

ЭФОРУМ

№ 2 (23) апрель, 2011 г.

БЮЛЛЕТЕНЬ

 ЛАБОРАТОРИИ
 ЭКОНОМИКО-
 СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ
 ИССЛЕДОВАНИЙ

ЗНАКОМИМСЯ.....2 **УЗНАЕМ**5 **УЧИМСЯ**11 **ШУТИМ**14

Интервью с Натальей Богатырь: «Читать на языке различных дисциплин...»

Противокражное оборудование в продовольственных магазинах: как нечеловеческие объекты и их влияние становятся заметными?

Социальная грамматика игрушки: воспоминания об одной лекции

Курс молодого преподавателя, или Будни Бонифация в Вышке

Уважаемые читатели!


Когда вещи дают отпор... Такова основная тема нашего апрельского бюллетеня «ЭСФорум». Поясним, о чем пойдет речь: конечно, не о том, что любимый мишка неожиданно может нанести хук слева и апперкот справа, а скорее о том, что вещные объекты требуют от обществоведов признания их значимой роли в социальной жизни. Хотя в США и Европе социологи, антропологи и представители других смежных дисциплин начали активно заниматься изучением объектного мира еще в середине 1980-х годов (тогда общепризнанно стартовал «поворот к материальному»), отечественными общественными науками в этом направлении сделано немного. Пока на Западе создаются профессиональные ассоциации, выпускаются специализированные журналы, в университетах открываются междисциплинарные программы исследований науки и техники, у нас изучение вещей остается редкостью, как на теоретическом, так и на эмпирическом уровне.

В рубрике «Знакомимся» мы публикуем интервью с Натальей Богатырь, аспиранткой Института этнологии и антропологии РАН. Она рассказывает о том, как соотносятся между собой этнография и этнология, раскрывает особенности изучения материальной культуры антропологией и делится результатами своего исследования российского рынка восстановления данных, благодаря которому не понаслышке знает, насколько эффективным является междисциплинарный подход к аналитическому пониманию технологий.

В рубрике «Узнаем» мы представляем эссе Зои Котельниковой «Противокражное оборудование в магазинах: как нече-

ловеческие объекты и их влияние становятся заметными?» Большинство из нас так или иначе знакомы с действием электронных систем обнаружения предметов: если через ворота, устанавливаемые в межкассовых проходах или на выходе из магазина, пронести товар, на котором не была деактивирована бирка или этикетка, то срабатывает специальный звуковой сигнал, а покупатель этого товара оказывается в центре всеобщего внимания. Автор данного эссе пытается воссоздать то, как происходило социальное конструирование противокражного оборудования, устанавливаемого в розничных магазинах, а также продемонстрировать ситуации, когда оно оказывается значимым в отношениях ретейлеров с покупателями и поставщиками.

В рубрике «Учимся» помещен репортаж Дмитрия Крылова, стажера-исследователя ЛЭСИ НИУ ВШЭ, написанный по мотивам лекции Виктора Вахштайна на тему «Социология игрушек: от конструктора до пейнтбольного маркера». Дмитрий Крылов погружает нас в атмосферу неигрушечных исследований декана факультета социологии МВШСЭН и вслед за микросоциологами предлагает взглянуть на детскую игрушку как на материальный объект, задающий условия социальной коммуникации.

В рубрике «Шутим» мы знакомим читателей с мультимедийным изданием «Курс молодого преподавателя, или Будни Бонифация в Вышке». Кстати, смысл названия этого путеводителя по НИУ ВШЭ заключается совсем не в том, чтобы его читатели поняли, как из льва получается ворона. Просто авторы стремились помочь всем тем, кто только осваивает роль преподавателя, сделать учебный процесс и общение со студентами столь интересными, чтобы начать отдаленно походить на известного по советскому мультфильму льва, вокруг которого дети «кучковались» даже в период летних каникул. 

Увлекательного
чтения!
Создатели
«ЭСФорума»



Интервью с Натальей Богатырь: «Читать на языке различных дисциплин...»



Наталья Богатырь

аспирантка Института этнологии
и антропологии РАН

– Наташа, мы с тобой знакомы благодаря исследованию рынка восстановления данных (data recovery)¹, которое ты проводила как антрополог, хотя экономсоциологи найдут в твоей работе много знакомых понятий и концептов. Расскажи, пожалуйста, как люди становятся антропологами. Ты, например, почему выбрала антропологию?

– Знаешь, в детстве я мечтала стать геологом. В школе – географом или экономистом. А поступила на исторический факультет. И учеба там удовлетворила мои интересы. Сначала интерес к экономике: мы начинали с изучения истории Древнего Востока и азиатского способа производства, активно читали К. Маркса, Ф. Энгельса, французского антрополога М. Годелье. Потом был вводный курс этнографии². Сейчас

¹ Восстановление данных с цифровых носителей (жестких дисков, флэш-драйвов, CD, DVD и пр.) – один из новых околокомпьютерных технических сервисов. – *Примеч. ред.*

² В отличие от западной традиции, где последние тридцать лет этнографией называют исследовательский метод и способ презентации данных, которыми пользуются как антропологи, так и представители других социальных и гуманитарных дисциплин, в отечественной традиции это прежде всего наука об этносах (народах). Собеседник, в зависимости от контекста, употребляет термин в обоих значениях. – *Примеч. ред.*

этнографическую науку часто называют этнологией или антропологией. И у нас в стране она считается одной из исторических дисциплин. Но довольно долго она была геологической и географической, т.е. естественной наукой. Гуманитарной же она стала только в XX в.

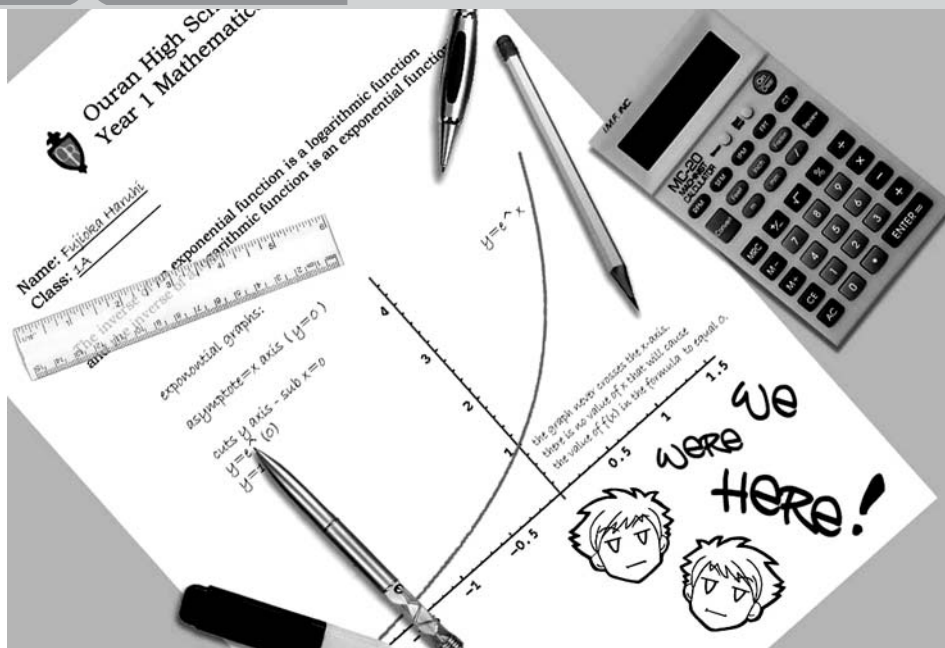
– Правда?

– Да. Когда пришло время марксистско-ленинского учения, этнография оказалась очень полезной, ведь она давала знание о первобытно-общинном, родовом, феодальном строях общества. Кроме того, в нашей стране был актуален национальный вопрос, и, следовательно, была потребность в науке, которая бы изучала этничность. Так этнография попала в ряд вспомогательных исторических дисциплин и стала гуманитарной. На Западе путь этнографии был более длинным. Там она тоже начиналась как естественная наука. Но после Первой мировой войны, когда произошел слом эволюционистской доктрины, этнография была переосмыслена сначала как бихевиористская, а затем очень быстро как социальная дисциплина. С развалом колониальной системы этнография все чаще стала позиционировать себя как гуманитарная область. Западные антропологи были вынуждены с колониального поля переключиться на домашнее. Их амбиции как социальных ученых, изучающих масштабные социальные процессы, поутихли, и в 1970–80-х годах они переориентировались на изучение своей собственной повседневности: урбанизации, коррупции, неравенства и т.д. У нас ситуация была иной. Мы были большой империей с множеством народностей, поэтому поле советского антрополога в основном было внутренним. Ему всегда было, что исследовать дома. И в российской антропологии фиксация на этническом сохраняется до сих пор. В России антропологи занимаются изучением этничности, традиционных культур, фольклора, а социологи – исследованием всего остально-

го. Для меня же фокус на этническом основным не стал, потому что по окончании вуза, когда я стала преподавателем кафедры этнологии и фольклористики в Краснодарском институте культуры, мне пришлось вести общие курсы по истории хозяйства и материальной культуре. Это было классно, потому что именно здесь этнография была ближе всего к географии и экономике. Тогда в российской этнографии активно развивался экологический подход, изучавший, как традиционное общество адаптируется к окружающей природной среде – преимущественно в своей хозяйственной жизни. Например, я участвовала в большом проекте по адаптационным стратегиям русских переселенческих групп в Закавказье, в котором работали не только этнографы, но и представители других дисциплин, причем как гуманитарных, так и естественных. Тогда же в рамках системного подхода появился взгляд на материальную культуру как систему жизнеобеспечения этноса. Правда, к непосредственно жизнеобеспечивающим элементам системы относили только жилище, одежду и пищу. Например, средства транспорта с точки зрения этого подхода уже не служат жизнеобеспечению: автомобиль – это роскошь, жить без него можно. Вероятно, сейчас не все с этим согласятся... Так же как и с такой усеченной версией понятия материальной культуры. Но тогда мой интерес к материальности был завязан на преподавательскую задачу. Не совсем практический был интерес.

– Сейчас он, скорее, практический? Для экономической социологии, кстати, да и для социологии в целом исследования материального мира – пока еще новая тема. Как обстоят дела с исследованиями материального в антропологии?

– Да, сейчас материальное представляет для меня практический, исследовательский интерес.



Тема материальной культуры всегда была нашей. Она вполне традиционна для трех дисциплин – этнографии, археологии и музеологии. Но под материальной культурой в отечественной этнологии понимают материальность доклассовых, раннеклассовых и традиционных обществ. Что-то редкое, чем ты сам не пользуешься и вокруг себя не увидишь: ткацкий станок, прялка... Мы до сих пор еще спасаем традиционную культуру, которая вытесняется культурой индустриальной. Ищем то, что от нее осталось, архаику. И когда не находим, говорим, что традиционная культура умирает. Современные вещи – ширпотреб – российской антропологии пока не особо интересны; поскольку принадлежат индустриальной культуре (а, стало быть, не являются для нас исследовательским объектом). Они становятся объектом нашего исследования, когда, например, включаются в традиционный ритуал – свадьбу, похороны. Но не раньше. Дело в том, что понятие «материальной культуры» в антропологии давно и прочно занято. Оно для дисциплины слишком базовое, чтобы вот так запросто его расширить и включить в него все, что мы сейчас потребляем. Поэтому о повседневных вещах у российских антропологов принято говорить, как о «современной материальной культуре», а еще лучше – как об «индустриальной материальной культуре». И эту культуру мы практически не изучаем. Хотя изучать, конечно, есть что.

– **Наташа, а в западной антропологии с исследованиями материального мира складывается такая же ситуация?**

– Не совсем. Возможно, она там другая благодаря тому, что в западной традиции более успешно, чем у нас, развивалась экономическая антропология. Экономантропологи раньше остальных товарищей по цеху заметили феномен массового потребления и стали думать, как его исследовать. Ты, конечно, помнишь работу Мэри Дуглас и Барона Ишервуда³. В 1980-х годах в западной антропологии появилось такое направление – исследования материальной культуры (*material culture studies*). Данное исследовательское направление возглавляет английский антрополог Дэниел Миллер. У него много работ по массовому потреблению, по современной материальности⁴. Когда в 1986 г. издательство SAGE стало выпускать журнал этого направления (*Journal of Material Culture*), Миллер заявил, что исследования материальной культуры – это не субдисциплина антропологии, а междисциплинарное поле. Но традиция – вещь устойчивая, поэтому, хотя исследования современной ма-

³ Douglas M., Isherwood B. *The World of Goods: Towards an Anthropology of Consumption*. [N.Y., 1979.] London: Routledge, 1996/2006.

⁴ См., например: Miller D. *Stuff*. Cambridge: Polity Press, 2010; Miller D. *A Theory of Shopping*. Ithaca, N.Y.: Cornell University Press, 1998; Miller D. *Material Culture and Mass Consumption*. Oxford: Blackwell, 1987.

териальности и позиционируются как междисциплинарные, они все равно по преимуществу ощущаются научным сообществом как антропологические. А вот исследования техники (*technology studies*) ассоциируются, скорее, с социологией. Но идея интеграции этих полей последние годы витала в воздухе, потому что современная материальность насыщена технологиями. Понятия материальной культуры и технологической культуры (или технокультуры) все чаще используются как синонимы. И то, что сейчас делают Филипп Ваннини и другие исследователи, которые объединились вокруг сборника «Материальная культура и техника в повседневной жизни: этнографические подходы»⁵, является как раз попыткой создать нишу междисциплинарных исследований материальности. Таковую, которая не будет привязана к персоналиям, дисциплинам и континентам. Может, это и проще – ввести новое понятие технокультуры, нежели бороться за переопределение маткультуры.

– **Наташа, скажи, а что в России происходит с экономической антропологией?**

– Номинально такая субдисциплина в российской антропологии есть, наряду с медицинской антропологией, психологической антропологией и т.д. Но с тех пор как марксистские схемы утратили популярность, это заброшенная ниша, новых работ в ней, к сожалению, почти нет⁶. Хотя она ведь и «у них» не самая развивающаяся. Думаю, не случайно там экономическая антропология сейчас идет на сближение с экономической социологией⁷.

⁵ *Material Culture and Technology in Everyday Life: Ethnographic Approaches* / ed. Ph. Vaninini. NY.: Peter Lang, 2009.

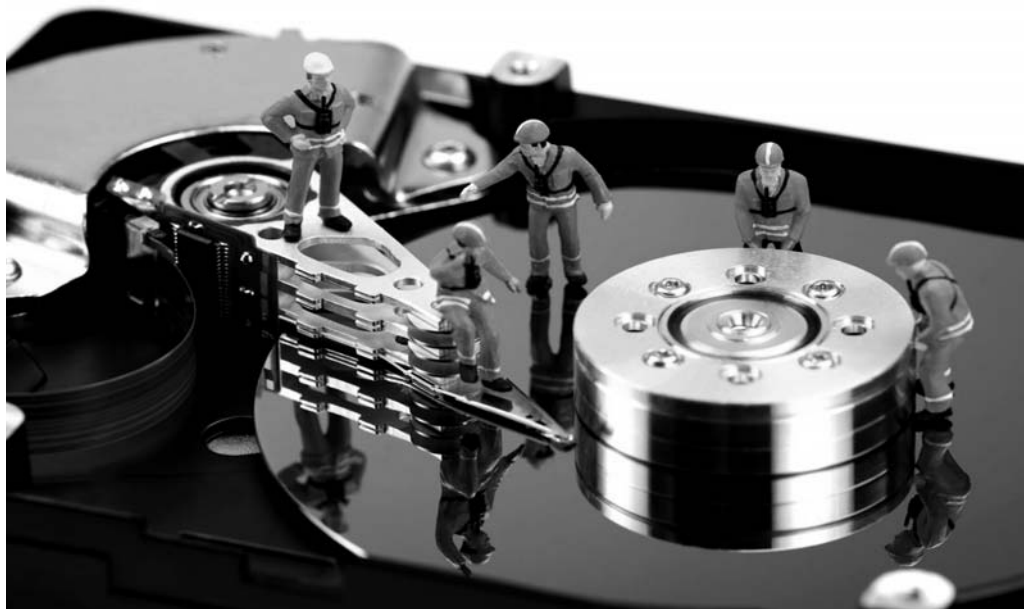
⁶ См. например: Сусоколов А.А. *Культура и обмен: Введение в экономическую антропологию*. М.: SPSL-«Русская панорама», 2006. – *Примеч. ред.*

⁷ По-видимому, имеет место движение двух дисциплин навстречу друг другу. См., например, Асперс П., Дарр А., Коль С. *Экономико-социологический взгляд на экономическую антропологию // Экономическая социология*. 2011. Т. 12. № 2. С. 126. 137. URL: <http://ecsoc.hse.ru>. – *Примеч. ред.*

– Твоя диссертация – это этнографическое исследование ритуала поддержания современных технологий. Тебе пригодилось то, что делают социологи, изучающие материальное?

– Да, пригодился опыт многих дисциплин – и на эмпирической стадии, и на аналитической. Получилось, что я впервые проводила такое длительное включенное наблюдение, и было непонятно, ни как работать, ни что делать с материалом. Потому что классическая модель, про которую мы читаем в западных учебниках, – когда антрополог едет в поле на полтора года, а потом пишет монографию, – у нас не работает, ей не обучают. Российская схема в значительной мере диктуется режимом работы исследовательских учреждений, в которых принято летом ездить в экспедиции, а зимой обрабатывать материал. Наш антрополог бывает в поле наездами. В этом есть плюс: с ним не происходит аборигенизации. Но есть и минусы: он не видит культуру как повседневный процесс. Он опирается на структуру, в исследовании которой ему помогают вопросники, он работает в технике интервью и может сохранять дистанцию. А тут получилось, что я – сотрудник организации, нахожусь в ее повседневной рутине и провожу ее политику, и в это же время веду в ней какие-то наблюдения. Никто же не объяснял, что в этой ситуации делать! Да и адекватную метафору для объяснения материала найти было непросто. Что я наблюдаю? Организацию как культуру? Новую профессию? И поскольку поле было связано с современными технологиями, я стала читать STS-литературу⁸ и работы Мишеля Каллона. Выяснилось, что меня интересовал Каллон, а Каллона интересовала экономическая социология. Поэтому мне нужны были экономсоциологи, чтобы поговорить с ними о Каллоне. Но как поговорить, не зная чужого дисциплинарного языка? Нужна была какая-то метафора, работающая в этом поле. Метафора рынка, например. Конечно, я в основном

⁸ Science Technology Studies (исследования науки и техники). – Примеч. ред.



читала тех ваших авторов, чьи подходы близки антропологам. Вроде Патрика Асперса. Если смотреть на мой материал с точки зрения его перспективы, то динамику в сфере восстановления данных можно описать в терминах перехода от рынка стандартных товаров к рынку статусному – и развитие технологий играет в этом переходе ведущую роль. Пока носители данных были дорогими устройствами, их неисправности обсуждались в основном в терминах ремонта «железки». Восстановление данных пользователя на этих носителях было побочным продуктом ремонта. Но по мере роста компьютеризации, удешевления накопителей и увеличения их емкости внимание с «железки» постепенно переключилось на продукт, который создает пользователь, – на его информацию – и рынок стал работать по-другому. Если стоимость ремонта разумно ограничивалась стоимостью самой «железки», то стоимость информации на этой «железке» оценить сложнее – потенциально она ведь может быть любой! И что самое главное – сама информация ничего о своей стоимости не говорит. Говорит клиент – его эмоции, настроение, сила его желания вернуть свою информацию. В общем, этот рынок уже не вращается вокруг «железок» (хотя, конечно, он по-прежнему ими наполнен). Но вращается он теперь вокруг клиента и его статуса.

Вообще такие вот упражнения (взять и приложить к своему материалу метафору чужой дисциплины) очень полезны для развития аналитического мышления. На таком использовании сенсibiliзирующих концептов, взятых из литературы, собственно, и построена обоснованная теория⁹. Эти концепты не должны стать твоими – взять и просто объяснить полевой материал. Они только повышают теоретическую чувствительность аналитика. Понятно, что для экономсоциолога в такой рыночной интерпретации моего эмпирического материала ничего неожиданного нет. Но для меня смена метафоры была очень полезна. Вот только перенести метафору рынка в терминологическое поле этнографии сложно, она для нас чужая. Намного конвенциональнее рассматривать восстановление данных как ритуал. Метафора ритуала, как и метафора культуры, – изначально этнографическая. Но я пришла к ней через Гранта Маккракена. Этот интересный антрополог ушел из академической науки в прикладную науку, в корпоративные, в бизнес-исследования, т.е. он практик.

⁹ Обоснованная теория (*grounded theory*) была предложена в 1967 г. Ансельмом Страуссом и Барни Глезером как альтернатива количественным методам в социальных науках и является попыткой придать качественному включенному наблюдению строгость и верифицируемость. – Примеч. ред.

И в его работах всегда очень много идей. Мне помогла его книга «Культура и потребление: новые подходы к символическому характеру потребительских товаров и практик», где он рассматривал, как в ритуалах потребления происходит трансформация смыслов, наделяющих товары¹⁰. Один из таких потребительских ритуалов – ритуал поддержания (*grooming*), в моем случае – поддержания технических устройств в рабочем состоянии. Маккракен же, в свою очередь, использовал понятие ритуала так, как его применял Виктор Тэрнер – английский антрополог, чьи работы удачно вписались в российскую этнографическую традицию¹¹. Получилось, что я вернулась к классической антропологической теории, но окольным путем, через другие дисциплинарные поля. И ты знаешь, я очень верю в полезность таких путешествий, в междисциплинарность. Иногда лучше читать, пусть и со словарем, на языке нескольких научных дисциплин, чем бодро говорить на одном своем. Это способствует взаимному обогащению наук. Тут, мне кажется, абсолютно права Барбара Чарнявска. Она еще один интересный автор, который работает на стыке исследований организаций и STS. Так вот, она объясняет смысл такого вторжения в другие дисциплины, используя терминологию социолога Ричарда Брауна. Чарнявска говорит, что в науке есть два вида работы. Одна – по уплотнению жанра, по кодификации и выработке правил, за нее «отвечает» мейнстрим дисциплины, другая происходит на дисциплинарных границах. Это работа по растягиванию жанра, по поиску новых значений. Эти жанры дополняют друг друга: плотный придает вес растянутому, а растянутый оживляет плотный¹². Мне кажется, что сейчас в антропо-

логии такой период, когда растягивание важнее. Многие ее концепты успешно работают на другие дисциплины, но ей и самой нужна концептуальная подпитка, потому что появилось много заслуживающих ее внимания феноменов, которые антропология никогда не исследовала.

– Но не происходит ли при таком растягивании твоя депрофессионализация как исследователя, представляющего определенную дисциплину, – «мы все учились понемногу, чему-нибудь и как-нибудь...»?

– Мне кажется, что работа по медиации в науке очень важна. Ведь ты привносишь в свою дисциплину те концепты другой дисциплины, которые ты способен перевести на свой язык, и в ходе такого перевода исследуешь, каким образом этот концепт может работать в твоей дисциплине. И это может вести в том числе и к переосмыслению самого концепта, что приведет к развитию той дисциплины, из которой он заимствован. Ведь дисциплинарные границы в социальных науках в значительной мере искусственны. Когда принимаешь эту иллюзорность, вся социальная теория (и практика!) начинает работать на тебя. И потом, симпатия к междисциплинарности – это, к сожалению, не мое ноу-хау. В антропологии междисциплинарный подход всегда приветствовался. Просто раньше мы сотрудничали с другими науками – с археологией, психологией, демографией, историей. Почему-то с некоторыми дисциплинами рабочий контакт пока налажен плохо. Хотя, например, социология и антропология, очевидно, могут способствовать взаимному росту. ☞

Беседовала Елена Бердышева

¹⁰ McCracken G.D. Culture and Consumption: New Approaches to the Symbolic Character of Consumer Goods and Activities. Bloomington, Indianapolis: Indiana University Press, 1988.

¹¹ Тэрнер В. Символ и ритуал / сост. и автор предисл. В.А. Бейлис. М.: Главная редакция восточной литературы изд-ва «Наука», 1983.

¹² Подробнее см.: Czarniawska B. On Creole Researchers, Hybrid Disciplines, and Pidgin Writing Conference Paper «INTER: A European Cultural Studies Conference in Sweden» organised by the Advanced Cultural Studies Institute of Sweden (ACSIS) in Norrköping 11–13 June 2007. URL: <http://www.ep.liu.se/ecp/025/008>. – Примеч. ред.



Зоя Котельникова

старший преподаватель кафедры экономической социологии, научный сотрудник ЛЭСИ НИУ ВШЭ

Мы часто не замечаем многие вещные объекты, которые сопровождают нашу жизнь и опосредуют наши действия. Но иногда вещи дают отпор и обращают на себя внимание, оказываясь поводом для конфликтов между людьми, порождая особые социальные практики и способствуя формированию новых социальных групп. В таких случаях игнорировать их и плодотворно анализировать социальные отношения становится уже невозможным.

В данном эссе мы хотели бы проиллюстрировать важность вещных объектов и технологий на примере противокражного оборудования, устанавливаемого в розничных магазинах. Электронные ворота на выходе и разного рода бирки, прикрепляемые к товарам, стали неотъемлемой частью современных торговых практик.

В представляемой работе нас интересуют, прежде всего, ответы на следующие вопросы: что способствовало массовому внедрению противокражного оборудования в практику ретейлеров? Какими социальными смыслами оно наделяется? В каких условиях противокражные системы оказываются на первом плане?

Роль материальных объектов в конструировании социального мира:

теоретические направления
Вопрос о роли материальных объектов в конструировании социального мира отнюдь не является новым, однако вплоть до середины 1980-х годов он оставался на периферии со-

Противокражное оборудование как нечеловеческие объекты и их

циологии¹. К новому осмыслению этого вопроса подтолкнули работы социальных антропологов (М. Дуглас, И. Копытоффа, А. Аппадюрия) и социологов, занимающихся проблемами науки и техники (Б. Латура, М. Каллона, Т. Пинча). Последнее направление на сегодняшний момент представлено совокупностью разных подходов и теорий, основными из которых являются: акторно-сетевая теория (ANT) и социальное конструирование технологий (SCOT). Оба подхода имеют множество точек соприкосновения и расхождения. Общим посылом для них является утверждение, что технологии, общество и материальность находятся в непрерывном взаимодействии, требующем тщательного изучения, а непримиримый вопрос, вокруг которого постоянно разгораются споры, – каковы отношения между человеческими и нечеловеческими объектами? ANT рассматривает человеческие и нечеловеческие объекты симметричными относительно друг друга: люди и вещи оказываются рядоположенными. С этой точки зрения стирается граница между субъектом и объектом, на который направлено действие², поскольку всякое действие есть опосредование, и всякое опосредование есть действие. В то же время SCOT не разделяет данную позицию и для него первоочередным вопросом выступает: роль, которую играют социальные группы в процессе социального конструирования технологий.

При этом, отбиваясь от нападков ANT, Тревор Пинч пишет: сторонники SCOT безусловно интересуются и обратным влиянием технологий на социальное формирование групп людей³. Однако изучать влияние материального мира на социальный оказывается возможным лишь в ситуациях, когда различные социальные группы вступают в прения по поводу технологий, т.е. именно тогда, когда последние оказываются видимыми. Одним из условий того, что вещи оказываются видимыми, становится проявление их принудительного



влияния на людей. Хотя влияние вещей на людей есть нечто само собой разумеющееся, трения между людьми по поводу технологий возникают тогда, когда люди не хотят мириться с принуждением, исходящим от вещей. SCOT призывает высвечивать спорные значения и свойства технологий⁴.

В своей работе мы придерживаемся логики рассуждения SCOT и намереваемся с ее помощью проанализировать

практики использования противокражного оборудования в магазинах. Наша цель – не только показать, как оно внедрялось в торговые предприятия, но и продемонстрировать, как оно социально конструировалось, т.е. какими смыслами наделялось, а также обозначить те условия, при которых оно начинает играть значимую роль в отношениях ретейлеров с потребителями и поставщиками.

Предыстория социального конструирования противокражного оборудования

Противокражное оборудование (ворота, датчики, видеокамеры и пр.) являются неотъемлемым элементом современной торговли. Однако его повсеместное внедрение было спровоцировано распространением новых торговых форматов (универмагов, супермаркетов), начавшимся в конце XIX в.

Пытаясь понять, в чем заключается секрет супермаркетов, многие эксперты приходили к одному и тому же выводу: мировой успех супермаркетов вызван особым принципом организации торговли – системой самообслуживания и тяготеющим к универсальному ассортименту (эти два критерия являются родовыми свойствами современных торговых форматов). Система самообслуживания, с одной стороны, помогла ретейлерам в значительной степени снизить совокупные издержки, в том числе сэкономив на обслуживании, а с другой – обеспечила потребителям свободный доступ к товарам, подарив им иллюзию беспрепятственного обладания желаемыми объектами (в супермаркетах покупатель может взять любой товар в руки и почувствовать, что он ему принадлежит). Таким образом, внедрение системы самообслуживания открыло ретейлерам огромные возможности для стимулирования спроса и привело к существенному росту объемов продаж. Согласно некоторым данным, оборот магазинов самообслуживания на

¹ Вахштайн В.С. Возвращение материального. «Пространства», «сети», «потoki» в акторно-сетевой теории // Социологическое обозрение. 2005. Т. 4. № 1. URL: <http://sociologica.hse.ru/s11/11sta1.pdf>

² Интервью с Виктором Вахштайном. О новом языке перформативности в социологии // ЭСФорум. 2009. № 2. URL: http://ecsoclub.hse.ru/newsletter/02_2009.

³ Pinch T. The Social Construction of Technology (SCOT): The Old, the New, and the Nonhuman // Material Culture and Technology in Everyday Life: Ethnographic Approaches / ed. by Ph. Vannini. New York: Peter Lang, 2009. P. 45–58.

⁴ Pinch T. On Making Infrastructure Visible: Putting the Nonhumans to Rights // Cambridge Journal of Economics. 2010. Vol. 34. P. 77–89.

В продовольственных магазинах: влияние становятся заметными?

30–40% выше по сравнению с магазинами, торгующими через прилавок⁵.

Однако оказалось, что распространение системы самообслуживания и принцип свободной выкладки товаров имеют обратную сторону. Нивелировав видимые барьеры для потребителей в приобретении товаров, система самообслуживания содействовала распространению магазинных краж, которые доселе были случайными и эпизодическими практиками. Известно, что до начала XX в. эти криминальные практики были уделом исключительно низших слоев населения. С расширением использования современных форм торговли, совершенствованием технологий продаж и рекламы в них стали вовлекаться и относительно более обеспеченные слои. Особенно критичным был рост kleptomании среди молодых женщин – представительниц среднего класса и подростков⁶. В структуре мотивов, подталкивающих их к совершению краж, преобладали уже не стремление выжить и нехватка денег, а эмоциональное возбуждение и желание иметь понравившийся предмет во чтобы то ни стало. Магазинные кражи таким образом обернулись огромной социальной проблемой и оказались привычным явлением. Данная проблема вынуждала ретейлеров искать специальные технологии, системы безопасности и вырабатывать политику предотвращения воровства в магазинах и проч.

Электронные системы обнаружения предметов: конкурирующие технологии

Вплоть до 1970-х годов охраной товаров и вылавливанием воров в магазинах занимался исключительно специальный персонал, в том числе сыщики, которые были наделены правами полицейских. Им разрешалось задерживать, арестовывать нарушителей, снимать у них отпечатки пальцев и т.д.⁷ Но в 1950-х годах стартовал процесс внедрения в магазины электронного охранного оборудования. Первоначально оно было представлено системой внутреннего видеонаблюдения (Closed-circuit television – CCTV). К концу 1960-х годов началось распространение электронной системы обнаружения предметов (Electronic Article Surveillance – EAS), включающей прикрепляемые на товары сенсорные датчики, съемное оборудование для датчиков и антенны (известные как противокражные ворота); по свидетельствам экспертов, в 1980-х годах указанные системы применялись уже повсеместно.

На сегодняшний момент существуют радиочастотные, электромагнитные и акустомагнитные системы обнару-

жения предметов. Все они базируются на общем принципе действия. На одном конце связи предполагается использование простого оборудования, а на другом – более сложного. Простое оборудование (датчики, бирки, этикетки) характеризуется небольшими размерами, невысокой ценой и размещается на большом количестве предметов. Сложное оборудование состоит из антенны, которая отправляет сигнал на определенной частоте, и принимающего этот сигнал устройства, посредством чего образуется зона обнаружения. Когда простое оборудование попадает в зону обнаружения, то там создается искажение определенной формы, в результате чего вся система приходит в действие, издавая звуковой сигнал.

В конструирование электронных систем обнаружения предметов были вовлечены различные группы: изобретатели, компании, научные институты и государственные лаборатории⁸. Однако основная конкурентная борьба технологий проходила в коммерческом секторе – на пересечении интересов компаний-производителей охранного оборудования и торговых предприятий.

Родоначальницей современных систем обнаружения предметов является радиочастотная, под которой понимается технология, основанная на коротких радиоволнах⁹. Ее разработал в середине 1960-х годов Артур Минэси, основатель компании Knogo. Чуть позднее Рональд Ассаф, владелец компании Sensomatic, изобрел ультравысокочастотную (*microwave*) систему обнаружения предметов, изначально предназначенную для применения в универсальных магазинах и магазинах одежды. Электромагнитная система обнаружения предметов была разработана в середине 1970-х годов и преимущественно использовалась в европейских супер- и гипермаркетах¹⁰.

Каждая из перечисленных систем имела свои недостатки; к тому же они были предназначены для узкого спектра товаров и ограниченного набора торговых форматов. К 1986 г. в компании Sensomatic осознали потребность в единой платформе для системы обнаружения предметов, которая бы отвечала нуждам разных ретейлеров. И совместно с Alied Signal Corporation они создали акустомагнитическую технологию¹¹.

Важно заметить, что с конца 1990-х годов наряду с электронной системой обнаружения предметов (EAS) по-

⁵ См.: Смирнов В. Магазины самообслуживания: новые форматы и рост прибыли // Маркетинг-журнал «4P.ru». URL: <http://www.4p.ru/main/theory/2565/>.

⁶ Segrave K. *Shoplifting: A Social History*. Jefferson: McFarland & Company, Inc., 2001.

⁷ Ibid.

⁸ Особенно активно этим занимались научная лаборатория Los Alamos, Северозападный университет, Шведский институт изучения микроволн. См.: Landt J. *The History of RFID // IEEE Potentials*. 2005. October-November. P. 9.

⁹ Ibid. P. 8.

¹⁰ *Electronic Article Surveillance – A Technology Comparison*. Executive Summary. URL: <http://www.adt.pt/retalho/EAS%20Technology%20Comparison%20ADT.pdf>.

¹¹ Ibid.

явилась конкурирующая технология – радиочастотная идентификация (Radio Frequency Identification – RFID), которую поддерживали самые большие торговые сети – Albertsons, Metro, Target, Tesco, Wall-Mart. Преимущество последней заключается в том, что она обладает большими возможностями и применяется не только и не столько для предотвращения воровства, сколько для отслеживания товара на всех этапах цепи поставки. Например, она помогает тому, чтобы товар вовремя оказывался на полках и не залежался на складе.

Таким образом, важно зафиксировать, что первоначально конкурирующие технологии, на которых базировалась электронная система обнаружения предметов, развивались в направлении улучшения эффективности ее деятельности. Компании-разработчики стремились предложить ретейлерам универсальные системы, которые бы максимально справлялись с возложенной на них задачей по обнаружению случаев воровства. Однако позднее смыслы, которые приписывались системам по обнаружению предметов, стали трансформироваться в сторону расширения их возможностей. Торговые компании теперь больше заботятся о том, что электронные системы обнаружения товаров помогают им отслеживать товарные потоки в целом.

Противокражное оборудование как демаркация современных и традиционных организационных форм

Не отказываясь от принципов свободной выкладки товаров и самообслуживания, ретейлеры делегировали функцию предотвращения воровства в магазинах технологиям, которые намного лучше справлялись с задачей создания барьеров для воров, чем персонал магазинов. Однако со временем широкое применение новых технологий спровоцировало наделение их еще одним значением. Сложные комплексы методов по защите и предотвращению воровства постепенно стали символом демаркации современных и традиционных торговых форматов. Список родовых свойств супермаркетов расширился, в него теперь входят не только универсальный ассортимент и система самообслуживания, но и технологии.

Проиллюстрируем вышесказанное на примере российской действительности. Для отечественной экономики торговые сети и современные торговые форматы являются относительно новым феноменом¹². Процесс их распространения проходит весьма медленными темпами. Основную долю в российской торговой сфере до сих пор составляют магазины самообслуживания и традиционные магазины, торгующие через прилавок. Например, по данным Росстата, в декабре 2010 г. розничные торговые сети формировали в среднем 16,7%

¹² Первые отечественные сети стали появляться в России лишь в начале 1990-х годов.



общего объема оборота розничной торговли в Российской Федерации¹³.

Главная проблема, с которой столкнулись отечественные ретейлеры при развитии современных торговых форматов, не была связана с освоением базовых принципов, на которых основываются американские супермаркеты и французские гипермаркеты.

Основная проблема была сопряжена с их неспособностью овладеть сложными технологиями. Например, предприниматели сталкивались с серьезными трудностями при внедрении специального программного обеспечения, торгового оборудования, штрих-кодирования и т.п. На вопрос интервьюера, почему предприниматели не выбирают форматы магазина самообслуживания или супермаркета, был получен такой ответ:

«Потому что это очень дорого. На самом же деле есть масса плюсов и масса минусов. Плюсы – увеличение в супермаркете товарооборота примерно на 30%. А минусы – требуется масса квалифицированных кадров, программное обеспечение, много торгового оборудования, достаточно дорогого. Но самое главное – это программное обеспечение и нормальная работа».

На вопрос, в каком формате работает магазин, последовал ответ:

«Это супермаркет. Раньше это был просто магазин самообслуживания... Установить на входе электронные ворота стоит очень дорого. Кроме того, мы увеличили штат фасовщиков, которые должны наносить ценники со штрихкодами. И поначалу мы терпели очень большие убытки»¹⁴.

Забавно, но если верить словам предпринимателя, то именно электронные ворота оказываются символом новых торговых форматов. Отличие супермаркета от магазина самообслуживания пролегает на уровне технологий, обеспечивающих бизнес-процессы торговых предприятий.

Магазин и честные покупатели: привлечение внимания без оскорбления лучших чувств

Сегодня системы обнаружения предметов являются обыденным явлением. Но важно отметить, что со временем они превратились в центральный объект в магазинах, с которым вынуждены вступать во взаимодействие все группы потребителей и который служит причиной конфликтных ситуаций.

Противокражная система в первую очередь ориентирована на коммуникацию ретейлеров с теми, кто вовлечен в практики воровства. Ее внедрение вызвано желанием

¹³ Розничная торговля в 2010 году. URL: http://www.gks.ru/bgd/regl/b10_01/IssWWW.exe/Stg/d12/2-2-1.htm.

¹⁴ Межрегиональный проект «Практики хозяйственной конкуренции на рынках потребительских товаров современной России» (2005–2007 гг.). Респондент: собственник независимого традиционного типа магазина продуктов питания г. Магадана.

менеджеров сократить объем магазинных краж. По данным разных исследований, с установкой в магазинах электронной системы обнаружения предметов потери от воровства уменьшаются от 30 до 60%¹⁵.

Более того, согласно общераспространенному мнению, противокражная система должна быть заметной для потребителя. Будучи видимой, она помогает предотвратить потенциальные кражи, которые совершаются забывчивыми покупателями и ворами-любителями. Так, эксперименты, проводимые группой американских психологов, показали, что даже использование различных знаков (надписей с напоминанием о том, что воровство является преступлением, специальное обозначение товаров, которые часто оказываются объектами внимания воров) существенно способствует снижению объемов краж в магазинах¹⁶.

Однако, внедряя новую систему безопасности, ретейлеры столкнулись с неожиданной проблемой. Пытаясь сделать видимой противокражную систему для предотвращения воровства потенциальных магазинных воров, они снижали привлекательность и доброжелательность атмосферы в магазинах для остальных потребителей. Более того, системы обнаружения предметов часто оказывались причиной ситуаций, ставящих в неудобное положение ни в чем неповинных покупателей: например, когда система срабатывала в результате ложных сигналов или сотрудники магазина забывали нейтрализовать датчики.

Согласно данным исследования Доусона, значительное большинство респондентов согласилось, что в такой ситуации покупатель чувствует себя расстроенным (70%), смущенным (86%), раздраженным (80%) и ожидает извинений и объяснений со стороны менеджмента магазина (74%)¹⁷. Подобного рода ситуации отрицательно сказываются на репутации магазинов и их посещаемости.

Магазин и профессиональные воры: борьба технологий и контртехнологий

Среди людей, совершающих кражи в магазинах, можно выделить любителей и профессионалов, в том числе организованные преступные группы. Первые отличаются тем, что их поведение обусловлено неконтролируемыми аффектами, товары они крадут для личного потребления. Мотивацией же профессионалов является нажива, поскольку они воруют вещи с целью последующей их перепродажи.

¹⁵ Marketing News. «Stores with “Electronic Eyes” Report Lower Shoplifting Rate». 1983. November 25.

¹⁶ Mcnees M.P., Egli D.S., Marshall R.S., Schnelle J.F., Risley T.R. Shoplifting Prevention: Providing Information Through Signs // Journal Of Applied Behavior Analysis. 1976. Vol. 9. No. 4. P. 399–405.

¹⁷ Dawson S. Consumer Responses to Electronic Article Surveillance Alarms // Journal of Retailing. 1993. Vol. 69. No. 3. P. 359.

Общепризнано, что на сегодняшний день действие электронных систем безопасности в магазинах оказывается эффективным в отношении забывчивых покупателей и воров-любителей, в то время как для профессионалов они давно перестали составлять препятствие и угрозу. Последние начали активно вовлекаться в практики изобретения способов обмана электронных систем. Например, они с помощью специального оборудования нейтрализуют или взламывают датчики, используют сумки, которые изнутри обложены фольгой, препятствующей обнаружению датчиков, изобретают глушители и специальные механизмы, провоцирующие системы на ложные срабатывания. Таким образом, со временем возник целый рынок (подпольное производство, теневая торговля), где продаются и покупаются средства, позволяющие профессионалам нейтрализовать системы безопасности в магазинах.

Приведем пример обсуждения на форумах способов воровства в магазинах:

«Не все конторы так просто продают съёмники. Подскажи магаз для свободной покупки. Заранее благодарю!!!

Я вообще не в интернет-магазине покупала. В любом городе есть магазины (по справочнику найдешь) которые торгуют антикражным оборудованием, я туда сама пришла и сказала, что нужен съёмник для жестких бирок, так мне там еще и чек товарный выписали на него, но мне теперь крючок нужен, т.к. этот съёмник не все открывает, у нас стало больше магазинов, где на шмотках супертаги»¹⁸.

Борьба технологий и контртехнологий привела к тому, что акцент в предназначении противокражного оборудования, устанавливаемого в магазинах, сместился с обнаружения и ловли нечестных покупателей к созданию барьеров и предотвращению угрозы потенциального и случайного воровства. И во многих случаях ретейлеры сегодня разочаровываются в возможностях современных электронных систем безопасности¹⁹.

Магазин и поставщики: кто заплатит за воровство и противокражное оборудование?

По данным мировых исследований, оцениваемые потери от воровства в 2010 г. составили 110 млрд долл.; затраты торговых предприятий на защиту от краж, – 26,8 млрд долл.²⁰. В среднем в мире кражи в магазинах со-



¹⁸ См. обсуждение: <http://www.phreaker.us/forum/archive/index.php/t-9080.html>.

¹⁹ Capers C.T. Effectiveness of Situational Crime Prevention Strategies to Deter Organized Retail Theft. A Dissertation Presented in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree Doctor of Management in Organizational Leadership. University of Phoenix. April 2008.

²⁰ Кражи в магазинах мира – ежегодный отчет Центра исследований розницы (The Centre For Retail Research). URL: <http://www.jsbshop.ru/review-m/73-kragiv-magazinah-mira-egogodniy-otchet.html>.

ставляют 1,36 % от оборота ретейлеров. Наибольшие доли в объемах всех магазинных потерь занимают кражи, совершаемые покупателями (42,4%) и персоналом (35,4%), а наименьшую долю – потери, вызванные работой поставщиков (5,4%). Тем не менее, пользуясь рыночной властью, которую ретейлеры имеют над поставщиками, первые различными способами пытаются переложить на последних затраты по защите товаров от краж.

Так, с конца XX в. мировыми ретейлерами вкуче с работниками охранного оборудования поднимается вопрос о необходимости маркировки товаров на стадии производства (прикрепление бирок и этикеток на товар в момент его упаковки и др.). Такой подход избавляет ретейлеров от необходимости нести дополнительные расходы на нанесение бирок и этикеток на товары, позволяя доставлять в магазины уже защищенную продукцию. Тем самым ретейлеры увеличивают эффективность своей деятельности, перекладывая затраты на производителей. Данный вид защиты товаров на мировых рынках применяется достаточно широко.

Российская ситуация не является исключением, однако у нас более популярны «лобовые» методы. С начала 2000-х годов между российскими торговыми сетями и поставщиками ведутся горячие споры вокруг того, кто должен возмещать потери в магазинах, вызванные воровством, и платить за внедрение и поддержание противокражной системы в магазинах. При заключении контрактов торговые сети выдвигают своим поставщикам в качестве дополнительных требований необходимость компенсировать им все потери, связанные с воровством, и оплачивать установку и поддержание электронных противокражных систем в торговых залах. Так, согласно нашим эмпирическим материалам, данные затраты в России покрывает каждый четвертый поставщик крупных сетей и каждый восьмой поставщик мелких сетей. Однако, по мнению торговых сетей, это требование распространено гораздо шире, чем утверждают поставщики. И если верить ретейлерам, то выдвигают подобного рода просьбу они ко всем контрагентом независимо от их организационного размера²¹.

Заключение

Когда-то торговые предприятия в гонке за увеличением дохода породили такую значимую социальную проблему, как кражи покупателями в магазинах, которая вынудила ретейлеров в сотрудничестве с компаниями-производителями систем безопасности работать над способами ее сдерживания и сокращения. Одним из выходов было внедрение в магазинах электронных систем обнаружения предметов, которым была делегирована функция создания барьеров для воровства.


Конкуренция технологий, на которых основываются электронные системы обнаружения предметов, первоначально велась компаниями-разработчиками с целью предложить стандарты, которые бы удовлетворяли по-

требности всех ретейлеров независимо от того, с какой группой товаров они имеют дело и в каком торговом формате работают.

В дальнейшем предназначение технологий переопределялось. В ответ на повсеместное внедрение электронных систем обнаружения товаров развивались контртехнологии, которые ослабляли эффективность первых. С формированием практик профессионального воровства смысл, приписываемый противокражным технологиям, смещался с обнаружения товаров, которые воры-профессионалы пытались незаконно вынести из магазина, в сторону предотвращения потенциальных краж и случайного выноса товаров. Ретейлеры постепенно разочаровывались в действенности противокражных систем, в результате чего стали развиваться новые конкурирующие технологии с расширенными возможностями. Теперь системы электронного обнаружения товаров не столько применяются для снижения потерь в торговом зале, сколько для отслеживания товаров в ходе их движения по цепи поставок от производителей до потребителей.

В дополнение ко всему противокражные технологии, будучи одним из элементов, символизирующих массовую дистрибуцию, стали выполнять функцию демаркации традиционных и современных торговых форматов. Высокие технологии и оборудование обернулись еще одним родовым свойством супермаркетов и других инновационных организационных форм торговли.

Помимо прочего, электронные системы обнаружения товаров нередко оказываются поводом для конфликтов. В первую очередь несовершенство технологий и непрофессионализм работников торгового зала приводят к возникновению частых ситуаций, когда ни в чем неповинные покупатели попадают под подозрение. Подобные практики плохо сказываются на репутации магазинов и снижают их посещаемость. Более того, ретейлеры попытались переложить на своих поставщиков затраты по поддержанию противокражных систем в магазинах, тем самым демонстрируя асимметрию власти в цепи поставок.

Согласно направлению SCOT, конструирование технологий – это открытый интерактивный процесс, в котором технические и социальные элементы участвуют на равных²². Технологии постоянно меняются и переопределяются посредством вовлечения их в социальные практики использования. Со временем технологии становятся неотъемлемым элементом повседневной рутины, и участники рынка перестают их замечать. Но при этом они не перестают оказывать принудительное воздействие на людей и практики их поведения. А в отдельных случаях технологии выходят на поверхность, становятся заметными. Это происходит, во-первых, когда возникают разногласия вокруг спорных значений и смыслов, приписываемых технологиям различными социальными группами. Во-вторых, когда люди начинают сопротивляться принуждению со стороны вещей. В-третьих, когда технологии оказываются вовлеченными в перераспределение власти. 

²¹ Данные проекта «Развитие российского ретейла: меры государственного регулирования и их последствия» (2009); руководитель – В.В. Радаев.

²² Klein H.K., Kleinman D.L. The Social Construction of Technology: Structural Considerations // Science, Technology, & Human Values. 2002. Vol. 27. No. 1. P. 28–52.



Дмитрий Крылов

стажер-исследователь
ЛЭСИ НИУ ВШЭ

Вместо эпиграфа

Улетаю в Пермь читать лекцию по социологии игрушек. Бегаю по квартире, собираясь в дорогу. Багаж я стараюсь никогда не сдавать и вот теперь сталкиваюсь с проблемой: как провезти в ручной клади пистолет? Пистолет, конечно, игрушечный, стреляющий пороховыми пистонами, но очень похож на настоящий. К тому же практически весь он состоит из железных деталей. Мне он позарез нужен для лекции, но вот войти с ним в аэропорт...

– Ты его, главное, в сумку не клади с ноутбуком. Еще заодно решат, что ноутбук – это бомба. И в карман верхней одежды не надо. Ее первой просвечивают. Неси лучше в руках! – предлагает один находчивый знакомый.

– Как ты себе это представляешь? Захожу я с пистолетом в аэропорт и говорю: «никому не двигаться – это иллюстрация к лекции?»

– Ну, ты можешь его переломить пополам (заряжается он так) и показать всем, что он внутри игрушечный.

– Внутри да... Но как мне убедить службу безопасности, что я пилоту тоже его покажу изнутри, а не снаружи?..

В. Вахштайн

Год назад, 11 февраля 2010 г., в Фонде поддержки визуальных искусств Елены Березкиной «Эра» состоялась лекция декана МВШСЭН, сотрудника Центра фундаментальной социологии НИУ ВШЭ Виктора Вахштайна на тему «Социология игрушек: от конструктора до пейнтбольного маркера». Тогда это

Социальная грамматика игрушки: воспоминания об одной лекции

мероприятие прошло в узком кругу ценителей высокого. Однако проблематика материального не теряет своей актуальности в социальной науке, и затронутый Виктором Вахштайном сюжет год спустя оказывается более созвучным социологическому сегодня, нежели социологическому вчера. Руководствуясь такими соображениями, мы публикуем репортаж о той лекции, подготовленный одним из ее слушателей – Дмитрием Крыловым.

Социология игрушек

Весной 2009 г. депутаты правящей коалиции в Германии были полны решимости запретить пейнтбол на всей территории страны¹. Причина такого шага – участившиеся трагедии в школах, которые происходили по одному и тому же сценарию: ученики (действующие или прошлые) врывались в школы и расстреливали своих одноклассников и учителей. Пейнтбол впал в немилость, потому что игра воспринималась парламентариями и рядом немецких обывателей в качестве легитимной формы насилия, которая якобы провоцировала молодых немцев на преступления. «Следствию ни разу не удалось установить связь между стрельбой в классах и увлечениями пейнтболом. И тем не менее связь эта казалась самоочевидной», – начал свою лекцию Виктор Вахштайн.

Однако немецкие специалисты, в числе которых были и социологи, доказали, что во время игры в пейнтбол моделируется совершенно иной тип взаимодействия людей – тип «конкурентного перестреливания», а не «массовое убийство», отличающее школьные трагедии. В итоге немецкий Бундестаг согласился с выводами специалистов, однако запретил пейнтболистам использовать в качестве «пуль» шарики с красной краской.

¹ <http://ru.euronews.net/2009/05/08/germany-moves-to-outlaw-paintball/>.

Игрушечные исследования

Но где та граница, которая отделяет игру от неигры? В какой момент бег превращается в гонку, а драка – в бокс? Что поддерживает игровой формат социального взаимодействия? Социологи, изучающие повседневную социальную жизнь, используя логику исследования американского социолога Ирвинга Гофмана (а точнее, предложенную им теорию фреймов), говорят о том, что материальные объекты выполняют ключевую функцию в поддержании социального взаимодействия людей. В случае с игрой именно игрушки помогают нам определить «начало» и «конец» игровой коммуникации, а также в значительной степени определяют ее содержание. Сегодня интерес к игрушкам в социальных науках определяется двумя исследовательскими мотивами: психологическим и культурологическим. Для психолога-марксиста игрушка – это «орудие освоения социального опыта» и «инструмент социализации». Для культуролога она – проекция смысловых кодов и социальных отношений, «символ эпохи» и «объективация представлений о детстве». Два этих языка описаний предлагают два разных способа осмысления игрушки.

Психологов прежде всего интересуют вопросы психического развития, опосредованного игровыми действиями: «Чему учат ребенка те или иные игрушки? Что такое развивающие игры? Какие игрушки следует давать ребенку, а какие не следует?»

Неслучайно Надежда Крупская одной из первых стала писать о том, с какими игрушками советский ребенок должен и не должен играть, «предвосхитив» тем самым многие достижения отечественной психологической науки, отметил декан МВШСЭН. Такой способ мышления об игровых объектах по



сей день продолжает жить в культурно-исторической теории деятельности (Cultural History Activity Theory – CHAT). Рупором идей этого подхода (изначально зародившегося в советской психологии) сейчас выступает журнал «Mind, Culture and Activity»².

Работы по «дешифровке» культурных кодов игрушек не менее многочисленны. Эта традиция рассматривает детскую игрушку в качестве символа, способного выражать предельно абстрактное в предельно конкретном. В итоге ученые изучают не саму игрушку, а смыслы и значения, которые она воплощает. Анализируя предметы детских забав, можно описывать стили ушедших эпох, структуры сообществ и отношения внутри них, исследовать вопросы о том, почему те или иные вещи становятся предметом для игр, как в них воплощаются классовое или гендерное неравенство, ожидания, диспозиции, профессиональные роли и т.п.

Две эти логики столь сильны, а порождаемые ими утверждения столь убедительны, что социологи, как правило, примыкают к одному из лагерей или пытаются совместить их теоретические наработки (как это делает Дональд У. Бол в статье «К социологии игрушек: неодушевленные объекты, социализация и демография кукольного мира»³). Совмещение метафор «игрушка как инструмент» и «игрушка как символ» обнаруживает «имплицитную педагогику игрушек», благодаря которой наши ноги и руки становятся «полны заостренными императивами» (П. Бурдые). Из поля зрения социологов, таким образом, ускользает сам материальный объект, участвующий в конструировании конкретных социальных ситуаций.

Поворот к материальному

В конце 1970-х годов Ирвинг Гофман, развивавший микросоциологическую логику анализа социального мира, вел семинар в Манчестер-



ском университете. Он подошел к окну аудитории и указал на играющих детей. Дети совершали сложные манипуляции, включавшие две машинки, несколько фигурок, отдаленно напоминавших человеческие, один совок и множество подручных предметов, найденных неподалеку. Гофман детально разобрал структуру обменов игрушками, механику наделяния их смыслами, разные типы «сцепок» между игровыми и неигровыми действиями. Закончил же он загадочной фразой: «Если мы хотим понять архитектуру социального мира, нам нужно понять, как соотносится игровой материальный объект, действие ребенка и тот воображаемый мир, который им создается». По воспоминаниям одного из участников гофмановского семинара Рода Уотсона, «все, что говорил тогда Гофман, нужно было немедленно публиковать». К сожалению, записей семинара не осталось, и микросоциология игрушек долгое время пребывала в зачаточном состоянии.

К концу 1990-х годов ситуация изменилась. В арсенале социологов появился новый подход, который позволил рассмотреть «игрушку как игрушку», т.е. как материальный объект, укорененный в коммуникации особого рода. «Поворот к материальному» в социологии, который одни отечественные социологи страстно осуждают, а другие – защищают, позволяет понять, каким образом мир социальных отношений поддерживается за счет физических предметов. В данном случае – игрушек.

Преимущества этого подхода декан «Шанинки» проиллюстрировал на примере из личного опыта. Будучи в 1998 г. в Израиле, Виктор Вах-

штайн вместе со своими коллегами изучал устройство кибуцев – израильского аналога советских колхозов, в которых сохранилась прямая демократия в управлении и коллективная собственность (даже на игрушки): «После долгого обсуждения преимуществ и недостатков прямой демократии в малых сообществах мы пошли прогуляться и наткнулись на коляску, сделанную в форме маленького автомобильчика. У коляски-автомобиля был руль, но в движение его должна была приводить мама. «Вот он, символ этого сообщества! Символ коммуны, в которой ребенок с детских лет учится сам выбирать направление движения и брать за это ответственность!», – восхитилась наша делегация». Однако при внимательном изучении конструкции оказалось, что руль у коляски не связан с колесами, и все возможные попытки символического («дух коммуны», «воплощение демократии») или психологического анализа («инструмент формирования навыка ответственности») тут же провалились. Микросоциология же показывает, как именно конструкция взаимодействия ребенка и взрослого определяется конструкцией самой коляски, как переплетаются в этом взаимодействии игровые и неигровые действия, как воображаемый мир игры преобразует и преобразуется сам в невоображаемом перемещении.

На чем именно фокусируется микросоциолог? На соотношении материальных и символических свойств игровых объектов. Любая игрушка, утверждает Виктор Вахштайн, предполагает некоторый «скрипт», т.е. «сценарий» своего использования. Этот сценарий определяет, что с ней следует (*prescription*) и не следует (*restriction*) делать. В коляске-автомобиле «следует» сидеть, вращать руль, бибикать, имитировать звук работы двигателя и скрип тормозов (это первичный сценарный ряд – сценарий игры в вождение автомобиля). «Не следует»: наряжать кукол, разводить костер или танцевать. Однако помимо того, что танцевать в коляске-автомобиле не следует по «сценарию», это еще сложно осуществить физически. Таково

² <http://lchc.ucsd.edu/mca/Journal/index.html>.

³ Ball D. Toward a Sociology of Toys: Inanimate Objects, Socialization, and the Demography of the Doll World // Sociological Quarterly. 1967. Vol. 8. No. 4. P. 447–458.

второе свойство игрушки как материального объекта: «мера физических возможностей» (*affordance*) – т.е. совокупность действий, которые человек с ней в принципе может совершить. К примеру, игрушечную лопатку можно использовать не только по сценарию – в песочнице, но она с легкостью становится трамплином для игрушечного автомобиля, оружием, позволяющим дать сдачи обидчику, или открывалкой для пива (правда, в последнем случае она уже не является игрушкой, поскольку встраивается в иной тип коммуникации).

Одна из теорем микросоциологии: у материальных игрушек «мера возможности» (*affordance*) всегда больше «мерысообразности» (*script*). Иными словами, игрушка позволяет сделать с собой больше, чем предусмотрено сценарием (это не так в случае компьютерных игровых объектов, у которых сценарий и аффорданс практически совпадают). Однако соотношение двух этих показателей различается от игрушки к игрушке: например, конструктор «Лего», из которого сложно собрать что-

то непредусмотренное инструкцией, сильно отличается от советских конструкторов, представляющих собой набор деталей и скрепляющих их гаек («которых всегда не доставало»). Зазор между сценарием и мерой возможного – источник креативности игровых действий. Именно поэтому особый интерес для социологов должны представлять сломанные игрушки, заставляющие ребенка «переписывать» сценарий их использования, поделился своим соображением Виктор Вахштайн.

Всем игрушкам игрушка

Но для чего нужна детская игрушка? Она поддерживает «фрейм игры». «Мы, как и ряд животных, способны посылать другим людям сообщение вроде «я начинаю с тобой играть», и считывать его. Установить фрейм игры можно и без материальных предметов, но именно они обеспечивают игровому действию устойчивость, воспроизводимость, относительную автономию от неигровых миров. Они поддерживают формат коммуникации», – пояснил декан «Шанинки».

Виктор Вахштайн выделил три интересных его типа игрушек. Первый – «игрушка-оснастка» (*equipment*): материальная составляющая игрушки не так важна, как символическая. «Дети могут играть в больницу, повязав на рукав красную тряпку, и всем будет понятно, что это – доктор. Но эта “игрушка-оснастка” встроена в сам фрейм “игры в докторов”, в другом фрейме она будет означать иное», – пояснил он.

Второй тип – «игрушка-актант», которая выступает не средством, а партнером взаимодействия. Пример – кукла, которую девочка может воспитывать, кормить печеньем и укладывать спать.

Третий тип – «игрушка-сеттинг» (*setting*), т.е. непосредственная физическая «среда» игровой коммуникации. Пример – песочница или бассейн («дети играют в песочнице, в бассейне, а не с песочницей или с бассейном»).

Игра с отягчающими последствиями

Самым сложным для анализа выступают компьютерные игры – «игры в игры», позволяющие участникам коммуникации делать только то, что им предписано скриптом. Насилие в такого рода фрейме не принимает материальные формы, как в пейнтболе, но видеоигры распространены в большей степени, чем тот же пейнтбол.

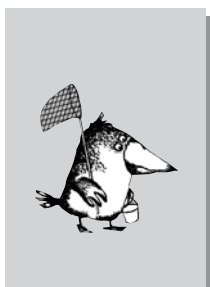
Во время судебного разбирательства «дела майора Евсюкова» выяснилось, что обвиняемый любил играть в компьютерные игры-стрелялки «от первого лица» (шутеры), а также проводить время в тире. Российские парламентарии высказывают мнение, что ряд компьютерных игр должен быть запрещен в стране, и самый популярный в мире шутер «Call of duty» («Зов долга») по этой причине уже был подвергнут цензуре⁴.

Виктор Вахштайн уверен, что изучение материальной составляющей игровой коммуникации поможет понять, насколько ситуации виртуальной перестрелки соотносятся с перестрелками в «реальном мире». Э



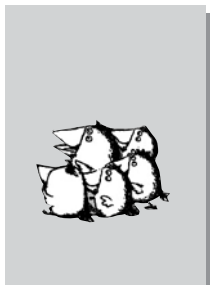
⁴ <http://www.vesti.ru/doc.html?id=336897&cid=160>.

Курс молодого преподавателя,



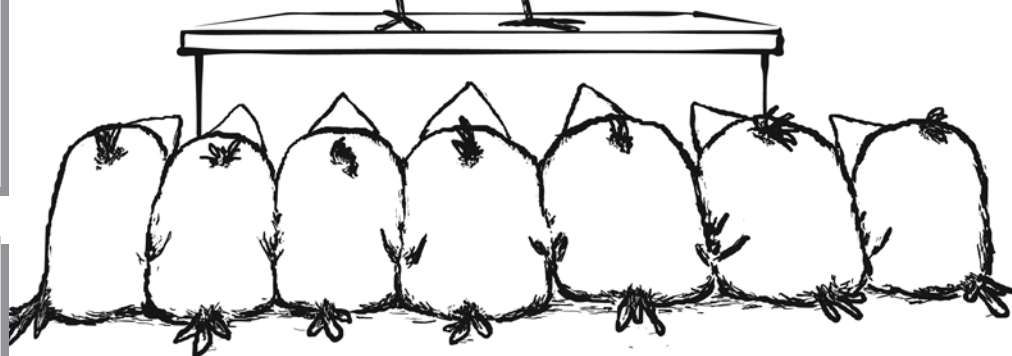
Елена Бердышева

кандидат социологических наук,
преподаватель кафедры
экономической социологии,
научный сотрудник ЛЭСИ
НИУ ВШЭ



Зоя Котельникова

старший преподаватель кафедры
экономической социологии,
научный сотрудник ЛЭСИ
НИУ ВШЭ



Проект «Курс молодого преподавателя, или Будни Бонифация в Вышке» подготовлен в рамках Конкурса образовательных инициативных проектов Управления академического развития НИУ ВШЭ. Цель проекта заключалась в создании мультимедийного издания, которое способствует молодым преподавателям

в профессиональной социализации в НИУ ВШЭ. В нем авторы (Е. Бердышева, З. Котельникова, А. Балашов, Ю. Овчинникова) попытались в легкой и доступной форме изложить основные принципы, которые помогут молодому сотруднику сориентироваться в университете и разобраться, каким образом здесь устроена жизнь преподавателей, какие ожидания формируются по отношению к ним и на какие перспективы они могут рассчитывать.

Электронное пособие состоит из пяти разделов, отражающих основные аспекты преподавательской жизни в НИУ ВШЭ.

В разделе «Преподаватель в аудитории» освещен широкий круг вопросов, связанных с педагогической деятельностью в НИУ ВШЭ: нужно ли синхронизировать темы лекций и семинаров? каковы основные претензии студентов к преподавателям? что делать, если кто-то нажал красную кнопку?

В разделе «Преподаватель в академической среде» описываются существующие возможности для научно-исследовательской деятельности преподавателей в НИУ ВШЭ.

В разделе «Преподаватель в издательстве» молодым преподавателям



«Преподаватель в издательстве»

или Будни Бонифация в Вышке

ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ



«Оцени свои шансы на звание лучшего преподавателя»

даются некоторые подсказки относительно того, каким образом можно опубликоваться в НИУ ВШЭ.

В разделе «Преподаватель на корпоративном портале» рассказывается об инфраструктуре, созданной на корпоративном портале НИУ ВШЭ для преподавателей.

В разделе «Преподаватель в бухгалтерии» приводятся советы относительно решения проблемных ситуаций, которые могут возникать при столкновении преподавателей с финансовыми вопросами в НИУ ВШЭ.

Электронное методическое пособие дополнено функцией поиска и тестом для проверки остаточных знаний – «Оцени свои шансы на звание лучшего преподавателя».

Главным героем книги является белая ворона – символ НИУ ВШЭ. До сих пор ворона в Вышке оставалась безымянной. Интересно, как могли бы ее звать?

Мультимедийная книга «Курс молодого преподавателя, или Будни Бонифация в Вышке» помещена на сайт Управления академического развития НИУ ВШЭ. Ознакомиться с ней можно по адресу: <http://academics.hse.ru/bonifacybook>

БУХГАЛТЕРИЯ



«Преподаватель в бухгалтерии»

«Преподаватель в академической среде»



«Преподаватель на корпоративном портале»





НАД НОМЕРОМ РАБОТАЛИ



Научный руководитель

Вадим Радаев

доктор экономических наук, профессор,
зав. кафедрой экономической социологии,
руководитель ЛЭСИ, первый проректор
НИУ ВШЭ



Редакционный совет

Зоя Котельникова

преподаватель кафедры экономической
социологии НИУ ВШЭ, научный
сотрудник ЛЭСИ



Елена Бердышева

кандидат социологических наук,
преподаватель кафедры экономической
социологии, научный сотрудник ЛЭСИ
НИУ ВШЭ



**Художественный редактор
(дизайн и верстка)**

Мария Мишина

социальный психолог, журналист,
дизайнер

Отдельная благодарность

Редактору **Кларе Мироновне Канюк**

Корректору **Елене Евгеньевне Андреевой**

НАШИ АВТОРЫ



Наталья Богатырь

аспирантка Института этнологии
и антропологии РАН



Зоя Котельникова

старший преподаватель кафедры
экономической социологии, научный
сотрудник ЛЭСИ НИУ ВШЭ



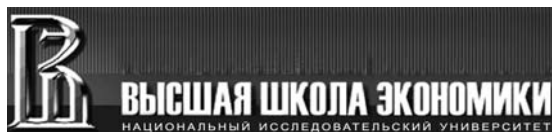
Дмитрий Крылов

стажер-исследователь ЛЭСИ НИУ ВШЭ



Елена Бердышева

кандидат социологических наук,
преподаватель кафедры экономической
социологии, научный сотрудник ЛЭСИ
НИУ ВШЭ



Россия, 101000, г. Москва, ул. Мясницкая, д. 20.
web: www.hse.ru



ЛАБОРАТОРИЯ
ЭКОНОМИКО-СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ
ИССЛЕДОВАНИЙ

125319, Россия, г. Москва, Кочновский проезд,
д. 3, комн. 403
тел.: (499) 152-07-61
e-mail: eberdysheva@hse.ru
web: soc.hse.ru/ecsoclub/index.html

Адрес редакции

125319, Россия, г. Москва,
Кочновский проезд, д. 3, комн. 403
тел.: (499) 152-07-61

Выходит один раз в два месяца
Тираж 500 экз.

Распространяется бесплатно

Веб-версия номера:
soc.hse.ru/ecsoclub/index.html