

The background is a dark red gradient. It features a network diagram with several yellow nodes connected by thin red lines. Faint vertical columns of binary code (0s and 1s) are scattered across the background.

Виртуальные русские и их экономические реалии

Коллективная
монография

Коллектив авторов

**Виртуальные русские и
их экономические реалии**

«У Никитских ворот»

2019

УДК 332.1
ББК 65.9(2Рос)-05

Коллектив авторов

Виртуальные русские и их экономические реалии / Коллектив авторов — «У Никитских ворот», 2019

ISBN 978-5-00095-913-8

В монографии представлены результаты исследования мнений интернет-пользователей о различных явлениях и процессах, имеющих место в современной российской экономике. Исследование проводилось в 2016–2019 годах на кафедре экономической социологии и менеджмента социологического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова методом анализа документов в его количественной и качественной формах. Во многих главах результаты анализа интернет-сообщений сравниваются с результатами опросов по аналогичным темам. В процессе исследования выявлены отличия информации, представленной в сети, от той, которая может быть получена традиционными социологическими методами. Наиболее важными из этих отличий являются широкий контекст, прагматизм и эмоциональная насыщенность обсуждаемых в интернете проблем. Помимо этого выявлен ряд интересных закономерностей, например, то, что бедность у россиян прочно связана с потреблением макарон. Для самого широкого круга читателей, интересующихся современной экономической жизнью и её отражением в экономической теории и социологии.

УДК 332.1
ББК 65.9(2Рос)-05

ISBN 978-5-00095-913-8

© Коллектив авторов, 2019

© У Никитских ворот, 2019

Содержание

Авторский коллектив	7
Введение	8
Благодарности	14
Общие экономические проблемы	15
1. Бедность	15
Русская бедность – своеобразный феномен	15
Данные традиционных опросов по проблемам бедности	20
Бедность у виртуальных русских	24
Конец ознакомительного фрагмента.	26

Виртуальные русские и их экономические реалии. Коллективная монография

Рецензенты:

доктор экономических наук, профессор *Д.Н. Земляков*;

доктор социологических наук, доцент *С. О. Епишев*

Авторский коллектив

БАРКОВ Сергей Александрович, доктор социологических наук, профессор, заведующий кафедрой экономической социологии и менеджмента социологического факультета Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова.

ЗУБКОВ Владимир Иванович, доктор социологических наук, доцент, профессор кафедры государственного управления и социальных технологий Московского авиационного института (национального исследовательского университета).

ОСЕЕВ Александр Александрович, доктор социологических наук, доцент, профессор кафедры экономической социологии и менеджмента социологического факультета Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова.

ГАВРИЛЕНКО Ольга Владимировна, кандидат социологических наук, доцент, заведующая кафедрой социальных технологий социологического факультета Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова.

КОЛОДЕЗНИКОВА Инна Валентиновна, кандидат экономических наук, доцент кафедры экономической социологии и менеджмента социологического факультета Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова.

КСЕНОФОНТОВА Елена Геннадьевна, кандидат психологических наук, доцент, доцент кафедры экономической социологии и менеджмента социологического факультета Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова.

КУЗНЕЦОВА Ирина Валерьевна, кандидат экономических наук, доцент кафедры экономической социологии и менеджмента социологического факультета Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова.

МАРКЕЕВА Анна Валерьевна, кандидат социологических наук, доцент, доцент кафедры экономической социологии и менеджмента социологического факультета Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова.

СВЕРДЛИКОВА Елена Альбертовна, кандидат философских наук, доцент, доцент кафедры экономической социологии и менеджмента социологического факультета Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова.

ЮРАСОВА Мария Владимировна, кандидат социологических наук, доцент, доцент кафедры экономической социологии и менеджмента социологического факультета Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова.

Введение

Интернет представляет собой уникальное собрание самой разной социальной информации. Сегодня становится всё более очевидным, что без её анализа современного знания об обществе быть не может. Поэтому по всему миру делается множество попыток структурировать информацию, существующую в сети, выявить некоторые общие тенденции её создания, распространения и потребления, а также создать новые социологические концепции с учётом этих процессов.

Изучение сетевых сообществ для выявления мнений их членов особенно актуально, поскольку эти сообщества создают специфическое виртуальное социальное пространство, в котором живут миллионы людей. В отличие от недавнего прошлого, когда коммуникации в сети рассматривались как достаточно узкий срез мнения небольшой, обладающей специфическими чертами целевой аудитории (более доходной, более молодой и т. д.), сегодняшний уровень включённости людей в социальные медиа позволяет предполагать, что в них представлена вполне репрезентативная аудитория. Сегодня примерно 40 % населения мира активно пользуется интернетом. По многочисленным данным, в России уровень пользования интернетом перевалил за 70 %, а среди молодёжи достиг предела в 98 % уже в 2015 году. Это уже не отдельные виртуальные сообщества, а целый гибридный мир, где оффлайновая и онлайн-жизнь тесно связаны, взаимодополняют и перетекают друг в друга. Изучение этого мира в современных условиях становится важнейшей задачей социологии.

Высокая репрезентативность мнений, представленных в сети, вкупе с откровенностью интернет-коммуникаций позволяют выдвинуть достаточно смелую, но при этом вполне логичную гипотезу о том, что при наличии адекватных инструментов обработки материалов, размещённых в интернете, соотношение различных позиций в них должно приближаться к данным традиционных социологических опросов по аналогичной проблематике. И эта гипотеза уже имеет подтверждения в исследовательской практике. Так, например, итальянские исследователи, проанализировав в интернет-архивах газет и журналов огромный массив данных за 1992–2012 годы и сравнив соотношение в нём различных мнений по поводу использования ядерной энергии в стране, пришли к выводу о чёткой корреляции этих цифр с цифрами, которые за то же время были получены в результате лонгитюдных исследований общественного мнения, проводимых с помощью традиционных анкет¹.

Как будет показано ниже, такая корреляция наблюдается отнюдь не всегда и не только по причине невозможности проанализировать всю информацию, имеющуюся в сети. Сама структура и содержание этой информации иногда весьма отличны от того, что мы получаем с помощью опроса, наблюдения или анализа «бумажных» документов. Очевидно, что в достаточно длительной временной перспективе исследования интернет-информации не заменят полностью традиционные методы получения социологических данных. Но они могут самым существенным образом дополнить их и повлиять на окончательные выводы исследователей.

В современной науке существует достаточно обоснованное мнение о том, что в связи с большим объёмом и разнообразием интернет-информации исследовать её нужно специальными методами. Такие методы предполагают активное использование программного обеспечения, позволяющего анализировать миллионы блоков информации, постоянно обновляющихся в сети. Вместе с тем вполне возможно применять и традиционные методы социологических исследований для получения интересных результатов по актуальным проблемам современ-

¹ Neresini, E, Lorenzet, A. Can Media Monitoring be a Proxy for Public Opinion about Technoscientific Controversies? The Case of the Italian Public Debate on Nuclear Power // Public Understanding of Science, 2016. -Vol. 25(2), – P171-185.

ности. В частности, контент-анализ даёт возможность сравнивать особенности онлайн- и оффлайн-коммуникации.

Содержание этой книги представляет собой результат применения метода контент-анализа к информации по экономическим проблемам в российской части интернета (Рунете). Данное исследование проводилось в 2016–2019 годах на кафедре экономической социологии и менеджмента социологического факультета Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова.

В отечественной исследовательской традиции контент-анализ определяется как количественный анализ текстов и текстовых массивов с целью последующей содержательной интерпретации выявленных количественных закономерностей. Применение контент-анализа сообщений в социальных медиа обусловлено большим объёмом и однотипностью анализируемой информации. В данном случае этот метод позволяет вписать содержание документа в социальный контекст, осмыслить его одновременно и как проявление, и как оценку социальной жизни. Обобщённые данные при этом дополняются качественным анализом отдельных высказываний интернет-пользователей.

Выбор проблематики исследования определялся тем, что оно проводилось на кафедре, преподаватели которой специализируются в сфере изучения экономических и управленческих проблем. Но даже если не учитывать научные интересы авторов текстов, актуальность предпринятого исследования будет вполне очевидной, поскольку экономическая реальность для большинства россиян представляет собой одну из важнейших составляющих общественного контекста реализации жизненных стратегий. Экономические достижения и ограничения задают возможности для постановки целей отдельных людей и их общностей и самым непосредственным образом влияют на выбор средств для достижения этих целей. К сожалению, а, может быть, и к счастью, без экономики наша жизнь попросту невозможна, поэтому хозяйственные феномены по определению будут составлять значимую тему для общения, в том числе и общения в сети.

Целью исследования являлось выявление особенностей восприятия экономических реалий современной России в российском интернет-пространстве.

Объектом исследования выступила совокупность сайтов российского сегмента интернет-сети, содержащая форумы с обсуждениями экономических проблем, предметом исследования – текстовые сообщения, касающиеся экономических реалий в современной России.

В ходе исследования были проведены следующие основные исследовательские процедуры:

- 1) отбор из всей информационной совокупности наиболее посещаемых, политически и идеологически нейтральных сайтов по исследуемым темам;
- 2) анализ сообщений на сайтах и выделение содержательных характеристик исследуемых феноменов путём многоступенчатой группировки соответствующих высказываний в сообщениях;
- 3) выделение (также путём группировки) индикаторов, с которыми у авторов сообщений ассоциируются исследуемые феномены;
- 4) подсчёт появления индикаторов в сообщениях (единиц анализа) в количестве слов (единиц счёта) и определение их удельного веса в процентах;
- 5) подсчёт оценочных характеристик исследуемых феноменов, в первую очередь их позитивных, негативных или нейтральных оценок (единиц анализа) в каждом из сообщений (единице счёта) и определение процентного соотношения этих характеристик;
- 6) качественный анализ наиболее репрезентативных высказываний, различающихся по своим оценочным и содержательным характеристикам.

Представляя собой специфическую площадку для обсуждений, интернет, тем не менее, не может быть назван «зеркалом» социальной реальности; это особый гибридный мир.

В интернете некоторые вопросы вообще являются неуместными для обсуждения, а другие обсуждаются под специфическими углами зрения. Часто сообщения возникают спонтанно в ответ на уже опубликованные посты или статьи. При этом обсуждение начинает идти по неожиданным сценариям, а многие логически связанные аспекты проблемы выпадают из поля зрения интернет-пользователей. Общение в сети задаёт особые ракурсы рассмотрения проблем, не схожие ни с теми, которые присутствуют в научном дискурсе, ни с теми, которые характерны для реального повседневного общения людей.

Самая большая сложность, с которой мы столкнулись, – это различия в выделении экономических проблем в научном дискурсе и интернет-коммуникациях. Казалось бы, инфляция, представляя собой очевидную экономическую проблему, должна была бы напрямую обсуждаться в интернете, но сообщений непосредственно об инфляции найти здесь практически невозможно. На неё ссылаются при обсуждении самых разных бытовых проблем, причём чаще всего пишут о ней, что называется, «вскользь», как о чём-то само собой разумеющемся.

Абсолютно неадекватной содержанию интернет-коммуникаций оказалась тема лидерства. Как соответствующая проблематика, так и само слово «лидерство» почти не представлены в блогах и сообщениях, притом, что об этом феномене в науке написаны тысячи страниц. Именно поэтому глава о лидерстве начинается параграфом с названием, говорящим о том, что это «не наше» слово. По всей видимости, поисковые запросы со словом «лидерство» формулируют только студенты, готовящиеся к занятиям или экзаменам. А слово «лидер» очень часто относится не к человеку, а к чему-то неодушевлённому, например, употребляются понятия «лидер продаж», «лидер отрасли» и т. п. Что же касается лидера-человека, то в интернет-общении он однозначно ассоциируется с руководителем и начальником. Но писать об отношении россиян к начальству как-то не очень научно.

При проведении традиционных опросов респондентам задаются конкретные вопросы, например, об их отношении к росту цен, и им (респондентам) уже «не отвертеться» от таких же конкретных, чаще всего стандартизированных ответов. Но при этом возникают другие «эффекты исследования»: социолог может предлагать респонденту вопросы, которые сами по себе в его обыденной жизни не возникают; а ответы на вопросы, отражающие представления социолога о реальности, могут не соответствовать той реальности, в которой живут обычные люди.

Анализ интернет-коммуникации, в отличие от опроса, представляет собой наблюдение за вербальным поведением, включающим небольшие «элементы опросов», причём вопросы здесь формулируют непрофессионалы, исходя из своих интересов. Чаще всего эти интересы далеки от познавательной деятельности учёных и касаются тех аспектов, знания о которых могут помочь людям в разных жизненных ситуациях. Можно сказать, что в этом случае происходит практическая обыденная операционализация основных понятий.

Таким образом, некоторые проблемы, несмотря на свою очевидную актуальность, не являются предметами целенаправленных дискуссий в сети или не выступают в качестве самостоятельных тем для обсуждения. Кроме того, многие дискуссии, касающиеся экономических проблем, возникают по поводу разного рода неэкономических новостей (вообще новостям в интернете уделяется первостепенное внимание), например, новых законов, реформ, политических событий. Поэтому при необходимости контент-анализу подвергались те форумы и обсуждаемые на них темы, которые виделись как смежные с базовыми для нашего исследования. Всё это существенным образом осложняло отбор сайтов для анализа и в целом обусловило значительную субъективность при определении выборки.

Далее следует отметить, что при всём обилии и многообразии информации в сети контент-анализ интернет-коммуникаций не даёт целостного описания экономических феноменов (предположительно и многих других тоже). Результаты традиционных исследований структурированы согласно логике учёного, а не блоггера или обычного человека, который когда-

то что-то захотел написать по интересующему нас поводу. Одним аспектам проблемы интернет-аудитория уделяет много внимания, а другим почти никакого, что иногда заставляло рассматривать данные проблемы под особым ракурсом, весьма далёким от научной логики.

В результате за рамками исследования остались многие аспекты изучаемых проблем, которые с точки зрения научного анализа обязательно должны были бы быть включены в целостное описание того или иного экономического феномена, но которые, к сожалению, интернет-аудитория не обсуждает. Поэтому результаты нашего контент-анализа порой выглядят несколько эклектично, а содержание глав книги отличается от изложения аналогичных проблем в учебниках или монографиях, использующих результаты традиционных исследований, в которых структура предмета сознательно выстраивается в логичную последовательность связанных друг с другом содержательных элементов.

Специфика контент-анализа интернет-информации заключается ещё и в том, что комментарии (сообщения, тексты) могут иметь сложную смысловую структуру, но должны быть классифицированы с точки зрения оценки только одного содержательного признака. Для иллюстрации этих сложностей приведём два примера сообщений о нестандартных формах занятости. (В этих и во всех прочих сообщениях, цитируемых в книге, для удобства восприятия исправлены явные орфографические и пунктуационные ошибки.)

Первое сообщение:

*«А я очень люблю свою работу во **фрилансе** (положительная оценка). Сейчас фрилансерами становятся представители творческих профессий, IT-сферы, а также инженеры, консультанты, менеджеры, преподаватели... Единственное, что меня по-настоящему огорчает, – так это отсутствие рабочего стажа, который ой как пригодится при выходе на пенсию (отрицательная оценка). Но вполне возможно, что я смогу найти выход из ситуации. Сегодня понятие трудового стажа почти полностью утратило своё значение. Ему на смену пришёл страховой стаж... Хотя, скажу честно, иногда кажется, что не успеваешь угнаться за стремительным развитием технологий, начинаешь бояться «отстать» и оказаться на обочине пролетающего мимо прогресса. Но в таких случаях я умею себя успокаивать (нейтральная оценка). Для **работы в интернете** нужны определённые знания. Они с лёгкостью даются любому человеку. Это не как углублённое изучение математического анализа (как на моей специальности) в университете. Но учиться надо: ведь без знаний доход будет копеечным! Фриланс предоставляет массу возможностей. Например, мне удастся **совмещать работу** с заказчиками с работой над своими сайтами. Благодаря такому явлению, как **фриланс**, многие студенты могут совмещать работу и учёбу, что предоставляет более широкий спектр возможностей для развития своего потенциала в будущей трудовой деятельности (положительная оценка). И, конечно же, мечтаю довести их до состояния совершенства. О критериях совершенства можно поговорить в другой статье. А не так давно с трудом, но всё же удавалось одновременно работать на основной работе, работать с заказчиками и вести свои проекты. Трудно, но трудности нас делают сильнее (нейтральная оценка). Зачастую **подработка и временная работа** дают человеку больше морального удовлетворения и психологического комфорта, чем основная работа, так как именно временная занятость выбирается человеком на основе его желаний и творческих способностей (положительная оценка). **Фриланс** – отличная **подработка и дополнительный заработок** к основной работе или пенсии, например. Занятость учёбой и отсутствие необходимого опыта сильно ограничивает молодёжь в выборе способов заработка. Как известно, большинство студентов работают официантами, грузчиками, курьерами или мойщиками автомобилей. Некоторые выбирают новую форму занятости – фриланс (положительная оценка). Так как в интернете огромное количество различных специальностей, то проблема отсутствия хобби решена. Любая из профессий, которую я захочу освоить, заменяет мне хобби (положительная оценка). Благодаря **интернет-предпринимательству** можно проводить время в интернете с пользой, зара-*

батывая при этом деньги (положительная оценка). Сейчас можно даже получить диплом государственного образца по специальности *Предпринимательство*².

Как можно увидеть, в этом пассаже встречаются сразу пять важных содержательных признаков – фриланс, работа в интернете, подработка (дополнительный заработок, совмещение работ), временная работа, интернет-предпринимательство. Эти признаки выделены жирным шрифтом. Кроме того, в разных частях текста автор даёт разные оценки нестандартных форм занятости – положительные (которые явно преобладают), отрицательные и нейтральные.

Этот комментарий показывает, что в сознании людей гораздо больше, чем в реальности, различные формы занятости сочетаются и комбинируются друг с другом. Текст называется «Я фрилансер», а прямое отношение автора к этому виду нестандартной занятости содержится в первом предложении: «А я очень люблю свою работу во фрилансе». Если бы не было этого названия и такого первого абзаца, то классификация текста представляла бы более сложную задачу. Так, отношение к фрилансу пришлось бы определять через соотношение его преимуществ и недостатков. Наконец, весь текст комментария посвящён нестандартной занятости, пожалуй, за исключением последнего предложения. Однако его удельный вес в таком большом тексте настолько незначителен, что им можно пренебречь и считать текст полностью содержательным.

Второе сообщение:

«Я и сейчас работаю в интернете. Не считаю это серьёзным бизнесом, скорее, подработка копирайтингом и рерайтом. Но есть планы на будущее, скорее всего – буду продвигать чью-то продукцию. Я знаю одно – работать куда-то и на кого-то вне дома я буду в крайнем случае. Главное – целеустремлённость и сильное желание».

Этот текст так же, как и предыдущий, показывает, что наш контент-анализ нельзя было осуществить только путём механического подсчёта определённых единиц. В данном случае текст демонстрирует неоднозначность отношения комментатора к предмету комментария: к работе в интернете как к подработке и как к основному источнику дохода. В первых двух предложениях речь идёт о «подработке копирайтингом и рерайтом», которую автор не считает «серьёзным бизнесом», т. е. относится к этой работе, скорее, нейтрально. При этом автор знает, что «работать куда-то и на кого-то вне дома» будет в крайнем случае, и планирует «продвигать чью-то продукцию», т. е. заниматься интернет-маркетингом. Собственно, по этому поводу и написан комментарий. Следовательно, в целом в тексте работа в интернете оценивается положительно, а содержание этой работы позволяет отнести её к категории «фриланс».

Отметим также, что в обсуждениях участвуют заинтересованные в соответствующих проблемах люди, поэтому в интернет-коммуникациях редко присутствуют нейтральные оценки, а представлены, как правило, поляризованные точки зрения. Это следует учитывать, хотя пока не совсем понятно как.

К вышесказанному необходимо добавить, что анализ интернет-коммуникаций ставит под вопрос некоторые традиционные методы измерения информации. Так, в традиционном контент-анализе большое значение придаётся удельному весу информации по теме исследования во всём объёме проанализированной информации. Удельный вес говорит об интересе людей к проблеме, а его изменение во времени показывает возрастание или угасание этого интереса. Но понятно, что такое измерение интернет-коммуникаций не вполне адекватно. Ведь если учитывать все тексты, в которых хотя бы что-то сказано по интересующей нас теме, то её удельный вес с неизбежностью будет стремиться к нулю.

Как мы уже отмечали, особенность интернет-коммуникаций заключается в том, что их участники зачастую обсуждают ту или иную проблему в очень широком контексте. Например, рассмотренная в книге новая экономическая реальность дауншифтинга из-за специфичности дан-

² Такой специальности нет. Существует направление подготовки (специальность) 38.03.05 Бизнес-информатика.

ного понятия могла бы послужить отдельной темой для обсуждений, но затрагивается она в рамках смежных вопросов семейных взаимоотношений, социально-экономического развития страны, возможностей профессиональной реализации в сложных социально-экономических условиях и даже в рамках конкретных потребительских практик. Кроме того, интернет-коммуникации прагматичны и утилитарны. Здесь часто дают советы, раскрывают секреты (лайфхаки), ищут помощи. Но если во всех этих советах и просьбах посчитать только количество появлений интересующего нас слова, то окажется, что это количество очень мало, да ещё и изменяется во времени каким-то непонятным образом. Поэтому, как ни странно, цифры об информации в интернете говорят гораздо меньше, чем о традиционных документах, изучаемых с помощью контент-анализа. Во всяком случае небольшой удельный объём информации отнюдь не говорит об отсутствии интереса к проблеме. Все эти особенности интернет-коммуникаций требуют дополнять получаемые количественные данные обстоятельным качественным анализом.

Качественный анализ необходим и для преодоления известной проблемы вбросов и репостов. Достаточно часто в сети можно наблюдать (и это чётко фиксируют средства количественного анализа сообщений) якобы всплеск интереса к той или иной проблеме. Причём рациональных причин таких всплесков вроде бы нет. На самом деле одновременные вбросы в разные социальные сети и сайты, повышающие внимание к проблеме, выгодны конкретным людям, компаниям, партиям, государствам. Так реальная заинтересованность к какой-либо проблеме подменяется искусственно стимулируемой и часто не отражающей не только естественный уровень внимания к ней, но и те мнения, которые люди бы высказали в своих комментариях без такой манипуляции. Однако не только заинтересованные лица, но и сама аудитория может создавать проблемы с анализом её мнений. Речь идёт о массовых репостах, т. е. массовой пересылке интересной информации, являющейся творческой удачей её создателей. Например, если в сети появляется весёлый ролик или фотография со щенком, то количество репостов может показать, что в этот день резко возрос интерес людей к собакам, а шире – к животным и природе.

В представленном в книге исследовании мы практически не сталкивались с проблемой вбросов и репостов из-за небольшого объёма анализируемой информации. Мы просматривали лишь определённое количество сайтов по каждой теме, хотя это, конечно, и сузило спектр высказанных по теме мнений. Кроме того, исследование с самого начала было ориентировано на сочетание (равноправие) количественных и качественных методов анализа информации, а не на дополнение количественных методов качественными, как это часто бывает. Поэтому сообщения в интернете не просто фиксировались – они анализировались по отдельности, что позволило бы выявить и вбросы, и репосты, если бы мы с ними столкнулись.

Таковы первые, самые общие впечатления, возникающие в процессе анализа интернет-коммуникаций. В будущем такие исследования обретут свои специфические правила и «законы жанра», что, безусловно, повысит их информативность и эвристический потенциал. Но уже сегодня можно утверждать, что исследование материалов интернет-сайтов существенно расширяет горизонты приращения социологического знания.

Мы желаем успехов читателям в ознакомлении с представленными материалами и будем надеяться на то, что они станут основой для самостоятельного творческого осмысления читателями как интернет-информации, так и экономических реалий сегодняшнего дня.

Благодарности

За сбор и первичную обработку эмпирических данных авторский коллектив благодарит магистрантов социологического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова:

П. Алёшину, Л. Ангелову, М. Баранову, А. Букину, М. Валма, А. Валову, Е. Вербенко, А. Грязнову, Д. Горчакова, А. Дорофееву, Д. Еркину, А.В. Зинченко, А.С. Зинченко, Ю. Иваничеву, Н. Иванову, Л. Измаилову, А. Капырину, С. Климушкину, Е. Комиссарову, А. Коростылёву, А. Коршунову, Л. Кулакову, Ю. Литвиненко, А. Малютину, Л. Масудиеву, В. Матвееву, А. Милославову, Н. Моргун, С. Мурадян, М. Панкратову, Г. Панфёрова, Д. Панфёрова, С. Пасечникову, М. Пивоварову, А. Рудакову, А. Сазонову, К. Салову, М. Смирнову, Ф. Созаеву, К. Соловьёву, Е. Сорокина, Е. Сорокину, Е. Фёдорову, М. Фролову, Д. Цыкарёва, П. Чуносону, Д. Чурсину, Х. Чыжыргана, А. Шаповаленко, О. Шарабрина, Е. Шипову, В. Шмелёву, А. Шувалову.

Общие экономические проблемы

1. Бедность

Мы за бедных! Мы за русских!
Предвыборный лозунг Владимира Жириновского в 2003 году

Русская бедность – своеобразный феномен

Мы начинаем эту книгу с феномена бедности. И это не случайно. Во многих последующих главах проблема бедности будет присутствовать в качестве некоего фона рассуждений. Это совсем не означает, что «виртуальные русские» – это по большей части бедные люди. У русской трактовки бедности много планов и коннотаций. Нашим соотечественникам свойственно чувство недореализованности, недосвершённости – ощущение того, что жизнь могла бы быть и даже должна быть лучше. А какое обстоятельство может вызвать такое ощущение в рамках рыночных реалий? Конечно же, нехватка денег, т. е. бедность. Поэтому многие экономические проблемы, рассмотренные далее (безработица, новые формы занятости, дауншифтинг, конкуренция в организациях и др.), прямо или косвенно связаны с бедностью. Проблема бедности служит специфической линзой, преломляющей русский взгляд на экономические явления и процессы.

Бедность как социально-экономическое явление в той или иной степени присуща любому обществу. Формы её проявления и масштабы распространения могут быть разными. И российская бедность совсем не похожа на то, с чем сталкиваются беднейшие страны на планете. Там речь идёт о балансировании на грани выживания, а точнее – на грани смерти. Нехватка еды, питьевой воды, невозможность воспользоваться услугами врача, понимание того, что дети никогда не получат образование и не смогут жить иначе, чем их родители, – всё это по большей части не про сегодняшнюю Россию. Безусловно, и в нашей стране (как и в самых благополучных богатых странах) наличествуют случаи ужасающей нищеты, но не они формируют специфические особенности национальной экономической культуры. Для жителей России бедность – это прежде всего фрустрация. Бедность – это универсальное объяснение колоссального разрыва между ожиданиями и реальностью.

В этой книге мы много раз будем ссылаться на советское прошлое как мощный фактор, до сих пор формирующий институциональный контекст экономической жизни людей. Когда в стране начались рыночные реформы, не только простые люди, но и сами реформаторы, а также многие известные зарубежные учёные и политики верили в то, что пройдёт совсем немного времени, и Россия станет такой же процветающей, как и развитые страны. Социалистический лагерь считался вторым миром. Первый, наиболее развитый мир составляли капиталистические страны. Третий – слаборазвитые и развивающиеся. Из второго мира путь виделся только в первый. Сегодня пришло осознание того, что после всех потрясений и нововведений последних лет мы остались вторым миром – только сегодня он зовётся БРИКС. Мы критически смотрим на западные ценности, и правительство убеждает нас, что путь в первый мир – это путь неправильный, не соответствующий русским традициям. Но при всём этом ощущение фрустрации осталось. И, как уже говорилось выше, оно влияет на восприятие множества феноменов современной жизни в нашей стране.

Проблема бедности в социологии рассматривается в контексте углубляющейся во всём мире проблемы социального неравенства и расслоения. Исследователи высказывают разные

точки зрения относительно причин роста социального неравенства, имеют часто поляризованные взгляды на меры по борьбе с растущим имущественным, экономическим и социальным расслоением. Однако все сходятся во мнении, что социальное неравенство будет нарастать во всём мире³, порождая множество негативных эффектов и вызовов, на которые национальные правительства должны будут найти эффективные ответы.

В трудах Нобелевского лауреата по экономике 2015 года А. Дитона и в работах менее титулованных зарубежных и отечественных экономистов и социологов говорится о несбывшихся ожиданиях и надеждах на снижение социального неравенства и решение проблем бедности в отдельных странах и в общемировом масштабе. Мир всё больше поляризуется, расслоение растёт. Согласно данным доклада ОЭСР *Focus on Inequality and Growth* «мировое неравенство стало больше, чем в XIX в.: глобальный индекс Джини вырос с 49 пунктов в 1820-м году до 66 пунктов в 2000-м. Мировое неравенство резко сократилось лишь в период 1950–1970 годов, когда в развитых странах мира работала модель социального государства, а в ряде развивающихся стран модернизация вывела большую часть населения из нищеты. В наши же дни, как на Западе, так и на Востоке, реальная картина выглядит довольно непривлекательно – богатые всё больше богатеют, бедные – беднеют, а средний класс размывается»⁴. По данным компании *Oxfam* в 2016 году состояние 1 % богатейших семейств мира (около 73 млн человек) сравнялось с состоянием остального человечества, 8 богатейших людей владеют капиталом половины населения мира⁵. И это при том, что «больше миллиарда людей в мире продолжают жить в абсолютной бедности с доходом менее 1,25 долл. в день»⁶.

Очень часто учёные и простые люди возлагали надежды на экономический рост как универсальное средство борьбы с любыми экономическими проблемами, в первую очередь с проблемой бедности. К XXI веку стало очевидно, что выгоды от экономического роста и создания богатства не распределяются одинаково. Богатство, созданное в современных экономиках, захватывается теми, кто уже богат, а самые бедные в обществе продолжают беднеть: состояние миллиардеров в 2018 году увеличилось на 12 процентов (на 2,5 миллиарда долларов в день), в то время как доходы 3,8 миллиарда человек, составляющих беднейшую половину человечества, сократились на 11 процентов⁷.

Необходимо подчеркнуть, что во всём мире и в России (о чём речь пойдёт ниже) стремительно расширяется социальная группа «работающих бедных». В 2017 году бедность среди занятого населения являлась уже широко распространённым явлением: более 300 миллионов рабочих из развивающихся стран имели доход или потребление домашних хозяйств на душу населения менее 1,90 долл. США (по паритету покупательной способности) в день.

Почему это неравенство не только сохраняется, но и закрепляется (ярким примером здесь являются знаменитые таблицы А. Мэдисона)? Современные институционалисты активно говорят о пресловутом «эффекте колеи», институциональной инерции, которая удерживает страну в определённой траектории. Известны пять случаев преодоления этой силы гравитации за XX век: Япония, Южная Корея, Тайвань, Сингапур, Гонконг. Они перешли из категории бедных стран в категорию богатых. Что же мешает другим странам сделать то же самое? Сто-

³ Дитон, А. Великий побег. Здоровье, богатство и истоки неравенства. – М.: Ин-т им. Гайдара, 2016; Терборн, Й. Мир. Руководство для начинающих. – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2015; Аганбегян, А.Г. Преодоление бедности и сокращение неравенства по доходам и потреблению в России // ЭКО, 2017. – № 9. – С.66–86.

⁴ Focus on Inequality and Growth. Report OECD 2014. – URL: <https://www.oecd.org/social/Focus-Inequality-and-Growth-2014.pdf> (дата обращения: 05.06.2019).

⁵ Филиппёнок, А. Богатые стали богаче: как росло глобальное неравенство в последние годы // РБК, 2018. – 22 янв. – URL: <https://www.rbc.ru/society/22/01/2018/5a6585569a79471d6f4dfbee> (дата обращения: 05.06.2019).

⁶ Credit Suisse Global Wealth Report 2018. – URL: <https://www.credit-suisse.com/corporate/en/research/research-institute/global-wealth-report.html> (дата обращения: 05.06.2019).

⁷ Public Goods or Private Wealth. Oxfam Briefing Paper, 2019. – URL: <https://oxfamlibrary.openrepository.com/bitstream/handle/10546/620599/bp-public-good-or-private-wealth-210119-en.pdf> (дата обращения: 05.06.2019).

ронники теории «эффекта колеи» утверждают, что ценностные и культурные установки способны блокировать любые политические и экономические решения в развитии страны⁸. Религиозные, культурные традиции, особенности «прежнего институционального выбора» – всё это может сдерживать модернизационные усилия и тормозить реформы.

Если использовать помимо институционального и марксистский подход, к этому следует добавить, что развитые страны не только 200 лет увеличивали своё богатство, они также создавали мощнейшие входные барьеры, не дающие новичкам проникнуть в «золотой миллиард». Такие барьеры можно считать частью глобального институционального контекста. И они действуют очень эффективно как по отношению к странам, не входящим в «элиту современного мира», так и по отношению к компаниям из этих стран. Очень показательным примером во втором случае может служить ситуация с китайской компанией *Huawei*, которая только в некоторой степени приблизилась к статусу, занимаемому в IT-индустрии западными и японскими компаниями. Непрерывающиеся санкции против России и её компаний могут также расцениваться как сильные входные барьеры, введенные в то время, как наша страна неожиданно стала показывать высокие темпы экономического роста, а более мягкие барьеры (такие, например, как требования ВТО) не дали должного эффекта.

В целом институциональные особенности российской экономики и рынка труда вкупе с плохим управлением и внешним давлением приводят к российскому парадоксу: будучи одной из самых ресурсобеспеченных стран, Россия остаётся страной с высоким процентом бедного или пограничного с бедностью населения.

В России сохранение бедности, невозможность вырваться из более низкого социального слоя и перейти в более высокий в основном связаны не с тем, что индивид не использует шансы и возможности, ленится работать и т. д. Часто сама структура экономики или особенности конкретного региона (например, отсутствие рабочих мест в моногородах) приводят к «консервации» феномена «работающей бедности». Индивид, имея постоянную работу (а иногда работая на 1,5–2 ставках), тем не менее не может вырваться из категории «бедный и малообеспеченный» в силу, например, низкого уровня заработной платы в определённой сфере (нянечка в детском саду, музейный работник в провинции и т. п.).

Таким образом, проблему бедности в России невозможно понять вне изучения широкого институционального контекста, что требует введения дополнительных, важных для осмысления российских особенностей направлений анализа. Необходимо признать, что «бедность и неравенство не элементарны по своему социальному и даже математическому содержанию. Они меняются и по регионам, и по отраслям, и во времени, т. е. формально математически это не скаляры, а векторы с меняющимися во времени компонентами, которым, кроме того, присущи многие особенности, в том числе страновые»⁹.

Для современного российского рынка труда характерны очень низкий уровень безработицы (практически советский – около 5 %) и чрезвычайно низкие заработные платы. Житель России очень боится потерять работу. Он готов трудиться за самое скромное вознаграждение. Часто этих денег не хватает для нормального существования, но он всё равно держится за работу и не предпринимает серьёзных усилий, чтобы её сменить, ведь для этого нужно на определённый и, может быть, достаточно длительный период остаться без работы.

Когда К. Маркс и его последователи описывали социальную систему раннего капитализма, они резонно указывали, что капиталист готов платить рабочему только такую зарплату, чтобы тот не умер с голоду¹⁰. В России сегодня существуют зарплаты в 7000 рублей и даже

⁸ Аузан, А. Экономика всего. Как институты определяют нашу жизнь. – М.: Манн, Иванов, Фербер, 2017.

⁹ Лившиц, В.Н. Бедность и неравенство доходов населения в России и за рубежом: научный доклад. – М.: Институт экономики РАН, 2017. – С. 25.

¹⁰ Маркс, К. Заработная плата, цена и прибыль. – М.: Политиздат, 1983.

ниже. Прожить на эти деньги не представляется возможным, т. е. есть реальная вероятность умереть с голоду. Поэтому более верной стала формула: *работодатель платит такую зарплату, чтобы работник мог не умереть с голоду при наличии приусадебного хозяйства*. Как будет показано ниже, интернет-пользователи активно обсуждают роль приусадебного хозяйства в преодолении нищеты в определённые, понятно, не самые лучшие моменты своего существования.

В СССР работали все. Если человек не трудился, его привлекали к уголовной ответственности за тунеядство. При этом многие люди жили бедно. Но для них было важно то, что никто не мог назвать их бедными. Все они были социалистическими тружениками. Собственно, и уравнилительная система заработных плат не давала возможности «официально» считать одного человека очень бедным, а другого – очень богатым. Работа давала достаток, а её отсутствие считалось неприемлемым для нормального человека.

Сознательное желание иметь работу любой ценой, невзирая на мизерную зарплату, появляется в 1990-е годы. Инициаторы реформ поначалу очень боялись высокого уровня безработицы. Но даже когда огромное число предприятий в стране перестало работать, безработица официально не была слишком высокой. Чтобы человек не чувствовал себя безработным, российские руководители организаций в самом начале рыночных реформ изобрели «неоплачиваемые» отпуска. В мире аналогом этого феномена отчасти могут служить только малооплачиваемые отпуска у японцев. Но там к этому привело законодательство о пожизненном найме значительной части работников. В отличие от Японии у директоров российских предприятий не было никакой «законодательной» необходимости сохранять фиктивные рабочие места, но и они и работники соглашались именно на такую ситуацию. И постепенно она стала частью экономической культуры страны.

С началом экономического роста в 2000-е годы неоплачиваемые отпуска ушли в прошлое, но им на смену пришли очень низкие зарплаты. Социальная сущность этих явлений одного порядка – *важнее иметь работу, во что бы то ни стало, и не важно, какие деньги за это платят и платят ли вообще*. После четверти века развития рыночных отношений для жителей России характерно желание трудиться просто для обретения статуса работающего человека.

Формированию и закреплению данной культурной особенности российского рынка труда способствовали несколько факторов. Первый фактор – это наличие со времён СССР большого количества градообразующих предприятий, которые в условиях перехода к рынку существенно ограничили возможности для большинства россиян в плане жизненных стратегий: *работать на градообразующем предприятии, не работать или уезжать*. Работодатель при этом пользуется исключительной зависимостью работников от единственного предприятия. Как говорят в таких случаях экономисты, у людей оказывается очень маленькая рыночная власть – *bargaining power* – власть выторговывать для себя условия. Тем самым низкая зарплата становится в этих городах и посёлках вполне закономерным явлением. При этом на возможность не просто работать, но улучшать свой материальный статус начинает влиять фактор «связей», возможности попасть в команду и постепенно расти по карьерной лестнице. Но следует признать, что карьерные возможности «на местах» крайне ограничены и доступны немногим. Поэтому большинство вынуждено смириться с закреплением в зоне «стабильных, но плохо оплачиваемых» рабочих мест.

Косвенным показателем этого процесса является то, что в последние годы Россия ставит антирекорды по дифференциации доходов топ-менеджмента и рядовых работников. Результаты сопоставления доходов топ-менеджмента и средних доходов работников как госпредприятий, так и компаний частного сектора различаются в уровнях уже не в разы, а на порядки:

например, разница в средних доходах топ-менеджера и работника в компании Сбербанк составляет 216 раз, в РЖД 111 раз, а в *X5 Retail Group* в 106 раз¹¹.

Второй фактор – отраслевая специфика регионов. Отчасти она связана с принципиальной ролью природных ресурсов в развитии экономики России, а отчасти является наследием плановой экономики. Если в регионе есть нефть, газ, лес или иные ресурсы, то хозяйственные инициативы с необходимостью концентрируются вокруг них, ведь в отечественных условиях это наиболее прибыльные и относительно устойчивые направления бизнеса. В свою очередь плановая экономика была ориентирована на то, чтобы аналогичные предприятия концентрировались в одном регионе. Это было удобно и с транспортной, и с образовательной, и с управленческой точек зрения¹². Все предприятия были партнёрами (а не конкурентами), а точнее – цехами одной корпорации – национального хозяйства. В отсутствии отраслевых кризисов такая система была вполне рациональной. Но сегодня в случае кризиса в отрасли людям очень трудно найти работу, так как все близлежащие предприятия «стоят», а уехать далеко сложно и рискованно, тем более что в других регионах может вообще не быть спроса на специалистов данной отрасли. Тем самым низкая мобильность населения становится причиной и следствием зависимости работников от своих работодателей и, соответственно, низких заработных плат.

Ещё больше эта проблема будет углубляться в условиях перехода к новому технологическому укладу, который неизбежно будет связан с изменением профессиональной структуры, массовой деqualификацией работников. Низкая трудовая мобильность будет способствовать закреплению значительной части работающих в зоне низкооплачиваемого, precarious труда. Ведущиеся современными социологами дискуссии о появлении новых видов мобильности¹³ и их влиянии на снижение социального неравенства, вероятно, в силу низкой социальной мобильности в нашей стране, а сейчас ещё и вследствие невозможности сформировать сетевую инфраструктуру, обеспечивающую доступ к глобальным информационным и культурным потокам и к новым рабочим местам, не только не снизит существующие проблемы бедности, а ещё больше обострит их.

Наконец, третий очевидный фактор, побуждающий людей работать за низкую зарплату, – это чрезвычайно маленький размер пособий по безработице. Он непосредственно связан с ограниченностью российского бюджета. За исключением так называемых «тучных» нулевых Российская Федерация всегда испытывала серьёзные трудности с государственным финансированием. Это было и в 1990-е годы, есть и сейчас. Если человек никогда не работал или не принёс соответствующие документы, его пособие составит 850 рублей. Понятно, что за такие деньги регистрироваться в качестве безработного никто не будет. Даже если у человека есть соответствующий стаж работы – он может рассчитывать только на 4900 рублей в месяц. Причём выплаты производятся только в течение года. К этому «прилагается» бесплатный проезд на транспорте и субсидии на квартплату, но всё равно это очень небольшая сумма. В сравнении с ней почти любая зарплата будет выглядеть более предпочтительной. Поэтому у людей нет экономического стимула становиться безработными, а любой труд ценится как возможность заработать больше.

Можно выделить ещё многие дополнительные институциональные факторы, обуславливающие относительно высокий уровень бедности в стране. Но пока остановимся на этом...

Так как бедность – это очень неприятная проблема, то человек всегда хочет обвинить кого-то или что-то в её возникновении. Термин «институциональный контекст» представляется для этого слишком сложным и только запутывающим существо дела. По мнению британ-

¹¹ Беляев, М. «Зарплатная пропасть» России. Топ-менеджеры госкомпаний зарабатывают в 150 раз больше рядовых служащих // Московский комсомолец, 2015. – 15 февр. – URL: <https://www.mk.ru/economics/2015/02/15/topmenedzhery-goskompaniy-zarabatyvayut-v-150-raz-bolshe-ryadovykh-sluzhashchikh.html> (дата обращения: 16.02.2015).

¹² Хорев, Б.С. Региональная политика СССР. – М.: Мысль, 1989.

¹³ Урри, Дж. Мобильности / Перевод с англ. А.В. Лазарева, вступ. статья Н.А. Харламова. – М.: Праксис, 2012.

ского социолога Э. Гидденса, теории, объясняющие феномен бедности, разделяются на «обвиняющие жертву» и «обвиняющие систему»¹⁴. В первом случае индивид сам «виноват» в том, что беден: общество предоставило ему шансы на успех, а он, например, из-за лени эти шансы не воспользовался. Во втором случае «виноваты», скорее, социально-экономические условия. Как будет показано ниже, участники интернет-коммуникаций однозначно относятся к типу обвиняющих систему. В ряде случаев люди, выплёскивая в сеть свою личную информацию, по отдельным вопросам высказываются очень откровенно, причём часто говорят о себе то, чего невозможно услышать в реальном общении. Причиной тому возможная анонимность участников виртуальных сообществ. Но в том, что касается бедности, никто не выложил в сеть признания своей вины в собственном бедственном положении. Люди в своей бедности всегда обвиняют некую «систему».

Данные традиционных опросов по проблемам бедности

Базовым социологическим методом исследования проблем бедности был и остаётся опрос. Наряду с анализом статистических данных именно опросы, проводимые ведущими социологическими центрами во множестве стран, предоставляют реальную информацию о параметрах бедности, а также особенностях их восприятия населением. Для последующего сравнения с результатами исследования мнений интернет-аудитории приведём некоторые наиболее значимые статистические данные и интересные данные опросов по нашей стране.

Социальная политика государства в 2009–2013 годах способствовала существенному сокращению численности бедных. Согласно данным Росстата численность населения с денежными доходами ниже величины прожиточного минимума сократилась с 19,0 млн человек в кризисный 2008 год до 15,5 млн в 2013 году. Однако с момента введения политических и экономических санкций вкуче с кризисными явлениями в мировой экономике фактически все достижения этого периода были отыграны назад, и к концу 2018 года численность бедных людей возросла до 18,9 млн человек (см. табл. 1.1).

Таблица 1.1. Численность населения с денежными доходами ниже величины прожиточного минимума в 2008–2018 гг.

Год	Млн чел.	Процент от общей численности населения
2008	19,0	13,4
2009	18,4	13,0
2010	17,7	12,5
2011	17,9	12,7
2012	15,4	10,7
2013	15,5	10,8
2014	16,1	11,2
2015	19,5	13,3
2016	19,5	13,3
2017	19,3	13,2
2018	18,9	12,9

О росте бедности свидетельствуют и другие количественные показатели: с 1990 по 2015 год коэффициент Джини (показатель распределения доходов по группам населения) вырос с 0,24 до 0,41, а фондовый коэффициент (отношение средних доходов 10 % самых богатых к средним доходам 10 % самых бедных) с 1992 по 2015 год возрос с 8 до 16. В территориальном разрезе эти показатели могут быть намного выше. Так, применительно к Москве значе-

¹⁴ Giddens, A., Satton, P. Essential Concepts in Sociology. – Polity Press, 2017. – P. 104.

ние данного показателя составляет около 70¹⁵. Следует отметить, что в царской России коэффициент фондов достигал 6,3, а в СССР он равнялся 3–4 (по всей видимости – это одно из самых низких из возможных в реальности значений). Таким образом, разрыв между богатыми и бедными в Российской империи в 1910–1914 годы и СССР был существенно ниже, чем в современной России¹⁶.

Но гораздо более важным для нашего исследования является то обстоятельство, что объективные показатели бедности и её субъективное восприятие существенно разнятся. Данные социологических опросов показывают, что субъективное восприятие бедности в разы превышает статистически регистрируемые показатели. Так, согласно данным Фонда общественного мнения, количество бедных остаётся практически неизменным с точки зрения восприятия респондентов и составляет около 60 % населения страны (см. табл. 1.2). В целом подобные опросы фиксируют наше общественное представление о бедности, её размерах в нашей стране: мы воспринимаем себя как страну с бедным населением.

Таблица 1.2.

Бедность в России по данным опросов ФОМ 2001–2017 гг.¹⁷

Год	Процент бедного населения
2001	62
2004	60
2008	59
2010	61
2011	62
2017	58

Вышеприведённые цифры очень показательны. Оказывается, что по данным опросов бедных в стране в три раза больше, чем по данным официальной статистики. Можно долго и упорно рассуждать о несовершенстве статистики, об условности и явной заниженности показателя прожиточного минимума, о несовершенстве показателя потребительской корзины и т. д. и т. п. Но все эти рассуждения не могут оправдать такое «повальное» ощущение бедности, которое с очевидностью свойственно и людям, которые по своим доходам отнюдь не являются бедными. Тут сказывается влияние скрытых институциональных факторов (институций), которые оказывают самое сильное воздействие на экономическое поведение вне зависимости от того, поддерживают они в людях истинные представления или нет.

Как уже говорилось, для жителей России ощущение бедности равно ощущению фрустрации, которое по большей части не зависит от доходов. Для россиян до сих пор характерен сильнейший разрыв между их ожиданиями, планами, надеждами и тем, что они имеют в реальности. Люди чувствуют себя бедными не столько потому, что не могут удовлетворить свои первичные потребности, сколько в силу невозможности сделать в жизни то, чего бы им хотелось.

Но самым главным в описанной выше ситуации является то, что в стране удобно, психологически комфортно и даже общепринято «прибедняться». Этот общий фон, который наблюдается в неформальном общении, с необходимостью переключается в анкеты. Одной из явных причин такого положения вещей можно считать пресловутый русский коллективизм. Причём в данном случае этот фактор работает вне зависимости от того, насколько человек лично ориентирован на эту ценность. Русским следует быть коллективистами, даже если в душе они уже

¹⁵ Лившиц, В.Н. Бедность и неравенство доходов населения в России и за рубежом: научный доклад. – М.: Институт экономики РАН, 2017. – С. 20.

¹⁶ Миронов, В.Б. Какая дорога ведёт к революции? Имущественное неравенство в России за три столетия, XVIII – начало XXI (статья первая) // Социологические исследования, 2014. – № 8. – С. 102.

¹⁷ Ответ на вопрос: «Какой процент жителей России являются бедными людьми?» См.: О бедных, богатых и разнице в доходах // ФОМ, 2017. – 18 окт. – URL: <https://fom.ru/Ekonomika/13815> (дата обращения: 19.05.2019).

не такие. Оказавшись в группе людей (соседей, родственников, знакомых, а тем более незнакомых), мы всегда рискуем столкнуться с человеком, который сейчас испытывает нужду. Он сам об этом может и не говорить. Но вот говорить при нём о своём богатстве – значит разрушить дух коллективизма. Если же, наоборот, активно жаловаться на судьбу и нехватку денег, возникает чувство солидарности. Поэтому все усердно жалуются на жизнь. И очень часто, когда известно реальное положение дел в семье говорящего, бывает странно слышать его жалобы на скромные доходы. Если же положение говорящего неизвестно, то потом с удивлением узнаёшь, что этот «бедный» сменил машину, переехал в новую квартиру или отдохнул за границей.

Приведём самый «социологический» пример сознательного занижения доходов в угоду сложившимся институциям. На улице к вам подходит интервьюер и просит ответить на несколько вопросов. Как социологи, мы в большинстве случаев соглашаемся, зная, насколько тяжёл и неблагодарен труд этого человека. В конце интервью встаёт вопрос о материальном положении. И тут всегда наступает внутреннее волнение, потому что хочется занижить свой доход, не до конца откровенно описать ту материальную ситуацию, в которой находишься. Только профессиональная этика социолога заставляет дожидаться варианта ответа, который соответствует твоему реальному доходу и тому, что ты принадлежишь к верхушке среднего класса и, не дай бог, к какой-нибудь более высокой страте. Во-первых, прекрасно понимая, сколько платят за заполнение анкет на улице, чаще всего своим достатком не хочешь обидеть самого интервьюера – особенно женщин среднего и пожилого возраста. Иногда прямо чувствуешь, что она хочет поставить крестик на ответе, который говорит, что тебе хватает денег только на еду, ведь это значит, что ты – такой же, как она. Во-вторых, если рядом проходят люди, а ты начинаешь открыто говорить, что ни в чём не нуждаешься и «только с покупкой вертолёта могут быть некоторые проблемы», то боишься почувствовать на себе осуждающие взгляды – *мол, откуда ты взялся такой богатый и такой откровенный*. После всех этих волнений радуешься, что интервью наконец-то закончилось, и понимаешь, как трудно другим людям не занижать уровень своих доходов.

В стране сложилась такая ситуация, что о своём богатстве не принято говорить. Если же брать самые негативные коннотации с богатством, то на ум приходит всем известная пословица: трудом праведным не наживёшь палат каменных (об этом речь пойдёт в гл. 2). Несложные силлогические ходы приводят людей к тому, что в каменных палатах живут только жулики. Всё это странным образом создаёт ощущение всеобщей бедности. Поэтому можно заключить, что русская бедность – это самобытное и крайне неоднозначное понятие.

Большинство людей старается скрыть то, что имеет источники средств, достаточные для нормального существования. С христианских позиций – это хорошо: нам не свойственны гордыня и потребность выставлять своё богатство напоказ. Но это имеет два негативных последствия. Во-первых, опросы населения о бедности дают явно искажённые результаты. Во-вторых, ощущение всеобщей бедности формирует особое мироощущение, которое само по себе становится препятствием для реализации жизненной стратегии, ориентированной на приращение богатства и выход из состояния бедности.

Россияне понимают, что неравенство доходов существует и будет существовать в любом обществе. Поэтому рост доходов богатейших людей в России и мире не рассматривается как глобальная проблема, а вот ориентация на ближнее окружение, понимание того, что невозможно кардинально улучшить или даже сохранить имеющийся уровень жизни, воспринимается крайне болезненно. Только тогда, когда доходы россиян перестают соответствовать их ожиданиям и обеспечивать достойный в их понимании уровень жизни, их начинают реально волновать вопросы имущественного расслоения и увеличения богатства сверхбогатых людей. Именно отсутствие качественных улучшений жизни и тех каналов, которые могли бы этим улучшениям способствовать (образование, предпринимательство, профессиональная карьера), повышают тревогу россиян в отношении своего будущего и будущего детей, а также

способствуют формированию «нетерпимости к сложившейся системе нелегитимных и избыточных неравенств»¹⁸.

То, что бедность в России – это специфический культурный феномен, косвенно подтверждают и другие опросы. С 2017 года ВЦИОМ фиксирует исторические максимумы уровня счастья у россиян. В апреле 2019 года ощущали себя счастливыми 86 % респондентов (94 % респондентов с достатком и 67 % малообеспеченных). На уровень счастья, безусловно, влияет материальное положение, но ведущими факторами, делающими россиян счастливыми, являются: наличие семьи (33 %), хорошее физическое самочувствие (21 %), дети (18 %) и хорошая работа (17 %). А недовольство жизнью связано с двумя факторами. Первый – плохое состояние здоровья (6 %). Второй напрямую связан с бедностью: проблемы материального характера (11 %), плохое положение дел в стране (11 %), низкие зарплаты и задержки их выплат (5 %)¹⁹. Как видно из приведённых цифр, ни о каких 60 % бедных речь не идёт, т. е. большинство из тех, кто считает себя бедным, не видит больших проблем ни в своём материальном положении, ни в низкой зарплате.

Интересно, что в последние годы социальная политика государства, направленная на помощь незащищённым и уязвимым слоям населения, способствовала изменению отношения россиян к причинам бедности. И тут традиционные опросы зафиксировали важнейшее изменение, которое пока ещё не нашло своё отражение в интернет-коммуникациях: некоторые люди стали обвинять в бедности самих себя, а не систему.

В целом роль структурных факторов бедности в представлениях россиян значительно снижается. В 2003 году в качестве трёх ключевых причин бедности россияне отмечали невыплату зарплат и пенсий (47 %), длительную безработицу (41 %) и недостаточность государственных пособий по социальному обеспечению (38 %). Спустя десятилетие в 2013 году лишь длительная безработица осталась в топе причин, провоцирующих бедность (31 %). Другими ключевыми причинами стали причины субъективные: девиантное поведение, прежде всего алкоголизм и наркомания (39 %), болезнь и инвалидность (35 %) и – для нас самое главное – лень и неприспособленность к жизни (31 %)²⁰.

Следует отметить, что формируемый в общественном сознании портрет «бедного россиянина» и реальность расходятся. Несмотря на закрепление в представлениях россиян связи бедности и асоциального поведения, бедности и лени, бедность в России касается прежде всего молодёжи и занятых. Согласно данным Росстата 37,5 % малоимущих – это дети в возрасте до 15 лет, а ещё 13,4 % составляет молодёжь в возрасте от 18 до 29 лет. В целом 31,9 % всех малоимущих в РФ в 2016 году – это занятые в экономике (работающие)²¹. Проблема работающих бедных на сегодняшний день остаётся одной из самых острых. И, как отмечалось выше, она связана не только с объективными факторами (низкой социальной и трудовой мобильностью, территориальными проблемами безработицы, отсутствием хорошо оплачиваемых рабочих мест в ряде регионов и отраслей и т. д.), но и следствием сформировавшегося отношения к труду.

Напомним, что проблема работающих бедных была фактически нивелирована в советский период, но существовала в царской России. Так, среди 10 % беднейшего населения России

¹⁸ Мареева, С.В., Тихонова, Н.Е. Бедность и социальные неравенства в России в общественном сознании // Мир России, 2016. – № 25(2). – С. 56–57.

¹⁹ Счастье в России: мониторинг // ВЦИОМ, 2019. – 25 апр. – URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=9673> (дата обращения: 01.06.2019); Индекс счастья // ВЦИОМ, 2019. – 25 апр. – URL: https://wciom.ru/news/ratings/indeks_schastya (дата обращения: 01.06.2019).

²⁰ Мареева, С.В., Тихонова, Н.Е. Бедность и социальные неравенства в России в общественном сознании // Мир России, 2016. – № 25(2). – С. 41–42.

²¹ Распределение малоимущего населения по основным группам (по итогам выборочного наблюдения доходов населения и участия в социальных программах, в процентах) // Росстат, 2018. – 31 авг. – URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/population/level (дата обращения: 12.01.2019).

в 1901–1904 годы 3,53 % составляли сельскохозяйственные рабочие; 4,09 % промышленные рабочие (женщины и дети) и 1,45 % подёнщики и чернорабочие. Только 0,93 % беднейшего слоя составляли маргинальные слои (нищие и бродяги)²².

Ряд исследователей отмечает, что закрепление за бедными слоями образа асоциальности и приписывание им соответствующих социально-психологических и моральных характеристик свидетельствует о «стигматизации бедных в российском обществе, формировании их портрета как андеркласса, отличающегося от остального населения страны не только уровнем доходов, но и поведенческими навыками»²³. Интересно, что этот процесс захватывает в основном высокообразованную часть российского населения. Так, на вопросы ФОМ «Как вам кажется, бедность обычно способствует развитию лучших или худших качеств человека? Или она не делает человека

ни лучше ни хуже?» только треть опрошенных респондентов со средним и средне-специальным образованием ответила, что бедность способствует развитию худших качеств, 40 % отметили, что она никак не влияет на качества человека, а 16 % указали, что она способствует развитию лучших качеств. В то же время 43 % респондентов с высшим образованием ответили, что бедность способствует развитию худших качеств, 35 % отметили, что она никак не влияет на человека, и только 8 % согласились с тем, что бедность может способствовать развитию лучших качеств людей²⁴.

Бедность у виртуальных русских

Каковы же методологические и методические особенности анализа сообщений в интернете по проблеме бедности?

Во-первых, данная проблема, несмотря на свою актуальность, в сети не только не является центральной, но и как самостоятельная обсуждается довольно редко. Чаще всего высказывания о бедности возникают в процессе обсуждения других проблем, например, законодательских инициатив, политических новостей, новинок на потребительском рынке и др. Это обусловило сложность и некоторую субъективность определения выборки. К анализу «были привлечены» те сообщества и те темы обсуждения, которые виделись как смежные с проблемами бедности. При этом за рамками анализа остались высказывания из различных дискуссий, названия (или общая тема) которых никак не соотносились с предметом нашего исследования.

Во-вторых, в интернет-коммуникациях редко присутствуют нейтральные оценки: как правило, социальные медиа представлены поляризованными точками зрения.

В-третьих, поскольку мы анализировали только русскоязычные сайты, за пределами исследования остались проблемы гастарбайтеров, которые в России сталкиваются с бедностью в её классическом капиталистическом понимании.

Объектом нашего эмпирического исследования выступили 700 сообщений (информационных блоков) – статьи, посты и комментарии, посвящённые бедности и бедным в современной России и размещённые пользователями в наиболее посещаемых социальных медиа – социальных сетях, блогах и на форумах. Исследование проводилось в конце 2017 года и в 2018 году методами контент-анализа и качественного анализа интернет-сообщений.

Были проанализированы: статьи из электронного журнала «Вокруг Огромная Страна», или ВОС (<http://w-o-s.ru>), – аудитория около 80 000 читателей; группа «Лентач» в социальной

²² Миронов, В.Б. Какая дорога ведёт к революции? Имущественное неравенство в России за три столетия, XVIII – начало XXI (статья первая) // Социологические исследования, 2014. – № 8. – С. 102.

²³ Мареева, С.В., Тихонова, Н.Е. Бедность и социальные неравенства в России в общественном сознании // Мир России, 2016. – № 25(2). – С. 43.

²⁴ О бедных, богатых и разнице в доходах // ФОМ, 2017. – 18 окт. – URL: <https://fom.ru/Ekonomika/13815> (дата обращения: 01.06.2019).

сети «ВКонтакте» (<https://vk.com/public29534144>) – 1 747 655 подписчика; ответы пользователей сайта The Question (<https://thequestion.ru/ru/feed>) – 356 665 подписчиков, ежемесячное количество посетителей форума – 411 954 чел.; сообщения и комментарии к ним в форуме «Леди@МаП. га» – ежемесячное количество посетителей 15 547 160 чел.; посты и комментарии на сайте PolitUserForum (<https://www.polituserforum.ru>) -443 зарегистрированных пользователя, ежемесячное количество посетителей – 4 275 чел.; официальная группа сайта «Финансовый гений» в соцсети «ВКонтакте» (<https://vk.com/fingeniy>) – 3 547 подписчиков; группа «Борьба с бедностью» в социальной сети «ВКонтакте» (<https://vk.com/bednoststop>) -285 зарегистрированных пользователей; посты на женском форуме «Жизнь» (<http://www.zizn.ru>) – 247 260 посетителей в год, 432 336 просмотров в год; психологический форум на Ykt.ru (<http://forum.ykt.ru/viewforum.jsp?id=32>) – 35 734 572 посетителей в год, 87 774 084 просмотров в год; ответы и комментарии к вопросам «Ответы. МаИ. га» (<https://otvet.mail.ru>) – ежемесячное количество посетителей в январе 2016 г. -88 163 078 чел., в январе 2017 г. – 80 565 522 чел., в январе 2018 г. – 69 087 078 чел.); портал «Мировой кризис – хроника и комментарии» (<http://worldcrisis.ru>) – 37 242 зарегистрированных пользователя. Более половины сообщений из общего массива информации (58 %) была сгенерирована женщинами.

Все сообщения были разбиты на два временных периода: 2013–2017 годы и 2018 год.

В проанализированном массиве удельный вес информации, непосредственно затрагивающей проблемы бедности, – всего 16,2 %. Но небольшой объём информации отнюдь не говорит об отсутствии интереса к проблеме. Пользователи социальных сетей рассматривают бедность в более широком контексте, связанном с социально-экономической ситуацией в стране и мире и падением уровня жизни, а также соотносят его падение с определённой причиной – инфляцией, снижением заработных плат, ростом налогов и т. д.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.