отлучиться может лицо старшего возраста. Родители уходят на работу (64). «Надо было князю ехать в дальний путь, покидать жену на чужих

руках» (148). «Уезжает он (купец) как-то в чужие страны» (115). Обычные формы отлучки: на работу, в лес, торговать, на войну, «по делам» (e¹).

2) Усиленную форму отлучки представляет собой смерть родителей (e²).

3) Иногда отлучаются лица младшего возраста. Они идут или едут в гости (57), рыбу ловить (62), гулять (77), за ягодами (137) (e³) (Пропп, 1928: 36).

Аналогичным образом Пропп описывал каждую из выделенных функций. Иногда функция может повторяться, несколько функций могут встречаться в сюжете параллельно. Но здесь самое важное правило — функции всегда следуют одна за другой, какие-то могут отсутствовать в линии сюжета, но их порядок должен строго соблюдаться. В статье мы не будем давать объяснения по каждой функции, так как Пропп посвятил этому разбору целую книгу «Морфология сказки», на которую мы опирались, при разборе мультфильмов.

Позаимствовав данную идею разбора сюжета сказок, мы смогли сконструировать схемы анализа для каждого мультфильма, которые демонстрируют, как строится сюжет. В результате набор построенных схем в отношении отобранных мультфильмов позволил отразить общие тенденции выстраивания в современных мультфильмах гендеризованных образов главных героинь и, как следствие, динамику сменяемости гендерных режимов. В таблице можно увидеть не только схему по каждому мультфильму, но и ее расшифровку, которая дает понимание того, что включает в себя схема (таблица 1).

Таблица 1

Нарративные функции мультфильмов

Название мультфильма	Женский персонаж	Схема
«Атлантида: Затерянный мир»	Кида	e² в¹ A^{6/14} Z⁵ Л¹⁰ С Гибель матери + вредитель узнает о местонахождении драгоценностей + вредитель наносит телесное повреждение и убивает члена семьи + волшебное средство обнаруживается + героиня освобождается из плена + происходит воцарение
«Труп невесты»	Эмили	бг¹ g A^{5/14} a¹ Д⁷ Г⁷ Z³⁰ У О Н Запрет + вредитель пытается обмануть героиню, чтобы овладеть ее имуществом + героиня поддается обману и соглашается на все условия вредителя + одновременно и хищение, и убийство от рук самого вредителя + нехватка любви, брака + у дарителя есть просьба + героиня оказывает услугу дарителю + получение волшебного средства, которое изготавливается + героиня появляется неузнанной + героиню узнают + вредитель изобличается + вредитель наказывается



Продолжение табл. 1

Название мультфильма	Женский персонаж	Схема
«Принцесса и лягушка»	Тиана	в¹ w¹ g a⁵ ↑ Д² Г¹ Z² R² Б¹ П¹ Л⁸ ↓ С* Вредитель проводит разведку для получения информации + вредитель получает информацию о жертве + жертва поддается обману и помогает вредителю + нехватка денег у героини на покупку ресторана + героиня покидает дом + даритель испытывает героиню + героиня выдерживает испытания + героине указывают на волшебное средство + героиня переносится к месту нахождения средства по воде и земле + героиня и вредитель вступают в борьбу + вредитель побеждается + заколдованный расколдовывается + героиня возвращается домой + свадьба без воцарения
«Рапунцель: Запутанная история»	Рапунцель	е³ b в¹ w¹ r¹ БК П⁵ Л⁹ Л¹⁰ с¹ Отлучение героини от родительского дома + нарушение запрета + вредитель пытается выявить местонахождение героини + вредительница получает информацию о своей жертве + вредитель хочет обмануть свою жертву с помощью уговоров + вредитель и героиня сражаются + героиню метят + вредитель побеждается без боя + оживление мертвого + плененный освобождается + свадьба
«Храбрая сердцем»	Мерида	б¹ a² Д¹ Z⁴ R⁴ Л⁸ С* Запрет на увлечение + недостача волшебного предмета, чтобы заколдовать королеву + даритель испытывает героиню + волшебное средство приобретается + указывают путь + заколдованный расколдовывается + престол достигается без брака
«Холодное сердце»	Эльза	е² b ↑ Пр⁶ Сп⁹ Гибель родителей + нарушение запрета + героиня покидает дом + героиня подвергается преследованию и ее пытаются убить + героиня спасается от покушения на жизнь
«Как приручить дракона 2»	Валка	↑ Z⁹ Б¹ Героиня покидает дом + волшебное средство само предоставляет себя в распоряжение героини + вредитель и героиня вступают в борьбу
«Маленький принц»	Девочка	б¹ b a⁴ ↑ R¹ Б П Л⁸ ↓ К героине обращаются с запретом + запрет нарушается + недостача чего-либо у члена семьи в специфической форме + героиня покидает дом + героиня переносится к месту нахождения предмета поисков по воздуху + героиня и вредитель вступают в борьбу + вредитель побеждается + начальная беда ликвидируется: заколдованный расколдовывается + героиня возвращается домой

Название мультфильма	Женский персонаж	Схема
«Моана»	Моана	a⁵↑Д⁹Г⁹Z⁸R²Б¹П⁶Л⁸↓С* Недостача: рационализированные формы + героиня покидает дом + героиня подвергается нападению: враждебное существо вступает в борьбу + герой побеждает врага + получение волшебного средства + героиня переносится к предмету поисков по воде + героиня и вредитель вступают в борьбу: бьются в открытом поле + вредитель побеждается: изгоняется + начальная беда ликвидируется: заколдованный расколдовывается + возвращение героини домой + восхождение героини на престол без брачного союза
«Ральф против Интернета»	Ванилопа фон Кекс	б¹ b A⁵ Д¹⁰Л⁴ Пр Сп К героине обращаются с запретом + запрет нарушается + одному из членов семьи чего-либо не хватает, ему хочется иметь что-либо: рационализированные формы + героиню испытывают, она подвергается нападению и пр., что в конце концов приводит к получению самого волшебного средства или помощника + начальная беда или недостача ликвидируется + героиня подвергается преследованию + героиня спасается от преследования
«Суперсемейка 2»	Эластика	б¹ A⁵ ↑ Д⁹ R⁴ Обращение с запретом + недостача: рационализированная форма + героиня покидает дом + героиня подвергается нападению + героиня приводится к месту нахождения предмета поиска

Результаты исследования: разбор схем современных мультфильмов

Как говорилось ранее, схемы и формулы, которыми мы обозначили сюжеты каждого мультфильма, помогли выявить, какова последовательность действий героини, заложенная в сюжет мультфильма, и какие действия чаще всего встречаются у женских персонажей. Для более понятного разбора мы собрали одну общую схему для всех мультфильмов: «A Д⁹ R Б П Z C*».

В результате проведенного анализа было выявлено, что гендерные режимы действительно переосмысливаются. В современных мультфильмах мы можем наблюдать актуальные реалии, характерные скорее для современного общества, в котором происходит движение в сторону пересмотра традиционных ценностей.



Функция «С», а точнее — частое ее отсутствие или присутствие в новом формате «С*» (воцарение) — свидетельствует о том, что женские персонажи перестают мечтать исключительно о замужестве, это уже не является их основной целью. Гендерные контракты как контракты между основными героями направлены на демонстрацию возможностей социальной активности героини, другими словами на иллюстрацию принципа равноправия между женщиной и мужчиной. Это характерно как для современного института семьи, так и для рынка труда.

Более того, женские персонажи не боятся сражаться наравне с мужчинами, что говорит о запросе на изменения в нормах общества. Здесь же стоит упомянуть и про переосмысление телесности: героини меняют гендерный дисплей, перестают носить платья, а иногда специально переодеваются в мешковатую одежду, как в мультфильме «Ральф против Интернета».

Мы обратили внимание на то, что чаще всего героини отправляются на поиски того, что у них было похищено, чтобы вернуть его. Героини становятся активными актерами, проявляют инициативу и отправляются в путешествие для достижения своих целей. Нарративная функция «R» проявляется в разных видах пространственной мобильности: путешествие по земле, воздуху или воде. На этом пути у девушки появляются как волшебные помощники, так и дополнительные средства достижения целей — нарративная функция «Z». Например, дракон в мультфильме «Как приручить дракона», волшебное средство для того, чтобы расколдовать персонажа («Принцесса и лягушка») или для изменения облика в целях достижения задуманного («Храбрая сердцем»). Получается, что помощь со стороны других персонажей не исключается, поэтому нельзя говорить, что женские персонажи полностью самостоятельны, они могут получать помощь и от окружающих (Шихавцова, 2019: 89).

Также было выявлено, что в семи мультфильмах («Труп невесты», «Принцесса и лягушка», «Храбрая сердцем», «Маленький принц», «Моана», «Ральф против Интернета», «Суперсемейка 2») по ходу сюжета женские персонажи испытывали «нехватку» чего-то материального — функции «A» и «a». В четырех из семи мультфильмов это нехватка материальных объектов: денег или какого-то волшебного атрибута, который мог помочь спасти, например, племя, как это было в истории «Моана». Это не отсутствие любви или брака, как было бы привычно для традиционных сюжетов и сказочных принцесс из фольклора, которые мечтали, наверное, о более возвышенном. Современные персонажи имеют тенденцию думать о приземленных вещах, но в то же самое время и о таких, которые помогут самореализации или достижению цели. Так, в мультфильме «Принцесса и лягушка» девушка копит деньги, чтобы открыть свой ресторан; в «Моане» — ищет камень, который поможет прокормить племя; в «Ральф против Интернета» героиня ищет способ заработать деньги, чтобы купить деталь для своего игрового аппарата, который служит местом обитания и миром для виртуальных персонажей; в «Суперсемейке 2» Эластике, которая является матерью и женой, необходимы деньги, чтобы обеспечить семью. Итак, современным героиням приходится сталкиваться с реальными проблемами, которые не могут решиться

сами по себе, поэтому они берутся за их разрешение. Таким образом, это свидетельствует об изменениях в гендерном контракте, когда женские персонажи становятся активными и более рациональными акторами, что ранее, скорее, связывалось в обыденном сознании с мужской активностью.

Примечательны нарративные функции, обозначающие борьбу со злодеем и победу над ним — функции «Б», «П», «Д⁹». Как можно заметить из приведенной таблицы, эти функции присутствуют в анализируемых мультфильмах, начиная с 2009 года, например, в мультфильме «Принцесса и лягушка», далее мы встречаем их в «Рапунцель», «Как приручить дракона 2» и т.д. Исключением являются первые два мультфильма — «Атлантида: Затерянный мир» и «Труп невесты». Можно предположить, что это связано с тем, что это самые первые мультфильмы нового поколения, где только начинает отслеживаться изменение характера главных героинь, которые пока не проявляют заметной собственной активности, в меньшей степени самостоятельно вступают в сражения по сравнению с более поздними мультфильмами. «Труп невесты» по своей нарративной схеме является наиболее классической сказкой, где нам показывают героиню, мечтающую о замужестве и вечной любви, и альтруистку по характеру.

Хотя в мультфильмах «Храбрая сердцем» и «Холодное сердце» не были выявлены вышеуказанные нарративные функции (функции Б, П, Д), мы все же склонны полагать, что их не стоит исключать из анализа, поскольку главные персонажи также сильны духом и проходят через множество испытаний, как и в тех мультфильмах, где данные функции присутствуют. Если героиня из «Храброго сердца» ведет борьбу за то, чтобы делать то, что ей нравится, то в «Холодном сердце» девушка тоже ведет борьбу, но, скорее, борьбу с собой и принятием себя. В целом, начиная с 2009 года, мы все чаще встречаем в мультфильмах проявление указанных нарративных функций, это указывает на то, что гендерный режим репрезентации фемининности и маскулинности изменяется. Раньше считалось сюжетным нормативом, что принцесса ждет принца в башне, и он ее так или иначе спасает, но в современных сюжетах женские персонажи проявляют активность маскулинного типа и не боятся быть за это осужденными. Примером таких изменений может послужить Рапунцель. Из сказки мы помним, что она заточена в башне, а через какое-то время ее спасают. В мультфильме же она сама вступает в схватку с ведьмой, спасает персонажа мужского пола и применяет силу, когда некий незнакомец пробирается в башню. Таким образом, можно отследить динамику гендерного режима и изменения, которые происходят в сказочных сюжетах.

Если сравнивать сюжетные схемы разных мультфильмов, то можно отметить, что схема мультфильма «Труп невесты» выделяется большим количеством различных функций. Более того, несмотря на весьма нетипичный сюжет, реализованный в дарк-стиле, перечень функций демонстрирует, что сюжет данного мультфильма наиболее близок к классической сказке. Здесь присутствует привычная схема, свойственная, например, «Золушке»: несчастная героиня, мечтающая о замужестве, ей помогают в борьбе со злодеем, а, точнее, за нее другие борются со злом. Это как бы подчеркивает



самодостаточный характер действий остальных представленных в анализе героинь, которые сами могут постоять за себя в борьбе со злодеями.

Изменился и гендерный режим репрезентации эмоций в мультфильмах. Появились злые героини, которые, стремясь наказать обидчика, не скрывают этого. Поменялось отношение к эмоциям не только у женских персонажей, но и у мужских. Так, в «Холодном сердце» Анна спокойно отреагировала на слова мужского персонажа, когда он сказал, что готов заплакать. То есть в мультфильмах стирается грань между типологией «мужских» и «женских» эмоций, где эмоции перестают быть «гендерно привязанными» (Шихавцова, 2019: 90).

Героиням приходится бороться за то, что им нравится или хочется сделать, или иметь. Их цели могут носить более рациональный характер. Чаще всего их мотивация — это отстоять свою субъективную версию счастья. Таким образом, это свидетельствует о том, что происходят изменения в гендерных режимах прежде традиционных сказочных сюжетов. Современные женские персонажи — это девушки, рационально добивающиеся своей цели, более не являющиеся пассивными актерами, как это было характерно для классического типа девушки типа Рапунцель, которая терпеливо ждала в высокой башне своего спасителя-принца.

Можно отметить различия между мультфильмами на протяжении 20-летнего периода. Если в начале 2000-х годов поведение героинь было похоже на поведение классических принцесс, например, Золушки или Белоснежки, то с каждым последующим мультфильмом акторы и их паттерны меняются. Наиболее классическими историями, которые транслируют традиционные ценности, стали мультфильмы «Атлантида: Затерянный мир» и «Труп невесты». Последующие уже представляют более переосмысленных персонажей. Особенно выделяется мультфильм «Ральф против Интернета», где сбраны и переосмыслены через поведение главной героини все гендерные стереотипы.

Современная героиня: визуальный дисплей

Следуя концепции М. Райан о трансмедиальности, мы отслеживали, как истории «повествовательных миров» могут быть воплощены через разнообразные жанры, языком различных медиа. Так, через мультфильм «Труп невесты» можно отследить поиски новой формы, так как это пластилиновый мультфильм, что говорит о поиске нового эстетического языка изложения сказочного сюжета. Мультфильм «Маленький принц» демонстрирует поиски новых повествовательных платформ, поскольку здесь прежняя классическая история вписана в сюжет наррации для нового поколения детей, введен новый проактивный женский персонаж — девочка, усилиями которой Принц, Роза и другие персонажи получают поддержку, а история обретает новый виток повествования.

В большинстве случаев женские персонажи стали выглядеть по-другому: в индустрии кино больше нет шаблонов, как должны (женственно, прежде

всего) выглядеть героини. Теперь принцессы могут выглядеть небрежно, растрепано, носить толстовки, брючные костюмы, апроприруя то, что раньше мы бы назвали «мужскими» вещами. Пропорции тела также претерпели изменения, и каждая героиня, скорее, уникальна: кто-то полноват, у кого-то очень узкие губы, открыто демонстрируется этническое своеобразие, особенности характера. Гендерный режим репрезентации телесности меняется. Особенно ярко это демонстрируется в мультфильме «Ральф против Интернета», где принцессы отказываются от своих платьев и переодеваются в футболки, говоря при этом, что никогда не могли представить, что футболка может украшать. Также это презентуется через внешний вид героинь: например, героиня из «Храбрая сердцем» ходит не с аккуратной прической, а с распущенными немного растрепанными волосами. Такой жест «растрепывания прически» можно встретить и у Эльзы из «Холодного сердца»: она меняет себе прическу и специально ее растрепывает (Шихавцова, 2019: 90). Таким образом, гендерный дисплей персонажей изменился в сторону разнообразия образов и сглаживания бинарной гендерной идентичности.

Современные мультфильмы и фольклор

Для работы со сказками мы использовали классификацию сказок А. Аарне и С. Томпсона (Aarne, Thompson, 1961), о которой говорилось выше. Но это явное подспорье выступило и ограничением предпринятого анализа. Сюжеты трех из всех проанализированных мультфильмов выявили недостаточное число нарративных функций. Так, Кида из мультфильма «Атлантида: Затерянный мир» ведет себя, как «Белоснежка». Эмили из «Труп невесты» — это частично узнаваемый архетип «Золушки». Для мультфильма «Принцесса и лягушка», конечно, сюжет взят из одноименной сказки, однако главные герои поменялись местами, что, видимо, объясняет маскулинность главной героини. «Рапунцель» — также переложение одноименной сказки. Эльза из мультфильма «Холодного сердца» сближается с Красной Шапочкой, между ними выявлено много совпадений по нарративным функциям. Девочка из мультфильма «Маленький Принц» — это история, близкая по нарративным функциям к сказке «Мальчик-с-Пальчик», что также может объяснять несколько маскулинный характер главной героини. Моана близка по духу к Гретель из сказки «Гензель и Гретель», а Ванилопу из «Ральф против Интернета» — к Алладину в период его взросления.

Заключение

Таким образом, мы обнаружили, что в современных мультфильмах классические прототипы современных героинь, пришедшие из фольклора, имеют следующие особенности. Конструирование характера современной активной героини зачастую осуществляется за счет нарративных ходов



и функций, ранее обслуживавших мужские персонажи. С одной стороны, это говорит об ограниченности самих историй, исчерпаемости «повествовательных миров», но с другой стороны — явно свидетельствует об инверсии гендерных ролей, освоении женскими персонажами пространства агенсу. Помимо этого, обнаруженные тенденции в современном сказочном сторителлинге, реализуемом в формате мультфильма, можно проинтерпретировать и как частичную девальвацию классических сказочных сюжетов, которые отрефлексированы в обществе как ограничивающие современный стиль гендерной социализации. Использование классических сказочных сюжетов вне их культурной обработки в рамках контекста современности недостаточно соответствует социальным запросам, а, временами даже может создать противоречивый социализирующий фон с конкурирующими гендерными моделями.

В то же время фольклорная основа культуры — это источник накопленного культурного капитала, присваивая который, индивид выстраивает свою идентичность, опираясь на вкусы, метафорический строй языка, гендерные стереотипы и архетипические образы, свойственные национальной ментальности.

Осуществленный анализ показывает связь между фольклорной основой, т.е. классическими сказками, существующими в широком межэтническом, по сути, глобальном культурном пространстве и современными мультфильмами. В свою очередь, это объясняет, что благодаря трансмедиальности как сюжетные линии, так и гендерно-стереотипированные характеры героев могут преемственно переходить с одной повествовательной платформы на другую.

Множество исследований подтверждают, что медиа влияет на социализацию ребенка. Поэтому для того, чтобы определить, какое влияние современное медиа может оказать на ребенка, мы принимаем этот тезис как факт. Так как наше исследование не предусматривало углубленного изучения влияния мультфильмов (мы не знаем мнение родителей, не наблюдаем за детьми), то последующие выводы — лишь наше предположение, а не утверждение.

Во-первых, изменился гендерный режим внутри семьи. Теперь героини не мечтают об удачном замужестве, они имеют более рациональные цели, связанные с самореализацией и улучшением своего материального положения. Мы предполагаем, что ребенок, посмотревший современный мультфильм, не будет воспринимать его месседж как послание, что самое главное в жизни девушки, ее успех — «выйти замуж». Напротив, мультфильм настраивает на желание быть целеустремленной, обладать рациональным расчетом и, благодаря упорству, открыть что-то или помочь кому-то. Примером таких мультфильмов послужили «Моана», «Принцесса и Лягушка», «Ральф против Интернета», «Суперсемейка-2».

Во-вторых, репрезентация телесности и сексуальности настраивает зрителя на ориентацию, что каждый волен носить то, что ему хочется и выглядеть так, как хочется: в соответствии с современным быстрым темпом

жизни предпочтения в одежде отдаются комфорту. Именно поэтому женские персонажи стали носить мешковатую одежду, надевать брючные костюмы, они могут иметь растрепанную прическу. Также прививается адекватное восприятие себя и своего тела: это нормально, что все героини разные. Если раньше диснеевские принцессы имели какие-то стандартные параметры внешности, то сейчас мы можем увидеть персонажей, совершенно отличающихся внешне от условной «Белоснежки» или «Русалочки», как, например, пухлая Моана. Иногда какая-нибудь деталь как бы нарочно подчеркивается, например, это выражается в чрезмерно больших глазах или узких губах, как у Эльзы или у Валки (Шихавцова, 2019: 103).

В-третьих, помимо репрезентации сексуальности, произошли изменения в репрезентации эмоций. Героини сами говорят, что «мужчины могут плакать, не надо этого стесняться», как это было упомянуто в «Холодном сердце». Что касается женских персонажей, то они не боятся показать свою агрессивность и жизненную энергетику. «Так, в “Ральф против Интернета” Ванилопе «не хватало адреналина», ей все наскучило, она любила быструю езду и опасность. Видя это, маленький зритель понимает, что эмоции не привязаны к гендеру: как мужчина может быть сентиментальным, так и женщина резкой, поэтому стеснения или комплексы сходят на нет, а такие высказывания как: “Ведешь себя, как девчонка”, более не являются нормой» (Шихавцова, 2019: 103).

Как итог, современные мультфильмы через набор образов героинь дают понять, что следует проявлять активность, быть рациональной и не бояться проявлять свои эмоции. Женские персонажи сами стараются разрешить конфликт, добиться какой-то поставленной цели. «Как результат, мы можем в скором будущем получить более терпимое и толерантное общество, так как следующее поколение, которое подрастет на послы этих мультфильмов, приобретет совершенно иное восприятие гендерного порядка» (Шихавцова, 2019: 104).

Существует мнение, в полном соответствии с акторной схемой современной теории социализации, что сами дети косвенно участвуют в производстве тех персонажей, которых они хотят видеть в кино. И развлекательные корпорации, следуя этому спросу, создают свое предложение: насыщают успешный проект римейками, продолжениями на различных медиаплатформах. Например, Диснейфикация — это глобальный проект, который затрагивает каждого вовлеченного ребенка, создавая не просто мультфильмы, а вселенную мерча, целую индустрию по производству игрушек, одежды и т.д., связанных с героями мультфильмов. Таким образом, ребенок, который хочет идентифицировать себя с каким-либо персонажем, сможет это сделать, если родители приобретут ту или иную вещь, ассоциирующуюся с героем. И, как совокупный результат, копируя поведение этого персонажа и отыгрывая перформанс в одежде или через определенный аксессуар, ребенок склонен перенимать культурные коды, транслируемые через любимого персонажа в мультфильме.

Осознаваемое автором ограничение данного исследования связано с характером отбора мультфильмов для анализа. Большая часть отобранных



фильмов принадлежит корпорации «Дисней», который является примером наиболее успешной медиаплатформы, относящейся к числу высокорейтинговых. Возможно, необходимы контрастирующие подвыборки для дальнейшего изучения феномена трансформации гендерных стереотипов в современных мультфильмах.

Литература

- Бурдые П.* Социология социального пространства. М.: Институт экспериментальной социологии; СПб.: Алетейя, 2007.
- Здравомыслова Е. А., Темкина А. А.* 12 лекций по гендерной социологии: учебное пособие СПб.: ЕУСПб, 2015.
- Пропп В.* Морфология сказки. Ленинград: Academia, 1928.
- Тичер С., Мейер М., Водак Р., Веттер Е.* Методы анализа текста и дискурса. Харьков: Гуманитарный Центр, 2009.
- Шихавцова П.* Динамика гендерных режимов в сказках. Выпускная квалификационная работа. 2019. URL: <https://www.hse.ru/edu/vkr/296280994> (дата обращения: 15.10.2019).
- Aarne A., Thompson S.* The Types of Folktale. Helsinki: Suomalainen Tiedeakatemia Academia Scientiarum Fennica, 1961.
- Azmi N. J., Rashid R. A., Rahman M. A., Zaid S. B.* Gender and Speech in a Disney Princess Movie // International Journal of Applied Linguistics & English Literature. 2016. № 5. P. 235–239. DOI: <https://doi.org/10.7575/aiac.ijael.v.5n.6p.235>.
- Connell R. W.* Gender and Power: Society, the Person and Sexual Politics. Cambridge: Polity Press, 1987.
- Giddens A.* The Constitution of Society: Outline of the Theory of Structuration. Cambridge: Polity Press, 1984.
- Jenkins H.* Convergence Culture: Where Old and New Media Collide. NY: University Press, 2006.
- Ryan M.-L.* Transmedial Storytelling and Transfictionality // Poetics Today. 2013. № 34 (3). P. 361–388. DOI: <https://doi.org/10.1215/03335372-2325250>.
- West C., Zimmerman D. H.* Doing Gender // Gender and Society. 1987. № 1. P. 125–151. DOI: <https://doi.org/10.1177/0891243287001002002>.

Дата поступления: 15.10.2019

.....

Gender Regimes in Animation Movies or About What Modern Cinderella Should Be

DOI: 10.19181/inter.2020.21.4

Paula Shikhavtsova

Shikhavtsova Paula — student, Faculty of Social Sciences, HSE University, paula.shihavtsova@inbox.lv.

A good story is always in demand. But today the fairy tale is not only told in the mode of verbal translation in the family circle, it becomes the subject of repeated media transformations form, printed illustrated text, comic, film, TV series, cartoon, video game, etc. With the spread and development of media researchers began to pay more attention

to the structure of the narrative, “worlds of history”, are still in demand, the various media platforms (transmedial), which combine a popular medium with a popular archetypical history. This is especially true of cartoons, as they are one of the most popular genres among children. Evidence suggests that children tend to imitate not only their parents and inner family circle behavior, but also cartoon characters, including their gender-specific behavior. Since most modern cartoons continue to borrow stories from classic fairy tales, they inevitably reproduce the gender-stereotypical behavior of the main characters of ancient times. Or, in response to social requests, the plot and character are repaired. In the article we describe the main findings of the study, where we studied folk stories, as well as the plots of modern cartoons. For the study we used a database of folk tales by Stith Thompson, as well as narrative functions in the concept of Vladimir Propp, adapting them to the aspect of female gender. The aim of the study is to reveal how gender socialization is constructed and mediated by media in popular fairy tales. For this purpose, in the study we use critical discourse analysis of modern cartoons.

Keywords: gender regime; storytelling; Propp; fairy tale; folklore; gender stereotypes; Ryan; gender sociology; transmediality

References

Aarne A., Thompson S. (1961) *The Types of Folktale*. Helsinki: Suomalainen Tiedekatemia Academia Scientiarum Fennica.

Azmi N. J., Rashid R. A., Rahman M. A., Zaid S. B. (2016) Gender and Speech in a Disney Princess Movie. *International Journal of Applied Linguistics & English Literature*. No. 5. P. 235–239. DOI: <https://doi.org/10.7575/aiac.ijalel.v.5n.6p.235>.

Bourdieu P. (2007) *Sociologiya social'nogo prostranstva* [Sociology of Social Space]. M.: Institut eksperimental'noj sociologii; SPb.: Aletejya. (In Russ.)

Connell R.W. (1987) *Gender and Power: Society, the Person and Sexual Politics*. Cambridge: Polity Press.

Giddens A. (1984) *The Constitution of Society: Outline of the Theory of Structuration*. Cambridge: Polity Press.

Jenkins H. (2006) *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. NY: University Press.

Propp V. (1928) *Morfologiya skazki* [Morphology of the fairy tale]. Leningrad: Academia. (In Russ.)

Ryan M.-L. (2013) Transmedial Storytelling and Transfictionality. *Poetics Today*. No. 34 (3). P. 361–388. DOI: <https://doi.org/10.1215/03335372-2325250>.

Shikhavtsova P. (2019) *Dinamika ghendernyh rezhimov v skazkah* [Gender Regimes in the Fairy tales]. URL: <https://www.hse.ru/edu/vkr/296280994> (accessed 15 October 2020). (In Russ.)

Titscher S., Meyer M., Wodak R., Vetter E (2009) *Metody analiza teksta i diskursa* [Methods of Text and Discourse Analysis]. Kharkov: Gumanitarniy Tsent, 2009. (In Russ.)

West C., Zimmerman D. H. (1987) Doing Gender. *Gender and Society*. No. 1. P. 125–151. DOI: <https://doi.org/10.1177/0891243287001002002>.

Zdravomyslova E., Tyomkina A. (2015) *12 leksiy po gendernoy sotsiologii: uchebnoe posobiye* [12 lectures in sociology of gender]. SPb.: EUSPb. (In Russ.)

Received: 15.10.2019

Исследовательская рефлексия

«Я ничем вам не помог...»: исследовательская рефлексия вслед неудачному интервью

DOI: [10.19181/inter.2020.21.5](https://doi.org/10.19181/inter.2020.21.5)

Ссылка для цитирования:

Омельченко Е. Л. «Я ничем вам не помог...»: исследовательская рефлексия вслед неудачному интервью // Интеракция. Интервью. Интерпретация. 2020. Т. 12. № 1. С. 81–95. DOI: <https://doi.org/10.19181/inter.2020.21.5>.

For citation:

Omelchenko E. L. (2020) "I didn't help you in any way...": Research Reflection After a Failed Interview. *Interaction. Interview. Interpretation*. Vol. 12. No. 1. P. 81–95. DOI: <https://doi.org/10.19181/inter.2020.21.5>.



Елена Омельченко*

В статье обсуждаются сложные и критические моменты сопряжения и/или рассогласования этических и профессиональных принципов и навыков работы социолога в ходе реализации проектов, обращенных к трудным, сенситивно нагруженным полям. Баланс допустимых границ вторжения в личные пространства информантов, соблюдение принципов добровольности могут в процессе интервью начать конфликтовать с проектными обязательствами исследователя, возможные риски для информанта — с сохранением безопасного (физического, психологического) пространства интервьюера. Этот конфликт рассматривается как часть эмоциональной работы социолога в ходе непосредственной коммуникации с информантами, а также переживаний и рефлексий, предшествующих и следующих за беседой, оставляющих след в профессиональной идентичности социолога в целом. В статье критически осмысливаются допустимые пределы беспристрастности исследователя, способности разводить личное и профессиональное «Я» в изучении уязвимых (зависимых) групп и индивидов, находящихся в трудной жизненной ситуации. В данной статье речь идет

* Омельченко Елена — доктор социологических наук, профессор, директор Центра молодежных исследований, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» в Санкт-Петербурге, omelchenkoe@mail.ru.

об изучении жизненного опыта тех, кто проходит реабилитацию (физическую, психологическую, социальную) в одном из общественных центров (НКО) помощи людям, недавно освободившимся из местных колоний и оказавшимся в крайней степени социального одиночества.

Ключевые слова: эмоциональная работа; сенситивное поле; жизненный опыт; изучение уязвимых групп

Эта статья-эссе обращена к моему недавнему полевому опыту¹. Эмпирическим материалом работы станет как сам текст одного интервью, взятого в экспедиции, так и мои рефлексии, эмоции, впечатления и воспоминания, сопровождавшие беседу и не отпускающие до сих пор. Полевой этап этого проекта только начинается, анализ ключевых задач проекта в отдаленном будущем. В фокусе этой статьи-эссе — не только вопросы эмоциональной работы в сложном сенситивном поле. Важными станут размышления о том, каковы критерии удачного и неудачного интервью. Что, кроме развернутых плотных нарративов информанта, можно отнести к исследовательскому материалу помимо «классических» дневниковых заметок «на полях»? Становится ли мой собственный опыт проживания беседы частью полученного материала? В какой момент стоит, и стоит ли, отказываться от проведения интервью или останавливать его? Не превращаются ли подобные беседы в факт прямого использования человека, находящегося в зависимой ситуации, что ставит под сомнение сам принцип добровольности? Это лишь часть тех вопросов, ответы на которые я ищу.

В очередной раз убедилась, что никакой опыт полевых исследований и успешное проведение самых разных интервью (от коротких до десятичасовых) не может служить гарантом, что ты в какой-то момент не сорвешься и не допустишь самых элементарных ошибок. После чего ты переживешь катарсис со знаком минус, переходящий в ночные кошмары с бесконечно повторяющимися в голове ошибками, промахами, стыдными оплошностями и сомнительными репликами, допущенными в интервью этого дня². Разбор подобных ситуаций всегда полезен. Очень сложно быть предельно честной и откровенной. Но в этот раз мне этого особенно хочется.

Ситуация. Исследование посвящено глубинному анализу тюремного опыта людей, недавно освободившихся из российских колоний. Это уже третий заход в это сложное поле³. Как и всегда, мы старались рекрутировать максимально вариативный охват информантов: мужчин и женщин, молодых и не очень, «одно-» и «многоходовых», с разными сроками и по разным статьям. На этот раз полевой этап проходил в одном из сибирских

¹ Это пилотажный этап инициативного проекта, реализуемого группой социологов.

² Одна из последних интересных статей, посвященных эмоциональной работе в поле: (Гудова, 2019).

³ По результатам двух проектов, посвященных женскому опыту тюремного заключения, были опубликованы книги: (До и после тюрьмы..., 2012; Около тюрьмы..., 2015).



городов и в районных центрах области. Работали мы командой в формате экспедиции, что предполагало не только интервью, но и наблюдения, ведение полевых записей и дневников, в которых важно было фиксировать как то, что непосредственно сопровождало беседу исследователя и информанта, так и некую атмосферу вместе с более широкой сферой повседневной включенности собеседников.

Итак. Интервью состоялось в одном из реабилитационных центров помощи бывшим заключенным (НКО), организованных бывшим оперативником Сергеем, отсидевшим относительно небольшой срок за превышение полномочий⁴. Сам центр произвел на меня одновременно и удручающее, и вдохновляющее впечатление. На самом краю города — районного центра области, в промзоне, перемешанной с остатками частного сектора, в ветхом, но заметно отремонтированном двухэтажном здании, вокруг которого можно было различить хозяйственные постройки (как потом стало понятно — сарай для разведения кроликов) и теплицы, занесенные снегом. При подходе к дому меня встретила стая дворовых собак, две из них впоследствии оказались «своими» — мама и сын-подросток, за которыми ухаживали постояльцы центра... Я прошла через длинный коридор, заваленный вещами и утварью (сюда, как потом выяснилось из разговоров, жители-соседи приносят ставшие им ненужными вещи — одежду, лопаты, посуду, реже — еду). Попала я в этот центр не случайно, уже была достигнута договоренность с его руководителем о рекрутинге информантов — постояльцев (временных или более постоянных), и до меня уже было проведено одно интервью моей коллегой. Это отчасти освободило меня от обязательств объяснения целей проекта и всей сопутствующей процедуры получения информированного согласия на проведение исследования в этом месте. Также была достигнута договоренность о помощи в рекрутировании от руководителя центра. Я еще раз подтвердила, что мы гарантируем полную конфиденциальность и последующую анонимизацию полученного материала, который будет использован исключительно в научных целях.

Сергей сказал, что сейчас позовут обещанного мне информанта, но надо немного подождать. Информант, по его словам, отказывается от помощи, идет со второго этажа сам, идет медленно, потому что идти практически не может. «У нас тут здоровых и не бывает, к нам попадают уже те, кому идти по большому счету некуда. Кому они такие, еще и больные, нужны...» Пока я жду, Сергей рассказывает, что мой собеседник только что появился у них в центре, его «отпустили из колонии» по причине тяжелой болезни, лечить которую уже практически невозможно (острый артрит коленей, крайне запущенная болезнь вен, туберкулез). Насколько точен факт — не знаю, но, по его словам, этого мужчину отпустили до окончания срока. Пока жду беседы — говорим с ним о центре: как устроен, как появился, откуда сама идея, ну и как получается содержать от 30 до 40 пациентов — кормить, одевать,

⁴ Руководитель этого центра Сергей (имя изменено) сам рассказал мне об этом факте своей биографии. С Сергеем не велась аудиозапись интервью, наша беседа воспроизведена по записям в дневнике.

мыть, ухаживать (лечить, поддерживать гигиену тела), соблюдать порядок, обеспечивать безопасность.

История такая. Оказывается, это только для меня и коллег по экспедиции этот центр выглядит как некий эксклюзив, таких или подобных организаций пусть и немного, но они есть, особенно в тех местах, где до сих пор сохранилось много действующих тюрем (СИЗО) и колоний. Прямой статистики на предмет того, какой процент освободившихся остается близко («рядом») с колонией, я не видела, поэтому трудно сказать — много их или мало. Но мужчины и женщины, отбывавшие наказание в местных колониях и освободившиеся из заключения, скажем так, достаточно часто остаются рядом, здесь же. Кому-то некуда ехать, кого-то давно никто не ждет в когда-то бывших родными местах, кто-то решает немного «прийти в себя, в форму», прежде чем куда-то возвращаться. Это особая ситуация соседства, характерная для окраин районных центров, подобных тому, где мы были: встретить в этих местах бывших заключенных совсем несложно. Те, кто не был «согрет» помощью и поддержкой во время отсидки, чаще всего остаются рядом с колонией. Те, кто и в тюрьме поддерживал связь с домом, с родными или пользовался особыми привилегиями, был(а) включен(а) в неформальную иерархию, поддерживаемую общаком, может, и не уезжали совсем далеко, но все-таки, скорее, обосновывались в областных центрах.

В центр, где мне предстояло провести интервью, попадали те, у кого никого нет, кого никто не ждал после освобождения, не встречал у ворот, не радовался встрече. Коллектив центра совсем минимальный — руководитель, два или три помощника (тоже из бывших), несколько раз в неделю приходят монашки из лютеранской церкви и из православного прихода — делают перевязки, меняют памперсы, читают книги, молятся вместе. По словам Сергея — у них своего рода коммуна. Те, кто не болеет, кто не лежачий, у кого не самые тяжелые физические проблемы, ухаживают за тяжелыми. Повар — тоже бывшая заключенная, каждый день встает в пять утра и готовит на всех. Сергей пожаловался, что его подопечные отказываются есть кроличье мясо, просят чего-то жирного и непостного (того, что не напоминало бы тюремную еду). Поэтому кролики, которых они разводят, идут для себя и на продажу. Но зато кроличье хозяйство — это рабочие места для двух человек из постояльцев, которые чистят, кормят, ухаживают за животными. Овощи, которые они выращивают в теплицах и парниках с весны и до поздней осени, тоже не очень популярны, «не привыкшие они к витаминам, не понимают, зачем это сено есть...». Поэтому, говорит Сергей, контингент у них хоть и бедный, но по-своему привередливый. В коммуне — строгий режим абсолютной трезвости. «Курят все — пусть выходят на улицу, а пить нельзя. Были случаи, устраивали ночной бардак, даже полицию пришлось вызывать. Тут разговор короткий: пьешь — значит уходишь. Сразу». Контингент, конечно, очень сложный, постоянно меняется, «здесь самые больные и уже совсем немощные — типа как на передержке... Мы им документы готовим, на медкомиссии возим, чтобы получить инвалидность. А потом — уже в спецпансионат. Там уже — все. Совсем. Там уже доживают



просто. Все понимают, что там уже последняя инстанция, последний срок. А что делать? Мы тут не можем их вечно держать». Есть и те, кто практически здоров, но такие попадают сюда редко.

Вот такой разговор. Еще раз оговорюсь, что эта беседа была не под запись, я не готовилась к интервью именно с руководителем центра, мы ждали мужчину, который все это время медленно шел к нам со второго этажа. Несколько раз Сергей убегал ему помочь, но сразу возвращался, «нет, — говорит — отказывается, говорит сам дойду...» Забегал к нам в кабинет несколько раз щенок-подросток. Сергей рассказал, что в последний раз их собака родила сразу 12 щенков, вот одного только оставили. «Остальных куда?» — спросила. «Куда-куда, туда... А что делать, вот теперь надо его мать быстрее стерилизовать, тоже задача...».

Когда уже мой будущий информант подходил к нашей комнате, я спросила Сергея про грамоты и благодарности, густо представленные на стене. «Да, занимаемся благотворительностью, вот, благодарности дают и места всякие присуждают... я еще и боксерский детский центр открыл, сейчас там ремонт делаю, хочу расширяться». «А на гранты подаете?» — спросила я. «Пытались, я даже во ФСИН обращался, письма писал, на прием записывался. Говорят, пишите заявки, но, говорят, шансы маленькие, тема ваша не в приоритете...».

Зашел Павел⁵. Сергей его спросил — чай будешь? Да, тот ответил. Чай был предложен мне тоже, но я почему-то отказалась. Павел — очень худой мужчина, маленького роста, на вид лет 70, с палкой, на которую он опирался при ходьбе, в спортивном костюме, седой, аккуратно подстриженный ежиком.

Итак, собственно интервью. Что я узнала? Не очень много. Павел — убийца, не серийный, но три раза сидел, и каждый раз за убийство. Ему 54 года, сидел большую часть жизни — с 20 лет. Говорить ему было крайне тяжело. «Расскажите о себе...» — как всегда, самый первый вопрос любого интервью. Лейтмотивом ответов информанта было: «Нечего мне рассказать...».

Сразу стало понятно, что «классический» вариант начала интервью здесь явно не к месту. Информант часто останавливался, он то ли кашлял, то ли плакал, смотрел все время мимо меня куда-то в стену, очень хотел понять (а может быть, мне это только казалось), чего я от него хочу.

Упуская некоторые, совсем незначительные детали и зависавшие паузы, сошлюсь на начальный кусок интервью, который, собственно, и задал общее направление беседы⁶:

И.: Я — социолог из университета, мы проводим исследования по поводу тюремного опыта... собираем истории про разных людей, вот. Можете как-то представиться, как вас удобнее называть?

Р.: ... (неразборчиво).

⁵ Имя и любые идентифицирующие детали истории изменены или анонимизированы.

⁶ Мне показалось уместным оставлять достаточно большие куски беседы, что может помочь понять не только отдельные сюжеты истории, но и саму атмосферу.

И.: Павел? (пауза) Тяжело говорить?

Р.: (тишина).

И.: Можете рассказать, что с вами случилось?

Р.: Со мной я не знаю че... (тяжело говорит).

И.: Ммм.

Р.: Ноги отрубаются — все. Не могу ни ходить, ни че...

И.: Ммм. А сколько вы сидели?

Р.: Всю жизнь.

И.: Всю жизнь? А за что?

Р.: И за убийство, и за все! (длинная пауза).

И.: А можете что-то рассказать... За что, кого убили?

Р.: Долгая история... убивать.

И.: Ну, это понятно, долгая, у меня время есть послушать.

Р.: Как... че? Как? Конкретно че?

...

И.: Ну, когда первый раз сели? Сколько раз сидели?

Р.: Много раз сидел.

И.: Сколько? Пять?

Р.: (длинная пауза) По десятке.

И.: По десятке? Что, каждый раз было убийство?

Р.: И каждый раз вот так.

...

И.: А последнее что было?

Р.: Последнее... последнее убил.

И.: Ммм.

Р.: В лесопосадке. Горло ему перерезал.

И.: За что?

Р.: За что... он малолеток... мне все равно... (неразборчиво).

И.: Малолеток? Поняла я, наверное, неправильно...

Р.: Я говорю, малолеток насильовал...

И.: А, молодых насильовал? Каких? Девочек? Мальчиков?

Р.: Мальчиков. Девочек.

И.: Ммм. Ну, расскажите подробнее, как это произошло?

Р.: Ну, в лесу пили... такой шалаш сделали аккуратный... Вон там пили.

Потом я начал у него допытывать: ты за че насильовал? Он начал...

Я взял бутылку, разбил о голову...

И.: О голову?

Р.: Да. Мы вдвоем были, потом его отнесли в лес, ну, где гуща...

И.: Ммм.

Р.: Где народу меньше. Там мы его, короче, кончили... вдвоем.

И.: Вдвоем. Ясно. И какой срок дали?

Р.: 10. А нет, 14.

И.: Ммм.

Р.: (Вздыхает).



Ситуация беседы с самого начала была очень напряженной. У меня никак не получалось хоть как-то разговорить Павла. Он продолжал смотреть в стену, глубоко вздыхать и плакать. Я почувствовала острую беспомощность. Попытки найти какие-то ресурсы в прошлом опыте не увенчались успехом. Я продолжала подсказывать ответы, которые мешали моему собеседнику чувствовать себя более свободно.

На этом месте стоит остановиться подробнее. Мои внутренние сомнения в нужности/возможности продолжения беседы, вероятно, проявлялись через мои телесные знаки. В какой-то момент мой взгляд сфокусировался на его палке, на которую он, сидя, опирался и периодически постукивал в такт молчанию, своим внутренним мыслям и воспоминаниям. Быстро, не задерживаясь промелькнула мысль: «Вот скажу что-то не так, стукнет — и все...». После интервью мне за эту мысль больше всего было стыдно...

Позже история его последнего убийства всплывет в разговоре еще несколько раз, я должна была понять, почувствовать, что в этом факте скрывается что-то крайне важное для Павла.

Р.: Я вот в (таком— то году) освободился, поехал в Удмуртию. Там я пожил нормально.

И.: Долго?

Р.: Долго. Там все родственники. И все татары. Все гостеприимные.

И.: Ммм. Хорошо. А потом что?

Р.: Потом че, уехал в (эту область)... чтобы этого убить... Убить надо было.

И.: Кого?

Р.: Этого педофила.

И.: Ммм. Откуда вы о нем знали?

Р.: Я его знал... Где он находится, где работал: все знал!

...

И.: А откуда вы его знали?

Р.: Так мимолетом... Но я знал, что он — пидор.

И.: А откуда? Кто-то рассказал? То есть у вас история была какая-то? ...

А это с предыдущей колонии, что ли? ... Вы до этого то есть вместе сидели, что ли, с ним? А почему его надо было убить?

Р.: Не должен был... жить просто.

И.: Ммм. Ну, как это все? То есть вы приехали в (эту область) и вот вы его искали?

Р.: Нашел я его сразу. Купили вина, водки... пошли в лесопосадку, где я его оглушил.

И.: Это в каком году было?

Р.: (молчание). 6 лет тому назад.

И.: Ммм. И вас нашли сразу?

Р.: Да.

И.: А как вы объяснили? Когда дознание идет же, надо как-то объяснить свой поступок?

Р.: Объяснил, конечно, убил я.

И.: Признались?

Р.: Да (молчание). Все меня закинули, повезли (тишина, долгая пауза).

И.: А все-таки, почему его надо было убить? То есть он вас обидел, что ли, в этом ...

Р.: Нет. Он меня не обидел. Он мне... (всхлип) в душу насрал...

И.: Ммм...

Р.: (молчание).

И.: Кого-то из родственников обидел, что ли?

Р.: Нет.

И.: А что произошло? Не можете рассказать?

Р.: (молчание). Он изнасиловал...

И.: ...Ммм...

Р.: (всхлип) Молодых девок...

И.:...И вы об этом узнали, да?

Р.: Да. Я его сразу нашел.

И.: А это кто-то о нем рассказал, это как история его? Откуда вы узнали, что он насиловал?

Р.: (долгое молчание).

И.: Тяжело, конечно, это пережить, я понимаю.

Р.: Да я уже (всхлип)... я уже пережил.

Скажу сразу, мне так и не удалось понять, что же произошло с Павлом в колонии: почему он стал намеренно разыскивать сидевшего с ним в колонии человека, специально поехал в другую область, чтобы совершить задуманное, как, из каких источников узнал адрес? Стоит отметить, что не так важно было понять мотивы отдельного, конкретного убийства, совершенного этим человеком — это не входило в задачи проекта. Собственно и в других проектах, посвященных тюремному опыту, вопросы о соответствии рассказа о совершенном преступлении «реальности», или адекватность приговора и полученного срока, доказательства вины или невиновности интересовали нас в той мере, в какой эти нарративы работали в направлении нормализации индивидуального опыта, аргументации смысла совершенного для встраивания этого отрезка жизни в контекст биографии в целом. В разных историях жизни, сопряженных с тюрьмой, мы старались обнаружить следы самой российской системы наказания в ее современном варианте: с ее смыслами, особыми режимами власти, практиками изоляции, лишений и унижений, полной ликвидацией приватного пространства, красными и черными иерархиями (включая гендерные режимы, межэтнические и межрелигиозные отношения) и соответствующими статусами отбывающих свои сроки заключенных (Омельченко, 2016).

Понимание места и позиции человека внутри этой системы было важно не только для реконструирования его или ее индивидуальной судьбы, но и для сборки общей картины функционирования пространства тюрьмы как концентрированного выражения ключевых тенденций современного российского общества в целом. Это не значит, что для нас остается



незначимой личной историей преступления и наказания, но мы точно отходим в сторону от вынесения некоего морального или гражданского вердикта в отношении тяжести/недопустимости/бесчеловечности совершенного проступка. Мне уже в ходе интервью было в принципе понятно, что за этой практически нерассказанной историей Павла стоит важный сюжет, имеющий отношение к тюремной иерархии, что самым непосредственным образом было связано с исследовательским вопросом. Однако пробиться сквозь тягостное молчание, кашель, всхлипывания и слезы собеседника мне так и не удалось. Самым первым впечатлением от всей ситуации было то, что он сам испытал унижение сексуального характера — не обязательно будучи в позиции обиженного — а, например, мог подвергаться особому рода издевательствам. Другой вариант — что он исполнял чей-то прямой заказ на убийство этого человека, будучи включен и после отсидки в широкие информационные сети, связывавшие заключенных и освободившихся в систему взаимного оповещения. Так, например, не отданный карточный долг или нереализованное наказание внутри колонии за караемый поступок (насилие со стороны «актива, козлов»⁷, сокрытие своего гомосексуального прошлого или изнасилования несовершеннолетних) могли преследовать бывшего зэка и на свободе. Поскольку текст интервью не позволяет идти дальше предположений и догадок, этот сюжет остается без объяснения.

Несколько раз по ходу интервью я пыталась остановить разговор, спрашивала: «Вам не тяжело разговаривать?» — и всякий раз он отвечал, что нет, что готов рассказывать, только не очень понимает, что я от него хочу, чего жду, о чем рассказывать? Сейчас, уже в который раз перечитывая транскрипт и вспоминая само интервью, я натываюсь на места, которые по всем законам «жанра» следовало развернуть, раскрыть, я же продолжала, задавая вопросы, предлагать свои ответы, которые я, вероятно, выхватывала автоматически из прошлого опыта исследований. Очевидно, что меня тяготили длинные паузы и постоянные всхлипывания информанта, мешали ощущения, что беседа топчется на одном месте, казалось, что я практически клещами вытягиваю ответы, резонирующие с моим опытом. С одной стороны, это можно оправдать сложностью ситуации и закрытостью информанта, однако мне до сих пор кажется, что Павел очень хотел поделиться и рассказать, а у меня не хватило смелости или терпения дождаться его собственной истории. И, вероятно, вся обстановка, мое напряжение, плач и стоны информанта подталкивали меня (и это было видно) к завершению тягостной для обоих беседы.

И.:...А в какую колонию попали, вот в этот последний...

...

Р.: Ммм.

И.: И какой там порядок?

Р.: Нормально.

⁷ Члены актива, или «козлы» — так называют заключенных, которые подписывают с администрацией согласие на сотрудничество, и становятся активной, часто крайне агрессивной частью неформальной системы тюремного режима.

И.: Ну, она какая считается — черная или красная?

Р.: Черная.

И.: Черная? То есть воровской порядок?

Р.: Не воровской... так

И.: Ну, а как вы его называли?

*Р.: Мы его никак не называли... **это как ты назовешь.***

И.: Ммм. Ну, колонии же разные, бывают и красные.

Р.: А это не красная.

*И.: Не красная, нет. **Вам не тяжело разговаривать?***

***Р.: А че не пьете? (шуршание фантика от конфет)...** (пьет чай).*

И.: Ну, вот мы изучаем, нам интересно, как отношения складываются в тюрьме, в последней вашей (номер колонии), можете рассказать? Чья власть, как вот, это вот, отношения складываются с другими? Кто главный, кто подчиненный?

Р.: Главный — хозяин. Все он решает.

И.: Хозяин — вор? Или...

Р.: Нет.

И.: Начальник?

Р.: Начальник... Он решает сколько, че... (кашляет, долгая пауза).

И.: А актив есть? Был актив?

Р.: да... (отхлебывает чай).

Совсем уж странная моя ошибка — что я отказалась от чая с конфетами, которые в самом начале беседы предложил Сергей сначала Павлу, потом мне. Чай он заварил как положено — не пакетиками, а насыпал листовую заварку прямо в прозрачную чашку. Было видно, что это хороший чай, правильный. Чай вместе с сигаретами остается самой ходовой валютой в колонии, ими по-прежнему расплачиваются за грязную работу, к которой привлекают как тех, кто не греется, так и обиженных (мытьё санузлов, стирка одежды, мытьё полов, уборка помещений). Чай в колонии, особенно мужской, пьют постоянно — когда ведут бесконечные беседы, играют в карты, разбираются с конфликтами. Было видно, что Павел пьет с особым удовольствием. И, может быть, включись я в этот знакомый ему ритуал — беседа бы пошла по-другому. По крайней мере, длинные паузы были бы вполне оправданы...

После получасового разговора я вдруг вспомнила, что еще ничего не узнала про самого Павла.

И.: А вам сколько лет?

Р.: 54.

И.: 54? А образование какое у вас?

Р.: Одиннадцать.

И.: 11 классов? (помехи). А специальность какая-то была? Что вы делали, работали?

*Р.: (кашель и тишина)... **даже рассказать не о чем...***

И.: А?



Р.: Даже рассказать не о чем.

И.: Почему? Ну, это же ваша жизнь... что вы помните, расскажите.

Р.: (пьет чай, отхлебывает). Тишина.

И.: Семья? Была у вас семья?

Р.: Да.

И.: А сейчас?

Р.: (пьет чай) Сейчас нету.

И.: А сами откуда? Здесь? Местный?

Р.: Казахстан.

И.: А, из Казахстана? А по национальности? Русский?

Р.: Нет, мариец.

И.: Мариец? Ммм.

Р.: (отхлебывает чай).

И.: А были еще... или вы не знаете — в колонии марийцы?

Р.: Были.

И.: Были? Какое-то землячество делали, нет?

Р.: Бывало (отхлебывает чай).

И.:...Вопросы решать... помогали?

Р.: Да (чай отхлебывает громко).

И.: Ммм.

Р.: (тишина).

И.: Тяжело вспоминать или что?

Р.: Ничего не идет в голову.

Павел рассказал, что сам он был «не при власти... себя так не вел...», особых нарушений не было, сам себя определяет как пацана (то есть мужика⁸), работал на промзоне, везде — «сучки рубил и лес». А на мой вопрос, как называли в колонии авторитетов — блатных, он ответил, что их называли «свои и по именам». Я уточнила, были ли какие-то особые отношения со стороны осужденных или администрации к людям разных национальностей. Павел отвечал, что особой разницы не было: все сидели за разное: «за убийство. Кто за че. Кто за наркотики», вели они себя нормально и относились к ним «нормально, как себя поведешь. Как себя покажешь — так оно и есть». Правда, говорит, что было и такое, что некоторых из них заставляли убирать за кем-то, чистить (он говорил в этом месте о таджиках): «Ну, заставляют, не заставляют, а как... (пауза) их просят, они делают тоже.

И.: Ааа. Ну, платили чем-то?

Р.: Платили сигаретами и этими... чаем.

Я уточнила, навещал ли его кто-то, он сказал: «У меня мать, когда еще была жива, навещала».

⁸ Мужик — это средняя позиция внутри тюремной иерархии: не в активе и не в блатной структуре. Мужикам разрешалось работать и подавать на УДО (что совершенно недопустимо для блатных и авторитетов в черных колониях). При этом мужики оставались основной рабочей силой, которую использовали и администрация, и воровские («черные») начальники.

И.: Ммм.

Р.: (пьет чай, отхлебывает чай).

И.: А как... на свободе вообще удавалась пожить? Или нет? Были у вас перерывы?

Р.: Мало.

И.: Мало, да? (молчание). А как так получилось?

Р.: Я не знаю.

И.: Алкоголь или что?

Р.: И это тоже...(тишина).

В краткой истории про игры в карты в колонии Павел рассказал, что играли на большие деньги, на кону могли быть и пять, шесть и больше тысяч, играть могли несколько дней подряд, проигравших наказывали, «ставили на счетчик». В колонию вольные «заносили телефоны» и алкоголь, достать который (как и наркотики) не было проблемой. Например, он рассказал, как они в колонии праздновали Новый год, «развешивали всякую мишуру, играли в детские игры, пили». На мои вопросы о том, как он попал в этот реабилитационный центр, Павел сказал, что «сюда... я... старики, которые уже... никакой..., тяжело ходить совсем, и меня отпустили как... они закрыли, допустим, вот сюда в лечебницу... Ну, как пенсионный здесь...».

В ходе беседы встал вопрос о статусе обиженных в колонии. Именно им («обижалкам»), по мнению информанта, приходится хуже всего:

И.: А много их было там?

Р.: Ну, человек 100 где-то. Где-то человек 50.

И.: Ммм. А кто туда попадал, в обиженные?

Р.: Определяли сами... сами говорили.

И.: Ну, кто-то сам говорил, а кого-то определяли? Да?

Р.: Да.

И.: А за что?

Р.: За разное хулиганство. ... Че-то пообещал и не сделал. ... Ну, денег, например.

И.: Ну, жестко. И с ними общаться нельзя?

Р.: Можно, смотря как.

И.: Как?

Р.: Чтоб меньше народу видело.

И.: Ааа, понятно. И еще, наверное, за секс, да? А были, которые не сами, например, а насилие какое-то над ними?

Р.: Это уже... уже специально делали.

И.: Специально делали? Ну, просто какую-то историю, если можете вспомнить?

Р.: Попали или че.

И.: В смысле попали?

Р.: Ну, пообещали — не сделали.

И.: Ммм. И могли изнасиловать, что ли?



Р.: Изнасиловать — смотря за че.

И.: Ммм. И как к этому относились другие осужденные? Не защищали? Нельзя защищать?

Р.: Нет.

И.: Почему?

Р.: Как я полезу в чужой бардак?

И.: Ммм.

Р.: (молчание).

И.: Ну, жалко же, наверное, человека?

Р.: А че сделаешь?

И.: Ясно. И че заставляли делать? Они какую-то особую работу делали или что?

Р.: Ну, их заставляли все делать.

И.: Ну, например?

Р.: Ну, например, обувь чистить или че.

И.: Стирать?

Р.: Да, стирать.

И.: Дааа... сложно.

*Р.: **У вас... (вздых или плач?)***

И.: Что?

*Р.: **Разговор плохо клеится (плачет).***

И.: Че разговор какой? (не слышано)... немножко...

*Р.: **Плохо клеится.***

И.: Полный кризис. Да? Не расстраивайтесь. Ну, сейчас вам здесь помогут. Здесь люди хорошие очень. Вы — молодой мужчина еще, поправитесь.

Р.: Уже не могут поправить (длинная пауза, кашляет и плачет).

И.: А родные остались какие-то у вас?

Р.: У меня только один я.

Интересно, что в какой-то момент Павел даже пытается мне помочь, на что я обратила внимание только сейчас, читая транскрипт. Он хотел поговорить еще, но «разговор наш плохо клеился»... Я не буду в очередной раз перечислять свои ошибки в последнем отрывке разговора. Ясно, что мне стоило дать возможность рассказать его историю, а не рассказывать все самой. Но самый сильный сюжет ожидал меня в самом конце беседы.

И.: А были еще такие в колонии... тоже история известная же, да? История каждого известна.

Р.: Да (молчание).

И.: Не было?

Р.: (глубокий вздох и звук, будто пьет чай, возможно).

И.: Или не знаете?

Р.: Я понял...

И.: Были, да?

Р.: Че только не повидал!

И.: Ммм.

Р.: Жизнь... даже 10 лет назад, пора простить...

И.: Ммм. Простить? Я не поняла. Или просить?

Р.: (плач, всхлип, кашель).

И.: Ну, ладно, спасибо большое, отдохайте, а то уже немножко мы...

Р.: Я ничем (громкий всхлип) вам не помог...

Так закончилось это интервью. Я не случайно вынесла последнюю фразу информанта в название статьи-эссе. Именно эти слова звучали в моей голове весь обратный путь из этого реабилитационного центра — назад, в областной город. Именно они подтолкнули меня к написанию этого текста. Вероятно, меня можно упрекнуть в излишней драматизации ситуации или в том, что я ищу какой-то другой, скрытый смысл в этой фразе. Но мне до сих пор кажется, что Павел хотел мне помочь в моей работе, принести хоть какую-то пользу. В нашей профессиональной этике существует принцип, важный в данном случае: интервью для информанта должно стать значимым фактом дня, неким подтверждением, пусть и временным, какой-то значимости и важности его или ее истории жизни, вызванным не показным любопытством, а поддерживаемым в ходе беседы сбалансированным общением человека с человеком.

На этот раз мне это явно не удалось. И еще одно. Размышляя над этим исследовательским опытом, я поймала себя на том, что почувствовала облегчение, уходя из этого центра. Меня больше тревожили совершенные ошибки, чем, собственно, сама тяжелая жизненная история человека, который, как и многие другие в этом центре, оказался никому не нужным. В ходе работы над этим эссе мне стало легче, получился своего рода бесплатный сеанс самотерапии. Думаю, что это поможет в дальнейшем оставаться более сенситивной в исследовательском поле и, решая важные задачи исследования, не терять способности к сопереживанию другим, пусть и, как в данном случае, другим с такими фактами биографий, которые очень трудно понять, разделить и принять.

Литература

Гудова Е. А. О «травме методом» и эмоциональной работе полевого исследователя // Социология: методология, методы, математическое моделирование (4М). 2019. № 48. С. 58–82.

До и после тюрьмы. Женские истории / Под науч. ред. Е. Л. Омельченко. СПб.: Алетейя, 2012.

Около тюрьмы: женские сети поддержки заключенных / Под ред. Е. Л. Омельченко, Дж. Пэллот. СПб.: Алетейя, 2015.

Омельченко Е. Л. Красные и черные: гендерное измерение структур различия и исключения в мужских колониях // Журнал социологии и социальной антропологии. 2016. Т. XIX. № 2. С. 142–159.

Дата поступления: 15.01.2020

«Визуальный дневник»: как фотоданные репрезентируют контекст полевого исследования¹

DOI: 10.19181/inter.2020.21.6

Ссылка для цитирования:

Полухина Е. В., Стрельникова А. В., Ваньке А. В. «Визуальный дневник»: как фотоданные репрезентируют контекст полевого исследования // Интеракция. Интервью. Интерпретация. 2020. Т. 12. № 1. С. 96–117. DOI: <https://doi.org/10.19181/inter.2020.21.6>.

For citation:

Polukhina E. V., Strelnikova A. V., Vanke A. V. (2020) Visual Diary: How Photos Represent the Context of Field Research. *Interaction. Interview. Interpretation*. Vol. 12. No. 1. P. 96–117. DOI: <https://doi.org/10.19181/inter.2020.21.6>.



Елизавета Полухина*, Анна Стрельникова**, Александрина Ваньке***

В данной статье авторы обозначают возможности использования фотографических материалов в полевом исследовании. Статья основывается на визуальных данных, полученных в ходе нескольких авторских исследовательских проектов 2017–2019 годов, нацеленных на изучение трансформации заводских территорий г. Москвы и повседневности индустриальных рабочих г. Екатеринбурга. Авторами показана как аналитическая значимость визуальных материалов, так и их дидактический потенциал. Демонстрируется, как практика фотографирования органично встраивается в классические этапы полевой работы: доступ в поле, сбор данных, анализ и презентация результатов. Одновременно с этим фотографии становятся

¹ Статья подготовлена в рамках проекта «Прошлое и настоящее рабочих районов: трансформации социокультурной и территориальной идентичности» при финансовой поддержке РФФИ (грант № 17-33-01006).

* Полухина Елизавета — кандидат социологических наук, доцент, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», epolukhina@hse.ru.

** Стрельникова Анна — кандидат социологических наук, доцент, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»; старший научный сотрудник, Институт социологии ФНИСЦ РАН, astrelnikova@hse.ru.

*** Ваньке Александрина — кандидат социологических наук, научный сотрудник, Институт социологии ФНИСЦ РАН; докторант Школы социальных наук, Манчестерский университет, a.vanke@postgrad.manchester.ac.uk.



незаменимым источником данных об изучаемой повседневности горожан — материальной культуре, пространственных практиках, эмоциях, идентичностях. Авторы показывают процесс полевого исследования, рассказывают историю проектов языком фотографий и демонстрируют жанр эмпирического материала — визуальный дневник.

Ключевые слова: фотоданные; фотонарратив; практика фотографирования; полевое исследование; визуальные данные; этнографическое интервью; наблюдение; этнографическое кейс-стади; визуальная социология; визуальный дневник

Фотографирование как исследовательская практика

Казалось, совсем недавно в отечественной исследовательской рефлексии появились работы, посвященные визуальной социологии. Так, в 2007 г. на страницах журнала «Интеракция. Интервью. Интерпретация» появилась рубрика «визуальная социология» вместе с одной из первых русскоязычных подборок статей, посвященных этой тематике (см., например, Запорожец, 2007). Одновременно с этим вышла в свет ключевая переводная работа П. Штомпки, где обозначается место фотографии в социологической науке, ее познавательные функции: стимулирование внимания и воображения, зрелищная инспирация / убедительность / основа для развития гипотез, регистрация и документирование социальных фактов (Штомпка, 2007: 72–75). В этой работе сформулированы предмет визуального изучения в многообразных контекстах и аспекты, которые становятся фокусом фотографий, — индивиды, действия, интеракции, коллектив, культура, техника, среда (там же: 44), обозначены способы анализа — герменевтический, семиотический, структурный, дискурсивный (там же: 77–100). В том же 2007 г. появилось издание о работе с визуальными данными в междисциплинарном контексте (Визуальная антропология..., 2007).

Сейчас визуальная социология основательно институализирована: действующая The International Visual Sociology Association (IVSA) регулярно собирает многочисленные конференции, международный журнал “Visual Studies” можно отнести к списку высокоцитируемых. Методологии сбора и анализа визуальных данных посвящено множество исследовательских изданий (Rose, 2001; Pink, 2005; Banks, 2007; Banks, 2018; Eberle, 2017). В 2020 г. планируется конференция об исследовательской фотографии в Финляндии “Images Among Us”².

Многообразие форматов визуального, их познавательная сила широко освещаются в отечественных публикациях (Рождественская, 2017; Харпер, 2013; Богданова, 2012; Печурина, 2011; Омельченко, Поляков, 2017;

² Сайт финской организации HelsinkiPhotomedia URL: <https://helsinkiphotomedia.aalto.fi/call-for-papers/> (дата обращения: 17.10.2019).

Стрельникова, Ваньке, 2017; Андреев и др., 2018), в ВУЗах читаются курсы по визуальной социологии. Благодаря развитию визуальной социологии открылись новые источники первичных данных для социокультурного анализа, а визуальные отчеты стали популярным способом изложения академических результатов (Сергеева, 2008: 145).

Отметим, что значение фотографии переосмысливается и в междисциплинарном контексте. К примеру, в 2019 году в Пушкинском музее в г. Москве отмечают 180 лет с появления фотографии. Приуроченный к этому юбилею цикл лекций «180 лет фотографии: от магии к модели видения» поднимает следующие междисциплинарные вопросы: как понять феномен фотографического и значимость его бытования? Фотография — это отпечаток, документ эпохи, технология, язык искусства, способ коммуникаций? Убила ли «цифра» фотографию или освободила ее от технологических ограничений?³

В наши дни социальных сетей и доминирования визуальной культуры фотографирование становится повсеместной рутинизированной практикой горожанина. Сейчас фото доступны для исследователя как источник данных, социальных фактов, смыслов, метафор, научных аргументов. Они могут быть представлены уже как собранные архивы визуальных данных. А как обстоят дела с практикой полевой работы, где фото генерируются совместно с информантами? Как эта практика встраивается в современную исследовательскую работу? Каким образом фотографирование изменяет полевую исследовательскую ситуацию? Как фотопрактика реконструирует отношения «информант — исследователь»? Что нам сообщают фотоданные о контексте исследования на каждой исследовательской стадии? Эти вопросы лежат в основе статьи.

Особенности сбора фотоданных в полевом проекте

Фотографии, представленные в статье, сделаны авторами (некоторые — коллегами авторов) в ходе нескольких совместных полевых проектов на тему индустриального прошлого заводских районов Москвы и Екатеринбурга (Ваньке, Полухина, 2018; Стрельникова, 2018; Strelnikova, 2018; Полухина, Ваньке, 2019). Мы считаем, что использование фотографий важно при описании контекста полевого исследования как в его методической, так и организационно-технической части. Поэтому фотографии поэтапно репрезентируют стадии полевых проектов — от доступа к полю до презентации результатов. Эти данные представляют собой своеобразный «визуальный дневник», показывая, как пошагово реализуется исследовательский проект, кто его участники, в каких условиях собирались данные⁴.

³ Программа лектория. Государственный музей изобразительных искусств имени А. С. Пушкина. Сезон 2019–2020. г. Москва. 2019. URL: https://pushkinmuseum.art/visitors/excursions/adults/12035_lections2019-2020.pdf (дата обращения: 1.10.2019).

⁴ Отметим, что статья является своеобразным сопроводительным визуальным материалом к нашему методическому пособию «Как собрать данные в полевом [качественном] исследовании». В этой связи мы ограничиваемся уровнем иллюстрирования этапов сбора данных и рефлексией о них, не претендуя на детальный визуальный анализ.



Название «визуальный дневник» для подобного формата полевых материалов было выбрано нами интуитивно, в соответствии с содержанием этого дневника. Отметим, что подобным же образом, отталкиваясь от формата материалов и их роли в исследовании, расширяют свой словарь и коллеги из смежных дисциплин. Так, недавно вышла в свет аналитическая дискуссия исследователей-антропологов, которые рассуждают о том, какое место занимают разные виды данных (в том числе визуальные) при переходе от полевого этапа к тексту, и как фотографические практики исследователя соотносятся с его ролью в поле (Андреев и др., 2018). Также А. Н. Андреев и его коллеги предлагают различать *визуальные записи (заметки)* и *визуальный дневник*: первый вариант выступает в роли быстрого протоколирования происходящего, когда не удастся сделать обычную текстовую заметку, второй вариант — «средство и цель проведенного исследования», т.е. целенаправленно собираемые материалы, на базе которых будет сформирован исследовательский отчет (там же: 15–16). Однако, по нашему мнению, различия между двумя этими видами достаточно условны, а само понятие дневника включает в себя возможность любых записей и заметок, сделанных исследователем.

По опыту наших проектов можно сказать, что для полевой практики фотографирования желательно привлечение второго исследователя. Первый непосредственно проводит интервью, зрительно контактирует с информантом, а второй одновременно фотографирует, регистрирует детали и поддерживает коммуникацию (Полухина, 2017). Подобная практика тандемной полевой работы с визуальными данными не уникальна и является органичным полевым решением. Более того, практика подобной полевой работы уже описана по трудам знаменитой академической пары Маргарет Мид и Грегора Бейтсона (Jacknis, 1988). Однако в случае проведения индивидуального проекта или квалификационной работы возможности для совместного фоторегистрирования ограничены. При индивидуальном сборе данных исследователь в первую очередь фокусируется на фотодокументации пространств, социальных практик, визуальных репрезентаций и других наблюдаемых артефактов изучаемого сообщества.

Уточним, что в наших проектах присутствие на фото участников исследований было согласовано с ними (подписано информированное согласие). Мы предварительно оговаривали формат общения, возможности видео/фотосъемки и регистрировали эти договоренности в бланке согласия. Фотографирование иногда заставляло информантов испытывать дискомфорт, так как они не считали важным то, что их окружает⁵, а иногда испытывали стеснение. В некоторых случаях совместная фотография, наоборот, способствовала сближению исследователя и информанта.

Результаты фотографирования как исследовательской практики могут быть условно разделены на два вида: *вспомогательные фотографии* (такие

⁵ В работе (Андреев и др., 2018) приводится пример того, как исследователи фотографировали рабочего за его монотонным трудом, а он, заметив, что стал объектом фотосъемки, предложил сделать более «интересные» (по его мнению), снимки, отражающие более сложные работы.

фотографии дают ответ на вопрос: «как это выглядит?», см.: Андреев и др., 2018: 17) и *целевые фотографии*, которые фиксируют динамику развития происходящих событий в соответствии с основными задачами исследования. При этом фотографирование нередко применяется вместе с другими методами полевого исследования, и наши проекты не стали исключением. Это связано с тем, что при фотографировании «некоторая часть реальности была взята в рамки камеры» (Сергеева, 2008: 144), но при этом другая часть остается за ее пределами, уже недоступными тому, кто пытается интерпретировать ситуацию только при помощи демонстрируемого изображения. Именно эта особенность фотографирования была причиной того, что в течение длительного времени оно воспринималось как неакадемическая практика, пригодная преимущественно для иллюстраций, но не как исследовательский инструмент (там же: 138). Позднее стало складываться понимание, что полевой дневник (в том числе его визуальная часть) — это «не сырые данные, ожидающие изысканных аналитических процедур» (Андреев и др., 2018: 104), а документация многомерного полевого опыта, уже имеющая свою внутреннюю логику.

Опыт наших проектов показал, что фотографирование оказывается особенно важным при проведении наблюдений и биографических прогулок, фиксируя и структурируя происходящее вокруг. В ходе этнографического интервью фотографии могут запечатлеть меняющуюся ситуацию взаимодействия, помогая запомнить детали, а уже имеющиеся визуальные образы могут служить в качестве стимульных материалов для более подробного сфокусированного рассказа⁶.

Далее мы продемонстрируем некоторые фотографии из наших исследовательских архивов, которые позволяют понять контексты полевой работы — условия, эмоции, среду и пространства. Одна часть фотографий описывает наш опыт полевой работы в Екатеринбурге, где мы изучали повседневность индустриального рабочего района Уралмаш, вторая часть представляет наш полевой опыт в Москве, где мы изучали трансформацию территориальной идентичности районов Тушино и Автозаводский/Зил. Постараемся, с одной стороны, показать значимые фотографии проектных этапов, а с другой — продемонстрировать, что эксплицируют эти изображения и как их можно трактовать в контексте полевой работы.

Многослойный доступ в поле

Фото 1 репрезентирует наш первый визит на завод, который являлся одним из объектов нашего изучения. Снимок показывает, как выглядит возможная точка доступа в поле — вход в заводской отдел кадров. Она отражает положительный настрой исследователей, умеренную настойчивость, командность, важность пробовать разные способы доступа на изучаемой территории.

⁶ См. также рефлексии по поводу соотношения «рассказа и показа», происходящего в ходе интервью, в статье (Веселкова, Вандышев, Прямикова, 2019).



Фото 1. Путь в отдел кадров завода. Екатеринбург, октябрь 2016 г. На фото: Павел Сушко, Александрина Ваньке и Елизавета Полухина.
Источник: фото А. Стрельниковой.



Фото 2. «Дверь закрыта, мы — в окно». Подъезд пятиэтажного дома, район Уралмаш, Екатеринбург, 2017 г.
Источник: фото Е. Полухиной.

После первых полевых переговоров мы поняли, что действовать «сверху» через администрацию завода затруднительно. И далее обратились к екатеринбургским коллегам — социологам и попросили через личные контакты помочь нам выйти на рабочих. Так мы получили первые контакты рабочих и договоренности на интервью (Полухина, 2017). В целом фотографию 2 можно назвать визуальной метафорой, иллюстрирующий наш способ

получения доступа. Она показывает, с одной стороны, как с помощью мебельной тумбочки «одомашнен» двор жилого дома советской постройки в изучаемом районе и как, в принципе, легко с помощью нее попасть в окно первого этажа. С другой стороны, изображение показывает, как нами был осуществлен доступ к рабочим: «дверь закрыта, мы — в окно».

Множественность ситуаций интервью: комбинирование домашних, районных и рабочих пространств



Фото 3. Дом рабочей завода, жительницы района Уралмаш. Она обозначает людей из своего ближнего окружения на карте контактов (проективная методика «круги общения»), 2017 г. *Источник:* фото Е. Полухиной.

Фотография 3 показывает, как старательно и последовательно участница выполняет задание исследователей (Стрельникова, Ваньке, 2017). Так же аккуратно расставлены предметы интерьера на ее столе, которые отражают ее возможные домашние практики — просмотр телевизора, чтение, разговоры по телефону, замеры температуры, обдувание театральным веером, фруктовый перекус и др. Фотография выполнена в доме с ковром и велюровой мебелью с цветочными узорами, что свойственно для классических интерьеров прошлого. А ракурс, с которого сделано фото, позволяет научиться делать изображения, не задействуя лица участника.

Фотография 4 иллюстрирует то, как выглядит ситуация интервью на заводе. Исследователь ведет запись на два диктофона, снизу расположен гайд интервью, изредка ведутся записи в блокнот. При этом исследователь разговаривает с участником, глядя ему в глаза. Рабочее место демонстрирует, с одной стороны, функциональность и брутальность (станки, розетки, железный вентилятор), а с другой стороны, «одомашненность» за счет утепленного вещами стула, столов с клеенкой в цветочек.



Фото 4. Александрина Ваньке проводит интервью с рабочим на заводе. Екатеринбург, май 2017 г.
Источник: фото Е. Полухиной.



Фото 5. Интервью с рабочим завода во дворе. Екатеринбург, май 2017 г.
Источник: фото Е. Полухиной.

Фотография 5 показывает ситуацию интервью во дворе и то, как может быть расположен исследовательский инвентарь. Социолог регистрирует основные характеристики информанта в заранее подготовленные бланки. Продемонстрировано, как можно сделать фото без акцента на лице информанта.



Фото 6. Интервью с бывшим работником завода ЗИЛ, основателем онлайн-сообщества о ЗИЛ, в здании КЦ ЗИЛ. Начало полевых работ. Август 2017 г.
Источник: фото А. Ваньке.

Фото 6 показывает, как проходят интервью в местах, отличных от работы и дома (третьи места). Участник принес с собой некоторые документы, связанные с заводом, они лежат справа от него (трудовая книжка и др.). Недавно он нарисовал ментальную карту и в момент фотографирования пытается вспомнить детали района.

Фото 7 показывает, как возможно проводить интервью во дворе дома. Здесь нет стола, но участница легко справляется с заданием и находит



Фото 7. Фрагмент интервью с бывшей работницей КЦ ЗИЛ, рисование ментальной карты района во дворе ее прежнего проживания. Москва, август 2018 г.
Источник: фото А. Ваньке.



Фото 8. После длительного интервью. Семья ветеранов Тушинского машиностроительного завода. Октябрь 2017 г.

Источник: фото А. Стрельниковой.

для себя удобным нарисовать ментальную карту фактически «на коленке». Фотография отчасти показывает, как информант готов к сотрудничеству с исследователями. Это явление можно назвать «эмпатическая кооперация» — взаимный интерес и сотрудничество между информантом и исследователем в ситуации интервью.

Интервью, запечатленное на Фото 8, не было тандемным со стороны исследователей, но под конец стало тандемным со стороны информантов — мужа и жены, всю жизнь проработавших на Тушинском машиностроительном заводе. Общая продолжительность интервью составила более шести часов (и это пока самое длинное интервью в моей практике. — *Прим. А. Стрельниковой*). Конечно, столь продолжительная беседа не могла быть статичной — мы начинали разговор за журнальным столиком в гостиной (в наиболее официальном и «парадном» пространстве квартиры), затем переместились в одну из комнат — рабочий кабинет, где беседа выстраивалась вокруг архивных материалов и фотографий, потом вернулись в гостиную (к этому моменту пришла супруга информанта), и под конец переместились на кухню (в наиболее неформальное пространство «для своих»). Фото 8 сделано в финальной фазе интервью — во время совместного ужина на кухне, и показывает, что к этому моменту исследователя воспринимали уже скорее как друга или родственника. Родственный характер завязавшихся отношений был закреплен вручением на прощанье дачных гостинцев. В целом эффект размывания границ между ролью исследователя и «своего человека» связан не только с продолжительностью интервью — в какой-то мере он присущ биографическому методу в целом.

Анализируя наш опыт фотографирования, подчеркнем, что сбор фотоданных вносит определенные изменения в полевую исследовательскую ситуацию. Практика фотографирования может быть маркером степени доверия между информантом и исследователем. Можно выделить следующие тактики фотоповедения информантов. Во-первых, отказ от съемки: он обычно оговаривался информантом в самом начале при подписании информированного согласия. Отказывались от съемки преимущественно мужчины. Они изначально были слабо представлены в наших выборках и в случае участия были довольно скромны в отношении фото- и видеофиксации. Они далеки от публичности, не понимали смысла съемки и не хотели быть «сфотографированными». В некоторых случаях в процессе интервью они разрешали сделать несколько фото. Вторым, наиболее характерным типом поведения является нейтрализация процесса съемки и желание информанта сделать его органичной частью нашего общения. Предварительно мы оговаривали возможность съемки и в дальнейшем с согласия информанта делали фотографии во время беседы. Обычно это была ситуация тандемных интервью, где второй человек занимается фиксированием происходящего и поддержкой коммуникации. Для нас тактика нейтрализации съемки являлась наиболее подходящей; она позволяла фиксировать само взаимодействие *in vivo* без акцента на процессе фото. Редкими случаями были такие ситуации, как смущение / напряжение от фотосъемки, самолюбование / позирование, а также солидаризация с исследователем.

В ситуации эмпатической кооперации, когда уже установлены доверительные отношения, информант и исследователь действуют сообща, могут обсуждать детали совместной фотографии, варианты композиции; выбирать то, что может быть сфотографировано, просматривать сделанные снимки, обсуждать возможности обмена изображениями через Интернет.

Практика полевого фотографирования, будучи социальным взаимодействием, может раскрывать одну из граней идентичности информанта. Процесс совместного создания визуального нарратива — отбор ракурсов, сюжетов для снимка, — косвенно сообщает нам о свойствах идентичности индивида, его восприятии изучаемой среды. Через артикуляцию процесса съемки мы узнавали об опыте фотографирования, границах публичности, восприятии жизненного пространства, наблюдали и фиксировали телесные практики индивида, их изменение в процессе съемки. Таким образом, фотоданные в полевом исследовании являются не только фактическим, документальным отражением социальной реальности, но и ее динамичной, «проговариваемой» версией (Pink, 2005). Практика фотографирования реконструирует доверие между участниками исследовательской ситуации, одновременно с этим она может быть стимулом для артикуляции свойств идентичности индивида во взаимодействии «информант — исследователь — камера — среда обитания».



Фото 9. Из серии наблюдений в Южном Тушино. Москва, май-июнь 2018 г.
Источник: фото А. Стрельниковой.

Купание и вечерние пикники с кострами — таковы практики использования пространства района Тушино в теплый сезон. Без проведения серии регулярных наблюдений было бы сложно зафиксировать эти неожиданные ситуации непосредственно в жилом районе. Данное фото показывают возможности этнографического кейс-стади, в котором включенное наблюдение проводится в течение длительного времени, а исследователь вживается в жизнь и ритм изучаемой группы людей и той территории, где они проживают. На фото 9, представляющем собой коллаж из двух фото, показаны социальные практики, обычные для местных жителей, но неожиданные для внешнего исследователя, поэтому они были обнаружены в ходе регулярных наблюдений в течение нескольких месяцев.

Следующее фото относится к серии наблюдений в районе вокруг бывшего завода ЗИЛ и застройки жилого комплекса ЗИЛАРТ, к которой принадлежит и новый городской парк «Тюфелева роща». Еще во время строительных работ этот парк стал популярным местом среди горожан. На фото 10 зафиксирована ситуация за несколько дней до официального открытия парка: несмотря на ограждающие ленточки, висящие объявления и расставленных по периметру охранников, многочисленные посетители отвоевали две крайние полянки и продолжали отдыхать. Можно сказать, что данное фото



Фото 10. «Парк закрыт». Москва, Тюфелева роща, июль 2018 г.
 Источник: фото А. Стрельниковой.

(коллаж из двух фото) документирует переход статуса закрытой территории в статус пространства, освоенного новыми акторами (причем это освоение произошло вопреки официальным запретам, наличию ограждений и стройке, ведущейся вокруг). Как и предыдущий снимок, данное фото показывает возможности долгосрочного наблюдения, так как этот символический переход был обнаружен только потому, что исследовательница регулярно приезжала и проводила наблюдения на выбранной территории, т.е. ситуация вряд ли могла быть зафиксирована в случае разового наблюдения. Кроме того, данный вид фотографий показывает, как исследователь интерпретирует материалы включенного наблюдения уже в процессе его описания (Андреев и др., 2018).

По нашему опыту, обращение к фотографиям после завершения полевого сеанса позволяет реконструировать события полевой работы, детализировать описания для исследовательского дневника. Мы довольно часто начинали писать исследовательский дневник после просмотра фотоданных, воспроизводя хронологию и детали событий, как будто заново переживая полевой опыт. Часть наиболее значимых фотографий мы помещали в сам текст дневника. В этом смысле фотоданные являются продуктивной технологией для репрезентации изучаемой реальности (Cruz, Meyer, 2012).

Иногда исследовательские метафоры и значения появлялись сами собой после просмотра фотографий. «Брутализм повсюду! Как же я раньше этого не заметила!» — такие идеи возникли при просмотре визуального ряда изучаемого индустриального района. Таким образом, фотоданные являются как стимулом для анализа и генерации идей, так и самостоятельным источником данных. При более детальном анализе данных мы изучали собранные фото как источник сведений о материальной культуре района, пространственных практиках, идентичностях и эмоциях информантов.



Фотографии, иллюстрирующие «возврат данных в поле»

К этой категории относятся визуальные и текстуальные материалы, демонстрирующие исследовательские результаты широкой аудитории, в их числе — исследовательские выставки с использованием фотографий, цитат из интервью, рисунков информантов, инфографики и образов, созданных дизайнером или художником.



Фото 11. Открытие исследовательской выставки «Уралмаш глазами рабочих» на Битлз-фестивале. Уралмаш, Екатеринбург, май 2018 г.
Источник: фото Л. Петровой.

Практика организации и экспонирования исследовательских выставок нечасто применяется российскими учеными, хотя она и описывается в научной литературе (Воронкова, 2009). По результатам исследовательского проекта «Быт и культура индустриального рабочего» авторы статьи совместно с дизайнером подготовили исследовательскую выставку «Уралмаш глазами рабочих», которая была открыта на уличном фестивале, приуроченном ко Дню района Уралмаш, где годом ранее мы собирали полевые данные (фото 11). Выставка содержала как визуальные, так и текстуальные материалы, представленные в разных жанрах, иногда в комбинированных визуальных формах, например, в виде коллажа, импровизированной карты района, рисунков заводчан, наших полевых фотографий, инфографики и т.д. Выставка открыла перед нами возможность аналитически пересобрать полученные данные в визуальный нарратив и презентовать исследование о районе в публичном пространстве.

Содержательно выставка состояла из трех взаимосвязанных разделов, описывающих быт и культуру заводских рабочих. Первая часть представляла ментальные карты района Уралмаш, сделанные участниками исследования во время биографических интервью. Рисунки позволили воссоздать



Рисунок 1. Планшет выставки «Уралмаш глазами рабочих» с визуализацией обобщенного образа района, полученного на основе анализа ментальных карт
 Источник: дизайн А. Павлова по техническому заданию, подготовленному авторами статьи.

образ района и выявить значимые места в нем в представлении коренных уралмашевцев. На рис. 1 показан планшет с обобщенным образом Уралмаша, который создан дизайнером на основе нашего подсчета частот повторяющихся элементов в ментальных картах. Так, обобщенный ментальный образ отражает ключевые по значимости объекты района: завод, площадь, трамвайное кольцо и парк около завода, и другие. Вторая часть содержала визуализированные маршруты биографических прогулок с жителями района и отражала опыт пространственных перемещений по его территории. Третья часть показывала культуру быта и пространство дома заводчан. Фотографии квартир, подъездов и придомовых территорий, совмещенные с рассказами о том, как рабочие обустраивают свое жилище, репрезентировали их особый стиль жизни. Видео 1 показывает процесс печати планшетов выставки в типографии в Екатеринбурге, документируя этот этап нашей исследовательской жизни.

Во время открытия выставки одна из авторов статьи совместно со студентами Екатеринбургской академии современного искусства (ЕАСИ) рассказала посетителям о полученных результатах проекта. Визуальные элементы планшетов, последовательно выстроенные в историю нашего изучения района и в историю повседневной жизни в районе, послужили основной и связующей нитью исследовательского нарратива, который удалось озвучить публике. В числе слушателей этого рассказа о нашем исследовании, основанного на изображениях, были школьники, люди старших



Видео 1. Процесс печати планшетов исследовательской выставки в типографии
Источник: видео А. Ваньке.

и средних возрастов, бывшие и нынешние заводчане, жители Уралмаша и других районов Екатеринбурга, которые пришли на уличный фестиваль. Посетители, включая коренных уралмашевцев, смогли ознакомиться с результатами проекта, дать обратную связь и поделиться своими впечатлениями от нее. Фото 11 показывает, каким образом исследовательская выставка может быть размещена в уличном пространстве. Например, при экспонировании выставки на улице планшеты можно разместить на мольбертах, выставленных в один ряд вдоль здания. Расположение выставки при входе в пространство уличного фестиваля позволило привлечь к ней внимание, поскольку проходящие на праздник люди сразу замечали яркие изображения и проявляли к ним интерес. После открытия выставка некоторое время экспонировалась в здании ЕАСИ.

Еще одним способом возвращения данных в изучаемый район стало сотрудничество с музеем в московской школе 830, которая находится недалеко от Тушинского машиностроительного завода (ТМЗ) и завода имени Чернышева. В ходе полевых работ было обнаружено, что школа является одной из важных точек доступа к старожилам района и бывшим заводчанам: они посещают тематические торжественные мероприятия, организуемые школой, а также приводят в школу своих внуков и правнуков. Поэтому инициатива помощи школьному музею Бурана (орбитального корабля, одного из последних и всемирно известных изделий ТМЗ), стала логичным способом возврата материалов району и его жителям (фото 12, 13).⁷

Продумывание стратегии по возвращению данных в поле особенно актуально в современном мире, когда представители изучаемой группы (в том

⁷ Совместная работа директора музея Н. А. Сисоевой и команды студентов под руководством А. Стрельниковой продолжалась в течение нескольких месяцев. Дальнейшие работы ведутся силами сотрудников школы с опорой на подготовленный проект.



Фото 12. Лестница, ведущая к музею орбитального корабля «Буран» в школе 830 г. Москвы (2018 г.)
 Источник: фото А. Стрельниковой.

числе бывшие информанты) могут прийти на научно-популярное и даже научное мероприятие и участвовать в обсуждении результатов, полученных исследователями⁸, могут посещать онлайн-страницу с материалами исследовательского проекта или инициировать диалог в социальных сетях, а также иным образом взаимодействовать с исследователями «вне поля».

Визуальные данные, сопровождающие исследовательский процесс в различных контекстах, являются частью архива полевого исследования и могут послужить иллюстрациями для публикаций и презентаций. Они содержат в себе и символическую информацию, и документальную информацию о действиях (Сергеева, 2008: 144), поэтому могут использоваться не только в аналитических целях. Фотоданные наглядно протоколируют полевые работы, позволяя исследователю восстановить детали описываемых мест, происходящих в них взаимодействий, смыслов действий индивидов. Данные визуального дневника могут служить ориентиром для начинающих

⁸ Подобная ситуация произошла, например, на Апрельской конференции НИУ ВШЭ в 2018 г., когда на мой доклад пришел житель изучаемого района и стал активно дискутировать по поводу полученных результатов (прим. А. Стрельниковой).



Фото 13. Обновленный музей орбитального корабля «Буран» в школе 830 г. Москвы (2018 г.)
Источник: фото Н. Сысоевой.

исследователей, иллюстрируя процесс полевого проекта и способы работы с визуальными данными.

Создание фотонарратива полевого исследования может обладать значительным аналитическим потенциалом. Во-первых, полевая фотосъемка изменяет исследовательскую ситуацию. Практика фотографирования в условиях взаимодействия с информантом реконструирует доверие между участниками исследовательской ситуации, отчасти служит маркером установленного доверия. Одновременно с этим процесс съемки может быть стимулом для артикуляции свойств идентичности индивида во взаимодействии «информант — исследователь — камера — среда обитания». На основе анализа практики фотографирования нами выделен набор тактик фотоповедения информантов — отказа в фотосъемке, нейтрализация, смущение / напряжение, самолюбование / позирование, а также солидаризация с исследователем.

Во-вторых, собранные фотоданные являются незаменимой технологией для репрезентации изучаемой реальности, фиксирования изучаемых явлений — материальной культуры, практик, идентичностей, среды обитания,

телесности. Просмотр собранного фотонарратива является как стимулом для анализа и генерации идей, так и самостоятельным источником данных для анализа и представления результатов в публичном поле (исследовательские выставки, презентации, фильмы, создание музея).

В-третьих, визуальный дневник полевого исследования позволяет детально зафиксировать контекст, в котором собирались материалы (многообразие доступа в поле, различия в пространствах сбора данных и др.), а значит, способствует пониманию собранных данных и социальных смыслов описываемых явлений.

Литература

Андреев А. Н. и др. Форум: от поля к тексту // Антропологический форум. 2018. № 36. С. 11–114. DOI: <https://doi.org/10.31250/1815-8870-2018-14-36-11-114>.

Богданова Н. М. «Визуальная социология» — новая наука или особый угол зрения? // Социологический журнал. 2012. № 3. С. 67–79.

Веселкова Н. В., Вандышев М. Н., Прямыкова Е. В. Пешеходное интервью: структура и жанры // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2019. № 4. С. 4–21. DOI: <https://doi.org/10.14515/monitoring.2019.4.01>.

Визуальная антропология: новые взгляды на социальную реальность: Сб. науч. ст. / Под ред. Е. Р. Ярской-Смирновой, П. В. Романова, В. Л. Круткина. Саратов: Научная книга, 2007.

Ваньке А. В., Полухина Е. В. Территориальная идентичность в индустриальных районах: культурные практики заводских рабочих и деятелей современного искусства // Laboratorium. Журнал социальных исследований. 2018. Т. 3. № 10. С. 4–34. DOI: <https://doi.org/10.25285/2078-1938-2018-10-3-4-34>.

Воронкова Л. «Социологические выставки»: визуальные презентации в социальных науках // Визуальная антропология: настройка оптики / Под ред. Е. Ярской-Смирновой, П. Романова. М.: Вариант; ЦСПГИ, 2009. С. 149–172.

Запорожец О. Визуальная социология: контуры подхода // Интеракция. Интервью. Интерпретация. 2007. Т. 3. № 4. С. 33–43.

Омельченко Д. А., Поляков С. И. Исследовательская камерой в пространстве медийной публичности: полевой опыт // Интеракция. Интервью. Интерпретация. 2017. Т. 9. № 13. С. 73–81.

Печурина А. Матрешки, иконы и Пушкин: личные вещи и культурная идентичность в эмиграции. Резюме // Laboratorium. Журнал социальных исследований. 2011. № 3. С. 199–203.

Полухина Е. В. Уралмаш как район рабочего: методические аспекты применения этнографического кейс-стади // Проект «Уралмаш»: культурное будущее [пост]индустриальных городов. Материалы международного симпозиума (Екатеринбург, 31 мая — 3 июня 2017 года) / Науч. ред.: Л. Е. Петрова, М. С. Ильченко, А. А. Пронин, И. А. Ахьямова. Екатеринбург: Екатеринбургская академия современного искусства, 2017. С. 25–37.

Полухина Е. В., Ваньке А. В. Идентичность заводского рабочего в постсоветском контексте: этнографическое кейс-стади района Уралмаш // Журнал исследований социальной политики. 2019. Т. 17. № 2. С. 237–252. DOI: <https://doi.org/10.17323/727-0634-2019-17-2-237-252>.

Рождественская Е. Ю. Анализ фотографии С. Максимишина: объединяя документальный и гештальтистский подходы // Интеракция. Интервью. Интерпретация. 2017. Т. 9. № 13. С. 44–50.

Сергеева О. В. Исследовательское поле визуальной социологии // Журнал социологии и социальной антропологии. 2008. Т. XI. № 1. С. 136–146.



Стрельникова А. В. Судьба Бурана в структуре территориальной идентичности района Тушино // Интеракция. Интервью. Интерпретация. 2018. Т. 10. № 16. С. 60–69. DOI: <https://doi.org/10.19181/inter.2018.16.5>.

Стрельникова А. В., Ваньке А. В. Полевое исследование индустриального района: стратегии сбора и анализа визуальных данных // Интеракция. Интервью. Интерпретация. 2017. Т. 9. № 13. С. 51–72.

Харпер Д. Фотовыявление: истоки, развитие, темы и формы // Социологический журнал. 2013. № 2. С. 16–42. DOI: <https://doi.org/10.19181/socjour.2013.2.380>.

Штомпка П. Визуальная социология. Фотография как метод исследования: Учебник / Пер. с пол. Н. В. Морозовой; авт. вступ. ст. Н. Е. Покровский. М.: Логос, 2007.

Banks M. Using Visual Data in Qualitative Research (2nd ed.). SAGE, 2018. <https://doi.org/10.4135/9781526445933>.

Banks M. Using Visual Data in Qualitative Research. (2nd ed.). SAGE, 2007. DOI: <https://doi.org/10.4135/9780857020260>.

Cruz E. G., Meyer E. T. Creation and Control in the Photographic Process: iPhones and the Emerging Fifth Moment of Photograph // Photographies. 2012. № 5. P. 203–221. DOI: <https://doi.org/10.1080/17540763.2012.702123>.

Eberle T. S. Collecting Images as Data // The SAGE Handbook of Qualitative Data Collection / Ed. by U. Flick. SAGE Publications Ltd, 2017. P. 392–411. DOI: <https://doi.org/10.4135/9781526416070.n25>.

Jacknis I. Margaret Mead and Gregory Bateson in Bali: Their Use of Photography and Film Source // Cultural Anthropology. Vol. 3. № 2. 1988. P. 160–177. DOI: <https://doi.org/10.1525/can.1988.3.2.02a00030>.

Pink S. Doing Visual Ethnography. London: Sage, 2005. <https://doi.org/10.4135/9780857025029>.

Rose G. Visual Methodologies. An Introduction to the Interpretation of Visual Materials. Thousand Oaks, CA: Sage, 2001.

Strelnikova A. Old and New Residents of Former Industrial Neighborhood: Differences and Identities / NRU Higher School of Economics. Series SOC “Sociology”. 2018. № WP BRP 84/SOC/2018. DOI: <https://doi.org/10.2139/ssrn.3301264>.

Дата поступления: 30.08.2019



Visual Diary: How Photos Represent the Context of Field Research

DOI: [10.19181/inter.2020.21.6](https://doi.org/10.19181/inter.2020.21.6)

Elizaveta Polukhina, Anna Strelnikova, Alexandrina Vanke

Polukhina Elizaveta – Candidate of Sociology, Associate professor, HSE University, epolukhina@hse.ru.

Strelnikova Anna – Candidate of Sociology, Associate professor, HSE University; Senior Researcher, Institute of Sociology of FCTAS RAS, astrelnikova@hse.ru.

Vanke Alexandrina – Candidate of Sociology, Researcher, Institute of Sociology of FCTAS RAS; Doctoral student at the Department of Sociology, University of Manchester, a.vanke@postgrad.manchester.ac.uk.

The article addresses the possibility of using visual data in field research. The article is based on the visual data obtained in the frame of the author’s research projects of 2017–2019, aimed at studying everyday life of industrial workers in Yekaterinburg and the transformation of industrial territories in Moscow. The article is the additional visual material to the authors methodological manual “How to Collect Data in the Field [Qualitative] Research”. The authors have shown both the analytical significance of visual materials and their didactic potential.

The article demonstrates how the research practice of photographing is organically integrated into the classical stages of fieldwork — access to the field, data collection, analysis and presentation of the results. At the same time, photographs are the relevant source of data about everyday life of citizens — material culture, spatial practices, emotions, identities. The authors make an attempt to visualize the process of field research, show the process of conducting projects through the photographs and demonstrate the genre of empirical materials as a visual diary.

Keywords: photo data; photo narrative; photography practice; field research; visual data; ethnographic interview; observation; ethnographic case study; visual sociology; visual diary

References

- Andreev A. N. et al. (2018) *Forum. Ot polya k tekstu* [Forum: From fieldwork to written text]. *Antropologicheskij forum* [Forum for Anthropology and Culture]. 2018. No. 36. P. 11–114. (In Russ.) DOI: <https://doi.org/10.31250/1815-8870-2018-14-36-11-114>.
- Banks M. (2018) *Using Visual Data in Qualitative Research*. (2nd ed.). SAGE. DOI: <https://doi.org/10.4135/9781526445933>.
- Banks M. (2007) *Using Visual Data in Qualitative Research*. (2nd ed.). SAGE. DOI: <https://doi.org/10.4135/9780857020260>.
- Bogdanova N. M. (2012) “Vizual'naya sociologiya” — novaya nauka ili osobyj ugol zreniya? [“Visual Sociology”: is it a new science or a special point of view]. *Sociologicheskii zhurnal*. № 3. P. 67–79. (In Russ.)
- Cruz E. G., Meyer E. T. (2012) Creation and Control in the Photographic Process: iPhones and the Emerging Fifth Moment of Photography. *Photographies*. No. 5. P. 203–221.
- Eberle T. S. (2017) Collecting Images as Data / In: U. Flick (ed) *The SAGE Handbook of Qualitative Data Collection*. SAGE Publications Ltd. P. 392–411. DOI: <https://doi.org/10.4135/9781526416070.n25>.
- Harper D. (2013) Fotovvyavlenie: istoki, razvitie, temy i formy [Photo elicitation: origins, development, topics and forms]. *Sociologicheskii zhurnal* [Sociological Journal]. No. 2. P. 16–42. (In Russ.) DOI: <https://doi.org/10.19181/socjour.2013.2.380>.
- Jacknis I. (1988) Margaret Mead and Gregory Bateson in Bali: Their Use of Photography and Film Source. *Cultural Anthropology*. Vol. 3. No. 2. P. 160–177. DOI: <https://doi.org/10.1525/can.1988.3.2.02a00030>.
- Omelchenko D. A., Polyakov S. I. (2017) Issledovatel' s kameroy v prostranstve mediinoi publichnosti: polevoi opyt [Researcher with a camera in the space of media publicity: fieldwork experience]. *Interaktsiya. Interv'yu. Interpretatsiya*. Vol. 9. No. 13. P. 73–81. (In Russ.)
- Pechurina A. (2011) Matreshki, ikony i Pushkin: lichnye veshchi i kul'turnaya identichnost' v emigratsii. Resume [Russian dolls, icons, and Pushkin: practicing cultural identity through material possessions in immigration]. *Laboratorium: Russian Review of Social Research*. No. 3. P. 199–203. (In Russ.)
- Pink S. (2005) *Doing Visual Ethnography*. London: Sage. DOI: <https://doi.org/10.4135/9780857025029>.
- Polukhina E. V. (2017) Uralmash kak raion rabocheho: metodicheskie aspekty primeneniya etnograficheskogo keis-stadi [The Uralmash as a worker's neighbourhood: methodical aspects of the ethnographic case-study application] / In: L. E. Petrova, M. S. Ilichenko, A. A. Pronin, I. A. Akh'yamova (eds) *Proekt "Uralmash": kul'turnoe budushchee [post]industrial'nykh gorodov. Materialy mezhdunarodnogo simpoziuma (Ekaterinburg, 31 maya — 3 iyunya 2017 goda)* [The project “Uralmash”: cultural future of [post] industrial cities. The proceedings of the international symposium (Yekaterinburg, 31 May — 3 June 2017)]. Ekaterinburg: Ekaterinburgskaya akademiya sovremennogo iskusstva. P. 25–37. (In Russ.)
- Polukhina E. V., Vanke A. V. (2019) Identichnost' zavodskogo rabocheho v postsovetskom kontekste: etnograficheskoe keis-stadi raiona Uralmash [The identity of the industrial worker in a post-Soviet context: an ethnographic case study of the Uralmash district]. *Zhurnal issledovaniy social'noi politiki* [The Journal of Social Policy Studies]. 2019. Vol. 17. No. 2. P. 237–252. (In Russ.) DOI: <https://doi.org/10.17323/727-0634-2019-17-2-237-252>.



Rose G. (2001) *Visual Methodologies. An Introduction to the Interpretation of Visual Materials*. Thousand Oaks, CA: Sage.

Rozhdestvenskaya E. Y. (2017) Analiz fotografii S. Maksimishina: ob'edinjaja dokumental'nij i geshtaltistskij podhodi [Photo of S. Maksimishin "Ferry through the Irtysh"]. *Interaktsiya. Interv'yu. Interpretatsiya*. Vol. 9. No. 13. P. 44–50. (In Russ.)

Sergeeva O. V. (2008) Issledovatel'skoe pole vizual'noi sociologii [The research field of visual sociology]. *Zhurnal sociologii i social'noi antropologii* [The Journal of Sociology and Social Anthropology]. 2008. Vol. XI. No. 1. P. 136–146. (In Russ.)

Strelnikova A. (2018) *Old and New Residents of Former Industrial Neighborhood: Differences and Identities*. NRU Higher School of Economics. Series SOC "Sociology". 2018. No. WP BRP 84/SOC/2018. DOI: <https://doi.org/10.2139/ssrn.3301264>.

Strelnikova A. V. (2018) Sud'ba Burana v strukture territorial'noi identichnosti raiona Tushino [The fate of Soviet space shuttle "Buran" as a part of territorial identity of Tushino neighborhood]. *Interaktsiya. Interv'yu. Interpretatsiya*. Vol. 10. No. 16. P. 60–69. (In Russ.) DOI: <https://doi.org/10.19181/inter.2018.16.5>.

Strelnikova A. V., Vanke A. V. (2017) Polevoe issledovanie industrial'nogo rawona: strategii sbora i analiza vizual'nykh dannykh [Field research of an industrial neighbourhood: the strategies of visual data collection and analysis]. *Interaktsiya. Interv'yu. Interpretatsiya*. Vol. 9. No. 13. P. 51–72. (In Russ.)

Sztompka P. (2007) *Vizual'naya sociologiya. Fotografija kak metod issledovaniya: Uchebnik* [Visual Sociology. Photograph as a research method: textbook]. Translated by N. V. Morozova; Avt. vstup. st. N. E. Pokrovskij. M.: Logos, 2007. (In Russ.)

Vanke A. V., Polukhina E. V. (2018) Territorial'naya identichnost' v industrial'nykh raionakh: kul'turnye praktiki zavodskikh rabochikh i deyatelei sovremennogo iskusstva [Territorial Identities in Industrial Neighborhoods: Cultural Practices of Factory Workers and Contemporary Art Communities]. *Laboratorium: Russian Review of Social Research*. Vol. 3. No. 10. P. 4–34. (In Russ.) DOI: <https://doi.org/10.25285/2078-1938-2018-10-3-4-34>.

Veselkova N. V., Vandyshev M. N., Pryamikova E. V. (2019) *Peshekhodnoe interv'yu: struktura i zhanry* ["Go-along" interview: its structure and genres]. *Monitoring obshchestvennogo mneniya: ekonomicheskie i social'nye peremeny* [Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes]. No. 4. P. 4–21. (In Russ.) DOI: <https://doi.org/10.14515/monitoring.2019.4.01>.

Yarskaya-Smirnova E. R., Romanov P. V., Krutkin V. L. (eds) *Vizual'naya antropologiya: novye vzglyady na social'nuyu real'nost': Sb. nauch. st.* [Visual Anthropology: new views on social reality: a collection of articles] (2007) Saratov: Nauchnaya kniga. (In Russ.)

Voronkova L. (2009) "Sociologicheskie vystavki": vizual'nye prezentatsii v social'nykh naukakh ["Sociological exhibitions": visual presentations in social science] / In: Yarskaya-Smirnova E. R., Romanov P. V. (eds) *Vizual'naya antropologiya: nastroyka optiki* [Visual Anthropology: Tuning the lens. M.: Variant; CSPGI. P. 149–172. (In Russ.)

Zaporozhets O. (2007) Vizual'naya sociologiya: kontury podhoda [Visual Sociology: Contours of the approach]. *Interaktsiya. Interv'yu. Interpretatsiya*. Vol. 3. No. 4. P. 33–43. (In Russ.)

Received: 30.08.2019

Движение футбольных фанатов: структура и коллективные идентичности

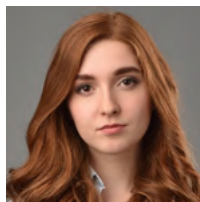
DOI: 10.19181/inter.2020.21.7

Ссылка для цитирования:

Колегова И. Е., Кондратенко В. А. Движение футбольных фанатов: структура и коллективные идентичности // Интеракция. Интервью. Интерпретация. 2020. Т. 12. № 1. С. 118–135. DOI: <https://doi.org/10.19181/inter.2020.21.7>.

For citation:

Kolegova I. E., Kondratenko V. A. (2020) The Football Fan Movement: Structure and Collective Identities. *Interaction. Interview. Interpretation*. Vol. 12. No. 1. P. 118–135. DOI: <https://doi.org/10.19181/inter.2020.21.7>.



Ирина Колегова, Валерия Кондратенко*

В статье рассматриваются особенности идентификации членов субкультуры футбольных фанатов. В данном случае субкультура описывается как определенная формализованная структура с набором четко закреплённых правил поведения и условных границ, где для участников существует возможность перехода из одной подгруппы в другую за счет привлечения определенных дополнительных ресурсов: фанатского стажа, индивидуальной активности, а иногда и дополнительных материальных средств. В этой ситуации идентичность участников фанатского движения рассматривается как фрагментарная: она строится, с одной стороны, на понимании и принятии подобной структуры, с другой стороны, на готовности и желании преодолеть межгрупповые барьеры и принадлежать именно к желаемой

* Колегова Ирина — стажер-исследователь, Лаборатория экономико-социологических исследований, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», kolegova.ira@gmail.com.

Кондратенко Валерия — стажер-исследователь, Лаборатория культурсоциологии и антропологии образования, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», vkondratenkohse@gmail.com.

Авторы выражают особую благодарность М. Е. Маркину и А. В. Стрельниковой за помощь в работе над статьей и ценные комментарии. Отдельная благодарность А. С. Бороховичу, Е. Е. Колегову и С. О. Майорову за важные замечания и комментарии.



подгруппе за счет повышения или понижения фанатской активности. В результате делается вывод, что структура фанатского движения достаточно пластична, она подвержена модификациям, соответственно, процесс формирования фанатской идентичности оказывается постоянно возобновляемым, нестатичным. Идентификация трансформируется в зависимости от изменения личных предпочтений и стиля жизни, а также под воздействием объективных и субъективных факторов существования данной группы.

Ключевые слова: пластичная идентичность; процесс идентификации; социальные роли; групповая структура и границы; субкультура; футбольные фанаты

В условиях кризиса традиционных социальных институтов особую важность приобретают субкультурные движения, которые могут формировать и поддерживать групповые идентичности за пределами сферы образования и труда. Влияние субкультур считается особенно сильным и значимым на молодежь как социально-демографическую группу, так как она имеет обостренное стремление понять свое «Я» (Белкин, Ионесов, 2014: 205; Ядов, 1994) и подвержена постоянной саморефлексии (Gergen, 1991: 21).

По мнению Е. Омельченко, изменения социального порядка существенно влияют на особенности конструирования групповых идентичностей молодых людей (Омельченко, 2013: 54; Латышева, 2010). Например, в результате ослабления национально-идеологической повестки в 1990-е годы российская молодежь начала определять свое «Я» сквозь призму субкультур, следствием чего стал бум неформальной активности (Омельченко, 2019: 7). Большая часть тех субкультурных групп сейчас серьезно трансформировалась или исчезла. Одним из немногих сообществ, сохранивших численность своих последователей и степень их вовлеченности, остается сообщество футбольных фанатов.

Нам представляется важным рассмотреть, каково самоопределение футбольного фаната и каковы характерные черты идентичности в субкультуре футбольных фанатов, позволившие ей стать одной из наиболее структурированных и массовых субкультур.

Идентичность футбольного фаната: подходы к концептуализации

Идентичность можно определить как субъективное чувство, сопряженное с верой в тождественность разделяемого с другими образа мира (Erikson, 1995; Николаев, 2011: 200). Социальная идентичность складывается из тех аспектов образа «Я», которые формируются посредством восприятия индивидом себя как члена определенных социальных групп (Tajfel, Turner, 1985; Mead, 1982: 27; Хайнц, 2000).

Так как в современном меняющемся мире идентичность становится «ломкой, непрочной и фрагментированной» конструкцией (Якушина, 2014: 89), нам представляется продуктивной концепция множественной идентичности Э. Гидденса. Гидденс отмечает, что человек ежедневно сталкивается с проблемой самоопределения, постоянного поиска, что значительно усложняет процесс формирования своего «Я» (Giddens, 1991: 82–84). Это может идти вразрез с нормами иерархичных и четко организованных субкультур, примером которых, по нашему мнению, являются фанатские сообщества. Из-за наличия закрепленных социальных ролей, позиций и моделей поведения члены субкультуры не могут свободно перемещаться и менять свои позиции, так как это приведет к нарушению организованного порядка и разрушению внутренней структуры (Кузнецов, 2014). Многие социологи, изучавшие фанатскую субкультуру, отмечают многоуровневость ее внутреннего строения (Журавков, 2009; Кутергин, Коруковец, 2018; Пильц, 2009; Узикова, Фролов, 2015; Якуба, 2014). Подобно формальной организации, фанатское движение закрепляет правила поведения, четко регламентирует фанатскую активность, распределяет позиции и социальные роли внутри структуры. Можно предположить, что из-за наличия формальной структуры и четко закрепленных правил поведения фанаты не могут конструировать фрагментарное «Я» внутри данного движения. По мнению В. Лукова, главная особенность фанатского сообщества заключается в четком распределении социальных ролей и правил поведения внутри субкультуры, а также в «ситуативности идентификации», требующей от участников минимума усилий и затрат по изменению образа жизни (Луков, 2002: 82). Иными словами, мы считаем, что следование определенным правилам поведения является частью процесса социальной идентификации.

Помимо наличия негласных фанатских кодексов и правил, внутреннее строение фанатской субкультуры также отличается особой разнородностью, формируясь из множества подгрупп. Каждая из подгрупп обладает своими особенностями и характеристиками, например, между околофутбольщиками, ультрас, футбольными фанатами (хулиганами) и болельщиками («кузьмичами») существуют значимые различия, регламентируемые внутренними правилами субкультуры (Кузнецов, 2014). Члены фанатского движения, причисляя себя к тем или иным подгруппам, воспроизводят определенное поведение, предписанное их социальным ролям. Например, околофутбольщики — это наиболее молодые, активные и агрессивные члены фанатского движения, сфера деятельности которых сосредоточена за пределами стадиона и выражается в отстаивании чести клуба посредством физического превосходства — провоцировании массовых драк с участниками клубов-соперников (Узикова, Фролов, 2015; Dunning, 2000). Ультрас — также довольно агрессивные представители субкультуры фанатства, но их компетенция больше распространена на вопросы сбора средств для организации общественной деятельности, а также поддержку команды на стадионе посредством создания баннеров и пиротехнических шоу (Кутергин, Коруковец, 2018; Roversi, Balestri, 2000). Футбольные фанаты как подгруппа внутри



фанатского движения проявляют меньше открытой агрессии по сравнению с околофутбольщиками, и их поддержка конкретного футбольного клуба обычно ограничивается активностью на стадионе, иногда их также можно встретить в фанатских барах и пабах. Болельщики («кузьмичи») — это наиболее возрастная и наименее агрессивная категория фанатов. Они чаще посещают футбольные матчи не столько для поддержки команды, сколько ради самого процесса просмотра футбола и встреч с друзьями (Берно-Беллекур, 2009). Мы считаем, что данные фанатские практики являются неотъемлемой частью социальной идентичности. С одной стороны, структура фанатского сообщества крайне неоднородна, но с другой — довольно формализована. Более того, характеристики каждой из подгрупп оказываются сложно совместимыми друг с другом. То есть член фанатской субкультуры не может одновременно быть болельщиком и ультрас. Учитывая данный факт, мы рассматриваем фанатское движение как совокупность локальных групп, формирующих в своем единстве субкультуру фанатского движения.

Говоря о многообразии существующих подгрупп, необходимо определить характер границ, которыми они отделены друг от друга. Насколько трудно околофутбольщику стать ультрас? Или болельщику перейти в подгруппу фанатов? Чтобы ответить на данные вопросы, мы решили изучить, как задаются границы между подгруппами внутри фанатского движения. Так как любая группа придает особую значимость разделению «мы — они» (Sumner, 1959), то мы предположили, что фанатские подгруппы будут обладать некоторой степенью закрытости, фокусируясь на своих практиках и абстрагируясь от других подгрупп, в результате формируя с трудом преодолимые, достаточно жесткие границы, блокирующие свободное перемещение между группами.

Эмпирическая база исследования

Учитывая относительную закрытость изучаемой группы футбольных фанатов, нами был выбран качественный метод сбора данных — полуструктурированное интервью. Мы использовали целенаправленную выборку максимальных вариаций с элементами снежного кома. При установлении ее объема в 20 интервью мы действовали по методу теоретического насыщения. Рекрутируя информантов, мы использовали различные точки входа, позволяющие сделать выборку максимально разнородной.

В процессе рекрута информантов использовались следующие критерии:

- возраст старше 18 лет (этот критерий необходим, чтобы избежать трудностей с оформлением согласия родителей несовершеннолетних респондентов для интервью);
- наличие годового абонеента на «Трибуну А» (фанатский сектор) (этот критерий необходим, чтобы исключить индивидов, не вовлеченных в субкультуру);

- посещение футбольных домашних матчей не менее одного раза в сезонный месяц (этот критерий необходим, чтобы отобрать информантов, заинтересованных в фанатских практиках).

На этапе подготовки к полю одной из возможных трудностей был риск не достичь запланированной «наполненности» данных в связи с гомогенностью фанатской субкультуры, скрытостью и неразговорчивостью информантов, особенностями фанатского сленга. Поэтому мы предварительно изучили сленг футбольных фанатов, а также выбрали комфортное место для проведения интервью (фанатский паб “RB World” и стадион ЦСКА “VEB Арена”). Кроме того, мы заручились поддержкой одного из лидеров фанатского движения ЦСКА, который стал нашим «проводником» в фанатскую среду и тем самым помог сформировать высокий уровень первичного доверия к нам как исследователям.

Первичные данные были обработаны путем трехэтапного кодирования от открытого к избирательному (Страусс, Корбин, 2007).

Футбольный фанат — кто он?

Футбольными фанатами принято называть всех представителей фанатского движения, в той или иной степени связанных с посещением футбольных матчей и поддержкой команды. В своем исследовании мы изначально руководствовались данным определением, однако позже обнаружили, что в классификациях наших предшественников (см. Берно-Беллекур, 2009; Пильц, 2009; Кузнецов, 2014) футбольные фанаты — это лишь одна из подгрупп, обладающая специфическими характеристиками, о которых подробнее расскажем далее. Эмпирические данные также показали, что помимо фанатов субкультура фанатского движения включает в себя и другие подгруппы: ультрас, околофутбольщиков и болельщиков, что делает ее структуру довольно сложной и разрозненной (см. рисунок 1). Нами была составлена типологическая схема, помогающая сгруппировать представителей фанатской субкультуры по уровню фанатской активности. Под *фанатской активностью* мы понимаем частоту участия в фанатских практиках — физических и эмоциональных действиях, направленных на поддержку команды на стадионе и за ее пределами.

Схема представляет собой двумерное пространство, состоящее из вертикальной и горизонтальной осей (см. рисунок 1). Вертикальная ось указывает на степень вовлеченности в фанатские практики вне стадиона: драки, организованные собрания, подготовка выступлений, посещение фанатских мест (бары, пабы, музеи, стадионы клуба). Чем чаще представитель фанатского движения участвует в данных практиках, тем выше он находится на оси. Горизонтальная ось определяет уровень активности на стадионе, во время матчей и предполагает участие в таких фанатских практиках, как посещение домашних и выездных матчей, воспроизведение кричалок (зарядов), участие в перформансах (выступлениях), поджог фаеров.

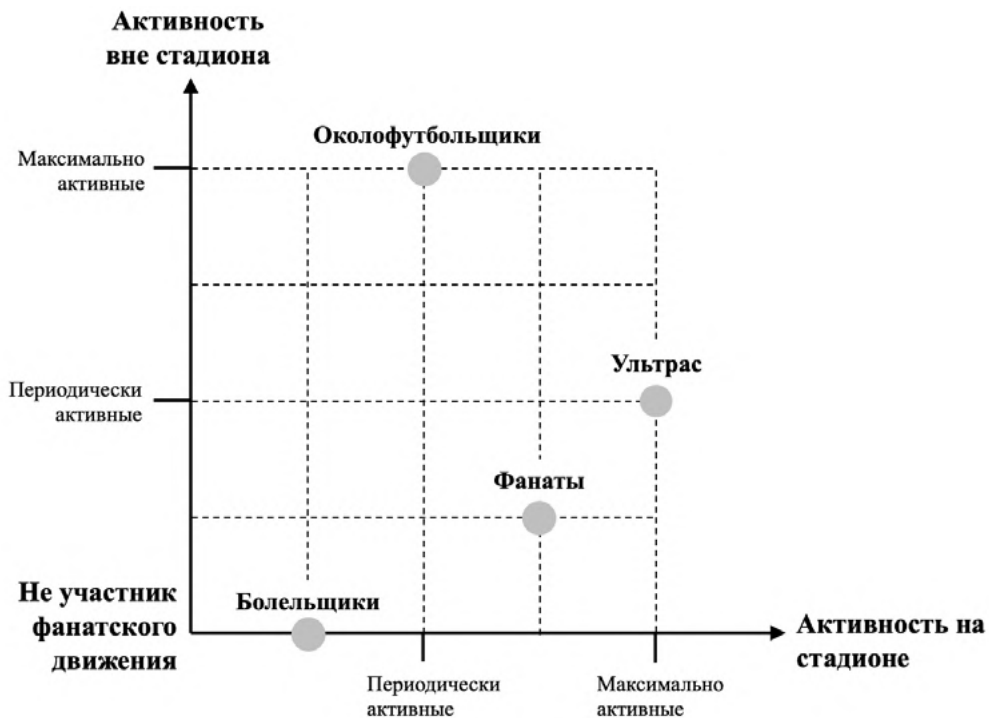


Рисунок 1. Схема распределения подгрупп фанатского сообщества по уровню активности
Источник: построено авторами статьи.

Что касается болельщиков, то многие исследователи не относят данную подгруппу к фанатскому движению. Однако в ходе интервью мы выявили, что болельщики тоже воспроизводят определенные фанатские практики, хотя и в минимальной степени. Именно поэтому на схеме мы отобразили болельщиков как часть фанатского движения, учитывая их минимальную активность во время матчей и изоляцию от фанатских практик вне стадиона. Таким образом, болельщики — это представители фанатского движения, которые в меньшей степени вовлечены в фанатские практики по сравнению со всеми остальными подгруппами данного движения. В отличие от фанатов, болельщики посещают матчи ситуативно, исходя из субъективных факторов — личных возможностей и желаний. По мнению более «активных» фанатов, заинтересованность болельщиков крайне поверхностна, зачастую это результат моды или мейнстрима:

«Болельщик — это человек, который больше вовлечен в сам игровой процесс футбола, а для фаната это больше культура» (муж., 22 года).

«Ну, кузьмичами называют обычных самых болельщиков, кто ничего вообще не понимает, просто ходит на футбол, на центр, смотрит игру, тихо мирно смотрит игру, едет домой. <...> Кузьмичи обычно с семечками, ну типа кузьмич — значит с семечками сидит» (муж., 26 лет).

По сравнению с болельщиками, футбольные фанаты кажутся наиболее вовлеченными в деятельность клуба представителями фанатского движения, однако существуют подгруппы, которые превосходят фанатов по степени активности на стадионе и за его пределами. Наиболее активны на стадионе ультрас. Помимо эмоциональной вовлеченности, они поддерживают команду с помощью материальных предметов, например, флагов и баннеров, которые создаются ими заранее. Также данная подгруппа занимается организационными вопросами, например, сбором финансовых средств на создание перформансов и подготовкой самих шоу. Данные фанатские практики оказываются довольно затратными как материально, так и по времени, что позволяет расположить ультрас посередине шкалы «активность вне стадиона». Для ультрас поддержка команды совмещена с раскрытием творческого потенциала, каждый перформанс или фаер-шоу создается не только для поддержки команды, но и для усиления своего статуса относительно команд соперников. Чем красочнее и масштабнее выступление, тем выше оказывается статус подгруппы:

«Фанат — это тот, который ходит в фан-зону поболеть, поорать, позаряжать. А ультрас — это те, которые уже серьезно подходят к делу, они там делают баннера, делают всякие перформансы на трибунах, вот. Это уже... само по себе ультрасом быть затратно, ультрасом быть довольно сложно, это нужно присутствовать практически на всех матчах, поддерживать свою команду какими-то необычным и интересным способом» (муж., 24 года).

Наиболее активная подгруппа вне стадиона, отличающаяся умеренной активностью во время футбольных матчей, — это околофутбольщики. Представители данной подгруппы могут периодически присутствовать на футбольных матчах, а могут и вовсе отказаться от данной практики, «защищая честь клуба» исключительно за пределами стадиона. Именно поэтому мы расположили представителей околофутбола на середину шкалы активности на стадионе и на самый верх шкалы активности за его пределами. Околофутбольщики — самая закрытая подгруппа ввиду особенностей их делинквентного поведения. Как показывают материалы проведенных интервью, футбольные события служат фоном для желания и готовности околофутбольщиков драться. Им важнее «отстоять честь клуба» путем массовых драк и столкновений, нежели активностью на стадионе.

«...Есть ультрас, есть околофутбол. Ультра — это, грубо говоря, те, кто активно поддерживает команду, рисует перформанс, там флаги подготавливают, кричат, заводят трибуну. А те, кто околофутбол — это те, кто по большей части дерутся на полянах и, на мой взгляд, им не так уж и важен футбол, не так интересен» (муж., 20 лет).

«...Околофутбол — понятие растяжимое, все, что связано с футболом, около него, можно считать околофутболом, не знаю. Как бы если



какая-то драка происходит возле стадиона, то это все равно считается околофутболом» (муж., 26 лет).

Пытаясь охарактеризовать черты фанатов, болельщиков, ультрас и околофутбольщиков, информанты зачастую отмечали характеристики, которые могут быть применимы сразу к нескольким подгруппам. Например, характеристикой, которая присуща всем подгруппам, является любовь к клубу и его поддержка. Однако каждый выражает ее по-своему, в зависимости от чего и формируются различные подгруппы. Таким образом, наш график является лишь упрощенной схемой, отражающей положение представителей подгрупп относительно критерия активности на стадионе и за его пределами. График не учитывает более глубокие детали этого критерия, например, характер активности — физический и эмоциональный. Поэтому расположение подгрупп внутри структуры фанатского движения может меняться в зависимости от влияния дополнительных факторов.

Интересно отметить, что, несмотря на разрозненность фанатского движения и разную степень активности подгрупп, все участники воспринимаются друг другом одинаково равно, исключая иерархичность структуры движения. В данных условиях наша гипотеза относительно жестких границ между подгруппами оказывается несостоятельной, так как участники не фокусируются исключительно на своих практиках, абстрагируясь от других, они, наоборот, чувствуют себя единым целым.

«Мы все — одна семья. Есть основа и есть люди, которые ходят на матчи поболеть, но все равно, различные группировки примерно на одном уровне. Нет такого [иерархии] у нас» (муж., 20 лет).

Важно отметить, что в ходе проведения интервью мы делали акцент не столько на соотношении человека с выделенными подгруппами, сколько на процессе его самоидентификации. Каждому информанту мы предлагали описать себя и свое место в фанатском движении. Такой способ постановки вопроса помог нам выявить, что члены субкультуры определяют себя довольно неоднозначно, отмечая признаки, характерные сразу для нескольких подгрупп. Идентичность участников фанатского движения оказалась *пластичной*, это означает, что она подвержена модификациям в зависимости от изменения стиля жизни, предпочтений, а также объективных и субъективных факторов.

Таким образом, будет более правильно графически изобразить подгруппы футбольного движения постоянно перемещающимися в рамках созданной нами двумерной схемы фанатской активности (см. рисунок 2). По мере увеличения или уменьшения степени вовлеченности в фанатские практики участники могут перемещаться по вертикальной и горизонтальной осям. Направления перемещений подгрупп изображены в виде стрелок, показывая, что процесс идентификации членов фанатской

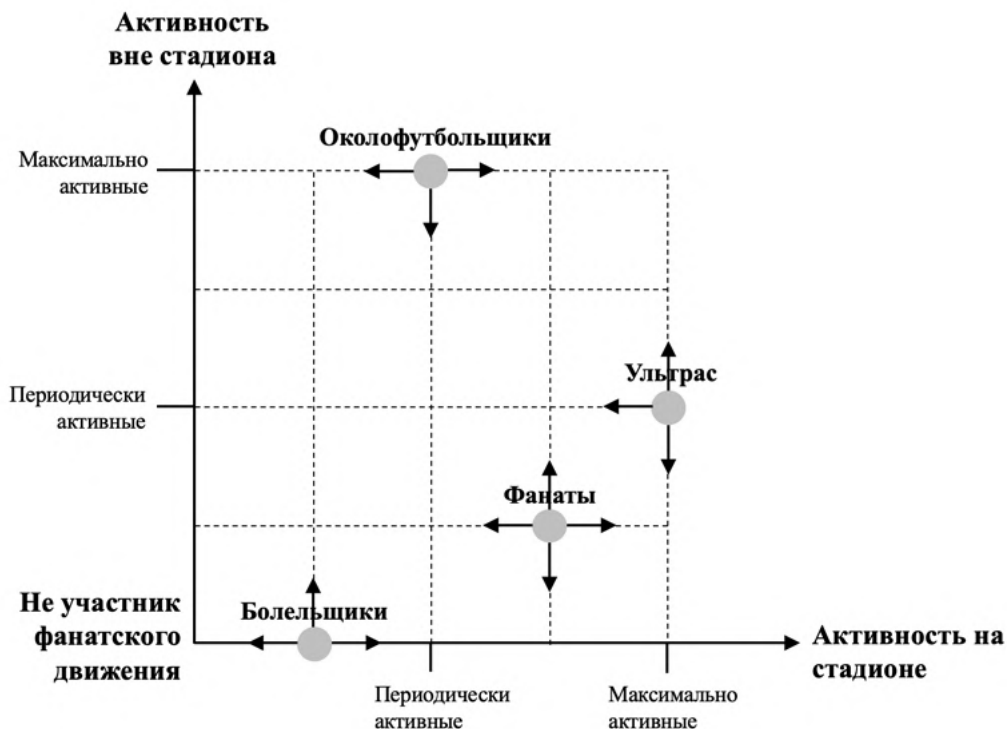


Рисунок 2. Подвижная самоидентификация (пластичность) подгрупп фанатского сообщества
 Источник: построено авторами статьи.

субкультуры становится динамичным, формируя пластичную идентичность. Таким образом, болельщик, спокойно наслаждающийся просмотром футбола с центрального сектора, приложив некоторые усилия, может стать фанатом, который, не обращая внимания на погоду и усталость, в течение 90 минут матча будет скандировать агрессивные лозунги в поддержку любимой команды.

Данные переходы работают и в обратную сторону. Например, если фанат перестает поддерживать должный уровень активности, он начинает идентифицировать себя с болельщиком, перемещаясь ближе к началу оси. Изменение идентичности может не зависеть напрямую от усилий фаната, а быть следствием изменения внешних условий. Например, переезд в другой город, семейные обстоятельства, финансовая ситуация, изменение рабочего графика и другие факторы могут повлиять как на повышение, так и на снижение фанатской активности.

«В общем, довольно большой частью моей жизни был футбол и всегда присутствовал рядом со мной. Но сейчас, когда я переехал, но я только год-полтора назад начал ходить именно на матчи, матчи ЦСКА вместе с друзьями, которые первый раз меня туда пригласили, я пошел. Теперь довольно регулярно туда хожу, а до этого я не ходил, в общем-то, так как



там в силу того, что был студентом, было не очень много денег, не очень много знакомств, чтобы просто начать ходить на футбол и именно постоянно, именно так сказать, что я болею футболом — именно на стадионе только примерно год назад» (муж., 24 года).

«Блин, ну была такая цель [пробить золотой сезон], сейчас ее будет тяжело как бы сделать, потому что на следующей неделе у меня свадьба. И скоро будет ребенок, поэтому сейчас пока... В ближайшее время точно золотой сезон не, может быть, через лет шесть-семь... я уже жду, пока ему будет года четыре, тогда будем вместе гонять» (муж., 26 лет).

Таким образом, футбольные фанаты — это одна из подгрупп внутри фанатского движения, обладающая характерными особенностями и, наравне с другими подгруппами, отличающаяся формированием пластичной идентичности. Участник фанатского сообщества может перемещаться из одной группы в другую в зависимости от изменения вовлеченности в фанатские практики. Нами обнаружен парадокс, что, несмотря на наличие формальной структуры сообщества и четко закрепленных правил поведения, фанаты не только конструируют фрагментарное «Я», но и выстраивают пластичную идентичность. Проведенный анализ данных позволил понять, что существование структуры фанатского движения предполагает не закрытость каждой из подгрупп, а наделение участников специфическими характеристиками. Переход из одной подгруппы в другую возможен за счет изменения степени вовлеченности в фанатские практики.

Полученные результаты также подтверждают теорию современного стиля жизни Э. Тоффлера. Образы жизни членов фанатского движения, наряду с идентичностью, складываются итеративно, элемент за элементом. Участники фанатской субкультуры конструируют свою идентичность и образ жизни в зависимости от обстоятельств и «сложившегося набора вкуса и предпочтений» (Тоффлер, 2004: 333). Гибкость и пластичность идентичности позволяет человеку оставаться членом фанатского движения при разных жизненных ситуациях.

Границы внутри фанатского движения

Опираясь на концепцию У. Самнера, мы предположили, что подгруппы фанатского сообщества довольно обособлены и закрыты. Однако в ходе анализа интервью мы выявили, что границы между подгруппами фанатского движения весьма подвижны. Например, болельщик имеет возможность стать фанатом или ультрас, увеличить степень активности и участия в фанатских практиках. Переход в более активную подгруппу фанатского движения может быть сопряжен с повышением как эмоциональной вовлеченности, так и доли финансово-материальных вложений.

«Для того чтобы стать футбольным фанатом, нужно... просто поддерживать команду. Время посвятить этому, построить на этом свою жизнь, когда у тебя жизнь, ты чувствуешь, что строишь от календаря, то, наверное, тогда становишься фанатом — и независимо: выиграла или проиграла» (муж., 51 год).

«Если сильно ты любишь, любишь футбол, тебе хочется посмотреть свою команду, ты придумаешь каким-то образом» (муж., 24 года).

«Возьмем те же золотые выезды — когда человек кровь из носа должен их пробить, не работая, ничего, а живя у стадиона, ищет деньги. Разные способы — у каждого свои. И какого-то дальнейшего развития, планов на будущее, кроме как только от матча, на матч нет. Ну, это и есть настоящий фанат. Который на собаках, на товарняках через границу едет» (муж., 32 года).

Сложнее осуществляется переход в подгруппу околофутбольщиков, ввиду ее закрытости и повышенной делинквентности. В качестве наиболее эффективного «лифта» выступает фанатский стаж и выстраивание канала коммуникации с другими представителями данной подгруппы на «Трибуне А». Околофутбольщики формируют довольно высокие барьеры для новичков: чтобы переместиться вверх по шкале активности вне стадиона, нужно себя сначала зарекомендовать как фаната или ультрас.

Наиболее гибкие границы выстраиваются при обратном переходе, когда член движения перемещается по оси в сторону меньшей активности. Например, если фанат, ультрас или околофутбольщик по каким-либо причинам не может соответствовать определенному уровню активности, он может перейти в менее активную подгруппу без дополнительных эмоциональных или физических усилий. Единственные трудности при переходе могут быть связаны с передачей своих полномочий, если член подгруппы занимал какую-либо руководящую должность. Однако они нивелируются за счет большого количества участников, способных заменить переходящего.

Таким образом, границы между подгруппами довольно гибкие. Так, переход в подгруппу, обладающую большей степенью активности, сопряжен с повышением меры вовлеченности в разнообразные фанатские практики.

Отметим, что перемещение из одной подгруппы в другую может быть связано с преодолением определенного рода барьеров: принадлежность к мужскому полу, семейное положение, географическое положение, финансовая обеспеченность, тип занятости.

Пол. У фанатов ЦСКА есть множество негласных правил относительно пребывания на фанатской трибуне. Одно из них — это запрет девушкам посещать нижний ярус фанатского сектора, где сосредотачиваются самые активные и агрессивные участники. Данное правило формально закреплено фанатским клубом: продажа билетов на нижний ярус запрещена девушкам



и женщинам, так что пол — значимый барьер для становления футбольным фанатом. Таким образом, девушка не может переместиться по шкале активности на стадионе, не посещая основное место сосредоточения фанатов — нижний ярус «Трибуны А». Иногда представительниц женского пола все-таки можно увидеть среди фанатов, несмотря на официальные запреты. Однако это скорее исключение из правил. Нарушая фанатские запреты и маскируясь, девушки стараются поддерживать команду наравне с остальными присутствующими в фанатском секторе, доказывая свое равенство с представителями мужского пола.

«...Внизу в самом центре девушек, конечно, очень сложно найти. То есть это, видимо, какие-то знакомые кого-то. Но они реально доказывают, то есть все 90 минут поют и ни в чем не уступают мужчинам. Поэтому я считаю, что если ни в чем не уступать, тогда почему нет? Все равно лучше, чем какой-нибудь мужик, который будет стоять и ничего не делать» (жен., 18 лет).

Получается, что принадлежность к мужскому полу дает гораздо больше шансов переместиться в сторону большей активности, а значит, и стать частью более активных подгрупп. Но если данные стремления отмечаются у девушек, они должны выходить из зоны комфорта, доказывая свое право быть фанатом наравне с мужчинами.

Семейное положение. Один из наиболее распространенных барьеров, встающих на пути практически любого фаната, — это его семья или романтические отношения. Если у индивида в приоритете семейные ценности, которые исключают возможность посвящения большей части свободного времени футболу, то активность на стадионе будет минимальной. Как результат, связь с клубом и вовлеченность в фанатские практики ослабнут, и его положение на осях начнет двигаться к началу, приближаясь к подгруппе болельщиков.

«Ну бывает [ссоры из-за футбола], да. Да ну это было раньше, сейчас уже такого почти нет. Это было, когда только начинали мы вместе жить, когда дети появлялись, когда у меня футбол, а она хочет что-нибудь другое, хочет со мной провести время... особенно выезда [вызывали споры]» (муж., 29 лет).

Семейное положение становится причиной снижения фанатской активности и высоким барьером для перехода в более активную подгруппу. Когда у человека появляется любимый человек, семья или дети, у него сокращается время, которое он может посвящать футболу. Так, еще одной преградой является несоответствие взглядов на проведение совместного досуга. Чем больше человек вовлечен в фанатские практики, тем труднее ему найти время для личной жизни, что усиливает частоту конфликтов и недопониманий.

«Это [быть футбольным фанатом] очень тяжело морально, физически, по — деньгам. Очень неоднозначно твоя семья может отреагировать на это, ну девушка, например. Прикинь, у тебя парень бьет золотой сезон? Он тратит ползарплаты, его вообще никогда не бывает дома, он ездит черт-те куда. Вообще его не существует» (муж., 23 года).

Данный барьер может быть преодолен, если партнер начинает разделять или принимать увлечение представителя фанатского движения. В таких случаях фанат, ультрас или околофутболист может продолжать активно участвовать в жизни команды и воспроизводить фанатские практики. Если же этого не происходит, он перестает быть вовлеченным в процесс, переходя в подгруппу болельщиков или же исключаясь из фанатского движения вовсе.

Географическое положение. Не менее значимым социально-демографическим критерием является географическое положение. Присутствие на футбольном матче — одно из наиболее важных условий для формирования активности на стадионе. Если же стадион любимого клуба оказывается слишком отдален от места проживания члена фанатского движения, то активность фаната снижается. Соответственно, если человек не живет в Москве или Московской области, то у него меньше шансов быть футбольным фанатом столичных клубов ввиду невозможности совмещения длительных поездок на столичные стадионы и рабочего графика.

«Ну... Тяжело как бы из регионов ездить в Москву, на каждый матч это либо один раз в неделю, либо два раза в неделю, вопросы финансовые. Учитывая то, что в регионах зарплата намного меньше» (жен., 32 года).

В некоторых случаях поддержка команды может все-таки оставаться в приоритете, несмотря на географическую отдаленность. Тогда индивид может перейти от болельщика в другую подгруппу за счет активности вне стадиона. Например, он будет заниматься продвижением клуба в своем городе, участвовать в подготовке перформансов или драться с околофутболистами команд соперников.

Финансовая обеспеченность. Роль денег в жизни фаната довольно неоднозначна. Для представителей фанатского движения деньги не играют значимой роли в условиях повышения своей активности как на стадионе, так и за его пределами. Однако деньги служат необходимым аспектом включенности во многие фанатские практики: покупку билетов, сбор денег на перформансы, оплату транспорта и жилья во время выездных матчей. Так, участник фанатской субкультуры может исключить фанатские практики, сопряженные с финансовыми тратами, ограничиваясь дистанционной поддержкой клуба, идейным участием в создании перформансов. Однако он может продолжить посещать матчи, но за счет помощи других фанатов или используя нелегальные методы, например, перемещаясь «на собаках».



«Деньги всегда на выездах играют вторичную роль, те, кто говорят, что я никуда не езжу, потому что у меня нет денег, это лишь отговорки, есть такое фанатское братство: тебе всегда нальют, помогут, накормят, помогут до дома добраться, поехать в направлении того города, куда надо ехать, там все всегда сложится отлично. Есть люди, которые на выездной по несколько сезонов без денег катаются» (муж., 33 года).

«Очень многие — энтузиасты. Не знаю, если ты любишь действительно футбол, хочешь быть фанатом, ты можешь быть фанатом вообще без денег» (муж., 24 года).

Данный барьер способствует более глубокому пониманию одной из характерных особенностей фанатского движения в целом и высвечивает в качестве высшей ценности солидарность и альтруизм по отношению к другим членам фанатского движения. В рамках субкультуры фанатства деньги и материальные ценности рассматриваются не как ценность, а как средство достижения определенной цели, направленной на повышение вовлеченности в фанатские практики.

Тип занятости. Прогулы в институтах, подмены рабочих смен, подделки справок о болезнях — на что только не приходится идти футбольным фанатам, чтобы посетить долгожданный матч как в выходной, так и в будний день. Наличие гибкого рабочего графика и свободного времени — важное условие поддержания статуса фанатской активности, а также перехода в более активные подгруппы фанатского движения. Отсутствие времени, наоборот, ведет к уменьшению фанатской активности и становлению болельщиком.

«Мы приехали в 12 часов [в Москву], и в пять часов у нас уже отходил поезд в Калининград. Это еще сутки. То есть мы проехали сутки, пять часов тусовались дома. Я хотел съездить на экзамен, но я забил... Я пропустил три экзамена. Я сдавал не со своими группами. Сдавал на пересдачах. Я закончил все с одним долгом. Чемпионат мира для меня это все было... Матч был прям ровно между экзаменами. Я еду в универ, сдаю экзамен, оттуда сразу в аэропорт. Лечу в Сочи, прилетаю, тусуюсь там один день. Один без всего» (муж., 23 года).

«Я в 2016 году поменяла работу, у меня появилась возможность ездить... до этого у меня были один-два дня, которые я могла себе взять отгулы... и я даже первый выезд свой в Германию, когда уезжала с работы, тогда я еще училась, взяла на учебе справку, что у меня сессия, я отдала ее на работу... а сама типа уехала» (жен., 32 года).

Наряду с указанными барьерами существуют личностные характеристики, позволяющие члену фанатского движения нивелировать или по крайней мере минимизировать влияние барьеров. Это в первую очередь активность фаната, которую можно разделить на физическую и психологическую

(эмоциональную). Физическая активность подразумевает практики, требующие расхода энергии от представителей фанатского движения, включая активность на футбольных матчах или вне стадиона. Эмоциональная активность выступает более субъективным параметром, она подразумевает степень психологической привязанности и эмоциональной отдачи во время поддержки клуба.

Фанатский стаж также способствует свободным переходам между подгруппами внутри субкультуры. Так, по мере накопления опыта человек приобретает не только репутацию, но и связи с другими членами фанатского движения, которые помогают избегать таких барьеров, как нехватка финансов и географическая отдаленность от стадиона. Если член фанатского движения обладает некоторыми или всеми из данных характеристик, он может с легкостью перемещаться между фанатскими подгруппами, невзирая на барьеры и трудности.

Таким образом, самоопределение футбольного фаната строится, с одной стороны, на понимании формальной структуры и четко закрепленных правил поведения в фанатском движении. С другой стороны, представители фанатского сообщества демонстрируют возможность перехода из одной фанатской подгруппы в другую, прежде всего, за счет повышения или понижения фанатской активности.

Характерными чертами идентичности в субкультуре футбольных фанатов, позволившими ей стать одной из наиболее структурированных и массовых субкультур, являются достаточно гибкие границы между различными фанатскими подгруппами, а также возможность преодолевать межгрупповые барьеры за счет личной активности и накапливаемого фанатского стажа.

Литература

Абельс Х. Интеракция, идентичность, презентация. Введение в интерпретативную социологию / Пер. с нем.; под общ. ред. Н. А. Головина, Б. Б. Козловского. СПб.: Алетейя, 2000.

Белкин А. И., Ионесов В. И. Кризис как культурная реальность и трансформация идентичности // Известия Самарского научного центра Российской академии наук. 2014. Т. 16. № 2. С. 201–205.

Берно-Беллекур И. В. Социально-психологическая характеристика и деструктивный потенциал группировок фанатов российских футбольных клубов // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 12. Социология. 2009. № 1–2. С. 30–35.

Журавков А. А. Генезис субкультуры футбольных фанатов в России // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2009. № 1. С. 176–179.

Кузнецов М. В. Структура футбольного фанатского движения // Аналитика культурологии. 2014. № 29. С. 144–148.

Кутергин Н. Б., Коруковец А. П. Футбольные ультрас — как один из факторов определяющих тактические действия полиции по охране общественного порядка при проведении спортивно-массовых мероприятий // Дискурс. 2018. № 2 (16). С. 48–54.

Латышева Т. В. Феномен молодёжной субкультуры: сущность, типы // Социологические исследования. 2010. № 6. С. 93–100.

Луков В. А. Особенности молодежных субкультур в России // Социологические исследования. 2002. № 10. С. 79–88.

Николаев В. Г. Идентичность, структура опыта и социальная структура // Вопросы социальной теории. 2011. Т. 5. С. 199–222.



Омельченко Е. Л. Солидарности и культурные практики российской молодежи начала XXI века: теоретический контекст // Социологические исследования. 2013. № 10. С. 52–61.

Омельченко Е. Л. Уникален ли российский случай трансформации молодежных культурных практик? // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2019. № 1 (149). С. 3–27.

Пильц Г. Футбол — это наша жизнь: перемены и процессы дифференциации культуры футбольных фанатов // Логос. 2009. № 6. С. 114–133.

Страусс А., Корбин Д. Основы качественного исследования. М.: URSS, 2007.

Тоффлер Э. Шок будущего. М.: АСТ, 2004.

Узикова А. Ю., Фролов Ю. И. Особенности саморегуляции личности в субкультуре футбольных фанатов // Культурно-историческая психология. 2015. Т. 11. № 1. С. 34–43. DOI: <https://doi.org/10.17759/chp.2015110105>.

Ядов В. А. Социальная идентификация в кризисном обществе // Социологический журнал. 1994. № 1. С. 35–52.

Якуба А. В. Футбольные фанаты как субкультура в России // Вестник Краснодарского университета МВД России. 2014. № 4 (26). С. 184–189.

Якушина О. И. Идентичность в социологической теории Э. Гидденса // Современные проблемы науки и образования. 2014. № 2. С. 87–95.

Dunning E. Towards a Sociological Understanding of Football Hooliganism as a World Phenomenon // European Journal on Criminal Policy and Research. 2000. № 8 (2). P. 141–162. DOI: <https://doi.org/10.1023/a:1008773923878>.

Erikson E. H. A Way of Looking at Things: Selected Papers, 1930–1980. WW Norton & Company, 1995.

Gergen K. J. The Saturated Self: Dilemmas of Identity in Contemporary Life. NY: Basic books, 1991.

Giddens A. Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age. Stanford: Stanford University Press, 1991.

Mead G. H. The Individual and the Social Self: Unpublished Work of George Herbert Mead / Ed. with an Introduction by D. L. Miller. Chicago: University of Chicago Press, 1982.

Roversi A., Balestri C. Italian Ultras Today: Change or Decline? // European Journal on Criminal Policy and Research. 2000. № 8. P. 183–199. DOI: <https://doi.org/10.1023/A:1008757125695>.

Sumner W. Folkways. NY: Dover, Inc., 1959.

Tajfel H., Turner J. C. The Social Identity Theory of Intergroup Behavior // Psychology of intergroup relations / Ed. by S. Worchel, W. G. Austin. 2nd ed. Chicago: Nelson-Hall, 1985. P. 7–24.

Дата поступления: 16.10.2019



The Football Fan Movement: Structure and Collective Identities

DOI: 10.19181/inter.2020.21.7

Irina Kolegova, Valeria Kondratenko

Kolegova Irina — Trainee Researcher, Laboratory for Studies in Economic Sociology, HSE University, kolegova.ira@gmail.com.

Kondratenko Valeria — Trainee Researcher, Laboratory for Cultural Sociology and Anthropology of Education, HSE University, vkondratenkohse@gmail.com.

The article is dedicated to the study on the identification characteristics of football fans. The main question of the research is aimed at identifying who a football fan is, and how he defines himself. The empirical base of the study includes 20 in-depth semi-structured interviews with

football fans of PFC CSKA. According to the results of the work, it was revealed that the portrait of a football fan is a collective image, and the identity of representatives of the fan movement is plastic and fragmentary. Due to the presence of many subgroups within the fan movement, fans can identify themselves differently each time depending on how they overcome certain barriers. Moreover, moving between groups does not imply a change in significance or a change in the fan's attitude to a particular group. Contrary to assumptions, the boundaries between groups are quite flexible and surmountable, and the process of identity formation is constantly renewed, not static.

Keywords: plastic identity; identification process; social roles; group structure and boundaries; subculture; football fans

References

Abels H. (2000) *Interakciya, identichnost', prezentaciya. Vvedenie v interpretativnuyu sociologiyu* [Interaction, identity, presentation. Introduction to interpretive sociology] / Transl. from Germ., ed. by N. A. Golovin, B. B. Kozlovskiy. SPb.: Aletejya. (In Russ.)

Belkin A. I., Ionesov V. I. (2014) Krizis kak kul'turnaya real'nost' i transformaciya identichnosti [Crisis as a cultural reality and transformation of identity]. *Izvestiya Samarskogo nauchnogo centra Rossijskoj akademii nauk* [News of the Samara Scientific Centre of the Russian Academy of Sciences]. Vol. 16. No. 2. P. 201–205. (In Russ.)

Berno-Bellekur I. V. (2009) Social'no-psihologicheskaya harakteristika i destruktivnyj potencial gruppirovok fanatov rossijskih futbol'nyh klubov [Socio-psychological characteristics and destructive potential of fan groups of Russian football clubs]. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Seriya 12. Sociologiya* [Bulletin of the St. Petersburg University. Series 12. Sociology]. No. 1–2. P. 30–35. (In Russ.)

Dunning E. (2000) Towards a Sociological Understanding of Football Hooliganism as a World Phenomenon. *European Journal on Criminal Policy and Research*. No. 8 (2). P. 141–162. DOI: <https://doi.org/10.1023/a:1008773923878>.

Erikson E. H. (1995) *A Way of Looking at Things: Selected Papers, 1930–1980*. WW Norton & Company.

Gergen K. J. (1991) *The Saturated Self: Dilemmas of Identity in Contemporary Life*. NY: Basic books.

Giddens A. (1991) *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age*. Stanford: Stanford University Press.

Kutergin N. B., Korukovets A. P. (2018) Futbol'nye ul'tras — kak odin iz faktorov opredelyayushchih takticheskie dejstviya policii po ohrane obshchestvennogo poryadka pri provedenii sportivno-massovyh meropriyatij [Football ultras — as one of the factors determining the tactical actions of the police to protect public order during sporting events]. *Diskurs* [Discourse]. No. 2 (16). P. 48–54. (In Russ.)

Kuznetsov M. V. (2014) Struktura futbol'nogo fanatskogo dvizheniya [The structure of the football fan movement]. *Analitika kul'turologii* [Analytics of Cultural Studies]. No. 29. P. 144–148. (In Russ.)

Latysheva T. V. (2010) Fenomen molodozhnoy subkul'tury: sushchnost', tipy [Phenomenon of youth subculture: essence, types]. *Sotsiologicheskiye issledovaniya* [Sociological studies]. No. 6. P. 93–100. (In Russ.)

Lukov V. A. (2002) Osobennosti molodezhnyh subkul'tur v Rossii [Features of youth subcultures in Russia]. *Sociologicheskiye issledovaniya* [Sociological studies]. No. 10. P. 79–88. (In Russ.)

Mead G. H. (1982) *The Individual and the Social Self: Unpublished Work of George Herbert Mead* / Ed. with an Introduction by D. L. Miller. Chicago: University of Chicago Press.

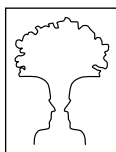
Nikolaev V. G. (2011) Identichnost', struktura opyta i social'naya struktura [Identity, structure of experience and social structure]. *Voprosy social'noj teorii* [Questions of social theory]. No. 5. P. 199–222. (In Russ.)

Omelchenko E. L. (2013) Solidarnosti i kul'turnye praktiki rossijskoj molodezhi nachala XXI veka: teoreticheskij kontekst [Solidarity and cultural practices of Russian youth at the beginning of the XXI century: theoretical context]. *Sociologicheskiye issledovaniya* [Sociological studies]. No. 10. P. 52–61. (In Russ.)



- Omelchenko E. L. (2019) Unikalen li rossijskij sluchaj transformacii molodezhnyh kul'turnyh praktik? [Is the Russian case of the transformation of youth cultural practices unique?]. *Monitoring obshchestvennogo mneniya: ekonomicheskie i social'nye peremeny* [Monitoring of public opinion: economic and social changes]. No. 1 (149). P. 3–27. (In Russ.)
- Pilz G. (2009) Futbol — eto nasha zhizn': peremeny i processy differenciacii kul'tury futbol'nyh fanatov [Football is our life: changes and processes of differentiation of the culture of football fans]. *Logos*. No. 6. P. 114–133. (In Russ.)
- Roversi A., Balestri C. (2000) Italian Ultras Today: Change or Decline? *European Journal on Criminal Policy and Research*. No. 8. P. 183–199. DOI: <https://doi.org/10.1023/A:1008757125695>.
- Strauss A., Corbin D. (2007) *Osnovy kachestvennogo issledovaniya* [Fundamentals of Qualitative Research]. M.: URSS. (In Russ.)
- Sumner W. (1959) *Folkways*. NY: Dover, Inc.
- Tajfel H., Turner J. C. (1985) The Social Identity Theory of Intergroup Behavior. In: S. Worchel, W. G. Austin (eds.) *Psychology of Intergroup Relations*. 2nd ed. Chicago: Nelson-Hall. P. 7–24.
- Toffler E. (2004) *Shok budushchego* [Shock of the future]. M.: AST. (In Russ.)
- Uzikova A. Yu., Frolov Yu. I. (2015) Osobennosti samoregulyacii lichnosti v subkul'ture futbol'nyh fanatov [Features of personality self-regulation in the subculture of football fans]. *Kul'turno-istoricheskaya psihologiya* [Cultural-Historical Psychology]. No. 11 (1). P. 34–43. DOI: <https://doi.org/10.17759/chp.2015110105>. (In Russ.)
- Yadov V. A. (1994) Social'naya identifikaciya v krizisnom obshchestve [Social Identification in a crisis society]. *Sociologicheskij zhurnal* [Sociological Journal]. No. 1. P. 35–52. (In Russ.)
- Yakuba A. V. (2014) Futbol'nye fanaty kak subkul'tura v Rossii [Football fans as a subculture in Russia]. *Vestnik Krasnodarskogo universiteta MVD Rossii* [Bulletin of the Krasnodar University of the MIA of Russia]. No. 4 (26). P. 184–189. (In Russ.)
- Yakushina O. I. (2014) Identichnost' v sotsiologicheskoy teorii E. Giddensa [Identity in the sociological theory of E. Giddens]. *Sovremennyye problemy nauki i obrazovaniya* [Modern problems of science and education]. No. 2. P. 87–95. (In Russ.)
- Zhuravkov A. A. (2009) Genezis subkul'tury futbol'nyh fanatov v Rossii [Genesis of the subculture of football fans in Russia]. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo universiteta kul'tury i iskusstv* [Bulletin of Moscow State University of Culture and Arts]. No. 1. P. 176–179. (In Russ.)

Received: 16.10.2019



Интеракция. Интервью. Интерпретация.

2020. Том 12. № 1

СЕТЕВОЙ ЖУРНАЛ

Учредители – Федеральный научно-исследовательский социологический центр
Российской академии наук
(117218, Москва, ул. Кржижановского, д. 24/35, корп. 5);
Российское общество социологов
(117218, Москва, ул. Кржижановского, д. 24/35, корп. 5);

Издатель – Федеральный научно-исследовательский социологический центр
Российской академии наук
(117218, Москва, ул. Кржижановского, д. 24/35, корп. 5)

Рецензируемый научный журнал
«Интеракция. Интервью. Интерпретация»
учрежден на заседании Президиума Общественной организации
«Российское общество социологов» и выпускается с 2002 г.

Все права на опубликованные материалы принадлежат редакции и авторам.

Точка зрения авторов публикуемых материалов
не обязательно отражает точку зрения редакции.

Публикации журнала не могут быть воспроизведены
в любой форме без разрешения редакции.

Требования к оформлению рукописей и порядок подачи статей
изложены на официальном сайте журнала: www.inter-fnisc.ru

Главный редактор:

Виктория Владимировна Семенова

Редакция:

Елена Юрьевна Рождественская
Анна Владимировна Стрельникова
Ирина Наумовна Тартаковская

Ответственный секретарь:

Павел Евгеньевич Сушко

Компьютерная верстка:

Виталий Евгеньевич Кудымов

Корректор:

Анна Николаевна Кокарева

Адрес редакции: 117218, г. Москва, ул. Кржижановского, д. 24/35, корп. 5, каб. 513
E-mail: inter.fnisc@gmail.com

Editorial office: Krzhizhanovskogo str., 24/35, corp. 5, 117218, Moscow, Russian Federation
Ph. +7 (499) 128-86-18; e-mail: inter.fnisc@gmail.com