

И.В. Ивлева

ТРУДОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ И ОТНОШЕНИЕ К ТРУДУ В «УЛИЧНОЙ ЭКОНОМИКЕ»

Статья посвящена анализу трудовой деятельности и изменению отношения к некоторым сферам труда в период социально-экономических трансформаций. Речь идет преимущественно о сфере так называемой «уличной экономики». Дается определение понятия «уличная экономика», отмечаются ее особенности в российском контексте. Обсуждаются такие аспекты, как изменение эффективности труда, модели торговли, отношения между частными предпринимателями и продавцами, трудовая деятельность самозанятых и представителей мелких семейных предприятий, отношение к занятости в «уличной экономике» задействованных в ней акторов и общие установки относительно торговли.

Ключевые слова: *уличная экономика, отношение к труду, трудовая деятельность, модели торговли, самозанятые торговцы, семейные предприятия.*

Key words: *street economy, attitudes towards work, labour activity, trade patterns, self-employed traders, family enterprises.*

Широко известен тот факт, что в начале системных реформ сфера производства находилась в упадке, закрывались многие предприятия, в то время как различного рода торговля процветала. Моя исследовательская работа, проводившаяся в 1998–1999 гг. в Петербурге и затем в 2003–2005 гг. в Петербурге и Ленинградской области (Ивлева 2003; Ivleva 2005; Ivleva 2008), была направлена на изучение явления, которое в научной дискуссии обозначают как «базарную» (Гирц 2004) или «уличную» экономику (Stauth 1981)*. Это,

* Исследование 2003–2005 гг. осуществлялось при финансовой поддержке немецкой федеральной земли Саксен-Анхальт и ун-та им. Отто-фон-Гюрике г. Магдебурга. Оно проходило параллельно со сравнительным исследовательским проектом, посвященным мелким предпринимателям в России, Чехии и Болгарии (Dittrich, Schrader, Stojanov 2006).

с одной стороны, до недавних пор масштабный феномен в нашей стране, с другой стороны, позволительно говорить и о том, что это широкое исследовательское поле. «Уличная экономика» включает как деятельность разрозненных мелких уличных торговцев около станций метрополитена, так и людей, работающих в киосках, на рынках и в рамках прочих торгово-ремесленных объединений, зачастую имеющих неформальный характер. Фактически она является частью неформальной экономики.

В развивающихся странах «уличная экономика» представлена мелкими кустарными производствами, за функционированием которых можно наблюдать на местном рынке или базаре. Если вести речь о России, то здесь в большей степени развита торговля, но одновременно существуют так называемые «цеховые», «подпольные» производства, о которых нередко сообщается в криминальных хрониках. Вместе с тем эта тема, представляющая большой научный интерес, до сих пор никем всерьез не разрабатывалась, хотя на сегодняшний день существуют исследования, посвященные контрафактным товарам (Барсукова 2008; Котельникова 2008). Недостаточную развитость ремесла в отечественной «уличной экономике», очевидно, можно объяснять и тем, что большая часть товаров импортируется как раз из тех стран, в которых с давних пор развиты мелкие кустарные мастерские. Это прежде всего такие страны, как Китай и Турция (Яковлев и др. 2005), в которых по заказу «челноков» изготавливается одежда, обувь и пр. По этой причине можно говорить о том, что «уличная экономика» в российском контексте фактически идентична устройствам уличной торговли.

В рамках нашей статьи имеет смысл остановиться на следующих аспектах труда в рамках «уличной экономики»: изменении отношения к торговле, эффективности труда, отношениях между частными предпринимателями и продавцами, а также на трудовой деятельности самозанятых и представителей мелких семейных предприятий.

За годы рыночных реформ в значительной степени изменилось отношение к торговле как виду трудовой деятельности. В начале трансформации, как справедливо отмечает В.И. Дятлов (Дятлов 2000: 10), часто можно было услышать фразу «Сейчас никто не работает — все торгуют», отражавшую негативное отношение к торговой деятельности, непризнание ее как особого вида труда. Да и сами люди, которые оказывались задействованными в этой сфере, по меньшей мере первоначально испытывали неловкость от того, чем они занимаются. Из интервью:

«[Н]у, во-первых, добывает на самом деле место работы, скажем, неприличность твоей деятельности» (жен., 1972 г.р.).

«Например, я к торговле вообще никакого отношения не имела, даже я и в мысли не держала, чтобы я работала в торговле. И ужасно мне это не нравилось поначалу. Просто как бы заставила жизнь. И мне очень не нравилось. Это буквально вот уже сколько лет. И буквально можно сказать два года, как я более или менее нормально стала [воспринимать все это]. Если я приду в торговлю куда-то в другое место, то я смогу работать там. [Хотя] я вообще никогда не хотела связываться с торговлей» (жен., 1970 г.р.).

«Я начинала с Апрашки, когда еще там под арочкой, помните, стояли люди, с рук торговали, когда менты разгоняли всех (смеется). Вот, ну, слава Богу, ни разу не попались. Таким образом, как бы покупаешь в одном месте, стоишь, продаешь, что-то зарабатываешь, снова бежишь, снова берешь. Вот так вот начиналось все это. Уже там и стыдно [было и в то же время] не стыдно. Приходилось кормить ребенка. Нужда заставляла. Хочешь, не хочешь, все равно перешагиваешь все эти [психологические барьеры]» (жен., 1955 г.р.).

«[К]огда я работала на Ленвесте, меня попросили просто заменить человека, я полдня просидела под прилавком, потому что мне было стыдно, что я увижу знакомых (смеется), потому что торговать я никогда в жизни не хотела и для меня это было что-то ниже моего достоинства вообще. Ну вот, но потом по мере как бы адаптации, да вообще по жизни в принципе я поняла, что это просто работа» (жен., 1974 г.р.).

Нужно иметь в виду, что широкое распространение уличной торговли в начале рыночных реформ происходило на всем постсоветском пространстве. Поэтому многие российские тенденции в этой сфере совпадают с тем, что имело место в бывших советских республиках*.

В то же время отношение к труду в уличной мелкорозничной и мелкооптовой торговле быстро менялось. С одной стороны, этому способствовали сравнительно неплохие заработки в этой сфере на первом этапе реформ, служившие в качестве компенсации за моральный ущерб, вызванный падением социального престижа. Не секрет, что в уличной рыночной торговле нередко были заняты люди и с высшим образованием. И, несмотря на плохие условия труда, его непрестижность, у многих так или иначе сформировался интерес к торговой профессии, объясняемый ощущением самостоятельности, а также чувством удовлетворенности от способности решить проблему материального обеспечения семьи, способности удержаться от падения в глубокую бедность. Угроза бедности для многих была довольно ощутимой. В некоторых случаях возможно вести речь о постоянном балансировании на грани бедности. Можно даже утверждать, что многим людям в переходный период удалось избежать обнищания именно благодаря занятости в «уличной экономике». Многие информанты формулировали свой приход в торговлю необходимостью выживания:

«Я работала на “Ретоне”, электромонтажный цех радиоаппаратуры. Это в Питере. Закрыли завод. Всех сократили. И надо было как-то жить, кормить детей» (жен., 1959 г.р.).

«В основном мы начали, я [сама вовсе] не думала заниматься [торговлей]. В основном мы начали из-за того, что жить не на что было. Вот и все» (жен., 1947 г.р.).

«Ткани нет на предприятии, они отпускают людей [в отпуск] за свой счет. А за свой счет как сидеть? И ничего не оплачивалось. Поэтому в

* В работах других исследователей (Yurkova 2004: 68–69) тоже говорится о том, как после первого шока у некоторых людей происходил своеобразный инсайт и они начинали осваиваться в новой реальности. См. также статью Кайзера (Кайзер 2000).

принципе и пришлось [идти на рынок]. Потому что сидишь там на этом про[изводстве], не знаешь, чем детей кормить. В общем-то, здесь все, наверно, оказались так. Не от хорошей жизни. Не потому что это кому-то нравилось» (жен., 1961 г.р.).

«Уже я на пенсии и как бы немножечко подрабатываю. Пенсия не очень большая, поэтому так вот приходится подторговывать, чтобы существовать более-менее» (жен., 1945 г.р.).

«Я как ушла-то на пенсию, думала сначала, что буду спокойно жить. Думала, хватит мне пенсии. А как жизнь-то повернула по-другому, то и не хватает на жизнь. Пенсия-то маленькая. Я думала, как всегда [она будет]. Сто двадцать рублей тогда получали и во как (!) хватало нам. А тут как нам урезали, коэффициенты сделали и вообще. Там получать было нечего. Поневоле пришлось как-то выживать» (жен., 1940 г.р.).

Но распространение устройств уличной мелкорозничной торговли было существенным и для потребителей. О роли, которую сыграло появление китайских торговцев и рынков в Иркутске, В.Н. Дятлов и Р.Э. Кузнецов (Дятлов, Кузнецов 2004: 60) пишут следующее: «Для того чтобы понять причины этого, стоит мысленно вернуться в ситуацию первой половины 1990-х гг. Тотальный экономический кризис, полный крах советской распределительной системы, жесточайший товарный голод, растерянность и неэффективность власти. Грань социального взрыва. Можно смело утверждать, что массовый приход китайских “челноков” с их доступными по цене товарами, на которые существовал практически неограниченный спрос, спас восточные регионы страны от катастрофы». Такие крупные города, как Москва и Санкт-Петербург, в плане снабжения находились в значительно лучшей ситуации, хотя и здесь обычным явлением начала 1990-х годов были пустые полки магазинов. Учитывая неразвитость торговой инфраструктуры в Сибири и ее отдаленность от центра страны, оценка Дятлова и Кузнецова не является преувеличением, но довольно точно отражает ситуацию того времени. «Уличная экономика», с одной стороны, спасала многих занятых в ней людей от бедности. С другой стороны, она служила снабжению городского населения доступными по цене товарами. Согласно результатам некоторых исследований (Яковлев и др. 2005), распространение рынков в России было тесно связано с деятельностью челноков, которые по меньшей мере в середине 1990-х гг. контролировали большую часть импорта одежды, обуви и пр. По данным одного репрезентативного опроса, устройства «уличной экономики» (взятые вместе рынки и киоски — 71 %), вплоть до 2005 г. оставались основным местом покупки продовольствия для населения (Ромир-Мониторинг 2005).

Формирование нового отношения к занятости в торговле связано и с тем фактом, что успешные предприниматели, которым удалось генерировать солидный оборотный капитал и открыть несколько торговых точек (т.е. «раскрутиться»), в торгово-рыночной среде повышают свой социальный престиж. О них говорят, им откровенно завидуют, подражают, а социальное окружение нередко считает их «капиталистами». Таким образом, торговая деятельность, которая еще в недавнем прошлом была неодобряемым и нака-

зуемым занятием, а в период реформ стала доступным широким слоям способом решения финансовых проблем, получает большее социальное признание. Все это вполне согласуется с распространяющимися в российском обществе мнениями о том, что каждый живет, как умеет, и что естественно стремиться к материальному благополучию. В советское время такого рода идеи не артикулировались в столь явной форме. Тем самым следует подчеркнуть и то, что занятость в торговле все же не следует во всех случаях объяснять исключительно борьбой за выживание. Несмотря на то что проблема выживания на первом этапе реформ действительно была решающим мотивом для работы в «уличной экономике», в 2000-е гг. этот мотив акцентируется в ситуациях, когда торговец терпит трудности и неудачи, что случается вовсе не редко. И это не случайно. По некоторым оценкам, доля банкротств в мелком бизнесе в первые два года существования составляет около 50 % (Авилова и др. 1999: 89). В то же время для более или менее успешных торговцев становится характерным стремление к поддержанию нормального существования семьи и улучшению ее жизненного стандарта. Однако именно ориентация на выживание, идею пропитания представляла собой специфическую рациональность, заложившую основы института «уличной экономики» и сдерживавшую развитие предпринимательской инициативы в более поздний период времени. Это обусловлено тем, что институциональная логика со временем всегда начинает оказывать воздействие на поведение акторов. Ориентация на «здесь и теперь» не способствовала формированию у торговцев выраженной предпринимательской идентичности и их консолидации с целью отстаивания своих интересов.

Следующая мысль заключается в том, что адаптация к рыночным условиям привела к попыткам повышения эффективности труда и все большей его рационализации. Эффективность связывают прежде всего с оптимальным использованием времени и ресурсов в процессе трудовой деятельности, со стремлением обеспечить рентабельность дела. При этом особое значение приобретает фактор времени. Что касается уличной мелкорозничной торговли, то ее специфика заключается в возможности самостоятельно распределять время. Эта деятельность нередко связана с гибким графиком работы, самостоятельным принятием решений о выходе на работу, взятии выходных, начале и окончании рабочего дня. Эти возможности наряду с отсутствием руководства извне имеют для предпринимателей и самозанятых большое значение. С другой стороны, нужно указать на особый трудовой ритм уличной торговли, который оказывает существенное влияние на образ жизни задействованных в ней акторов. Субботы и воскресенья, летний сезон, праздники, представляющие собой основные фазы отдыха для большинства людей, лучшее время для этого вида деятельности, поскольку именно в эти моменты возникает возможность повысить заработки. Ориентация предпринимателей на расширение масштабов своей деятельности, подразумевающая необходимость аренды торговых мест и оплаты налогов, опять же подталкивает к наращиванию трудовой активности.

Однако нужно иметь в виду, что в уличной мелкорозничной торговле существуют три модели, которые отличает неодинаковая интенсивность труда. Эти модели могут быть условно обозначены как «выживание», «устойчивое воспроизводство» и «предпринимательство»*. Для модели выживания характерна относительно низкая интенсивность труда, для модели устойчивого воспроизводства — умеренная и большая, а для предпринимательской — большая интенсивность. Разница между моделями торговли отчасти объясняется тем, что в случае выживания и устойчивого воспроизводства не идет речи о попытках расширения дела**. В случае с моделью выживания человек зачастую выходит на рынок только в том случае, когда ему срочно требуется «свести концы с концами», например из-за отсутствия наличных денег или когда предоставляется возможность что-то продать, не вкладывая в дело фактически никакого капитала, потому что лишних денег в принципе нет, они тратятся на проживание. Примером может служить торговля грибами или ягодами в летний сезон, которой, как правило, занимаются пенсионеры. При этом под давлением неудовлетворенных потребностей выживающей торговец может отказаться продавать свои товары по максимальной цене, стремясь сбыть их сразу по относительно низкой цене и выручить тем самым наличные деньги. В соответствии с моделью выживания действуют также работающие женщины среднего возраста, имеющие на своем содержании детей. Они тоже выходят на рынок или к метро в случае, когда необходимо «свести концы с концами», но при этом не обладают достаточным капиталом для постоянной аренды торгового места и оплаты налогов. В случае с пенсионерами низкая интенсивность труда объясняется возрастом. Если они работают систематически, то всего несколько часов в день или всего два-три дня в неделю***.

Модель «устойчивого воспроизводства» характерна преимущественно для семейных торговцев среднего возраста, имеющих несовершеннолетних

* О моделях «выживания» и «предпринимательства» говорится в работе: (Ильин, Ильина 2001: 126–127). Сходным образом Х. Шрадер (1994: 39–40) предлагает выделять торговцев, ориентированных на выживание или на увеличение прибыли. В моей работе предлагается еще одна, промежуточная, модель «устойчивого воспроизводства», потому что в ходе исследования стало понятно, что деятельность торговцев не укладывается однозначным образом в исходные модели торговли.

** Можно увидеть определенные сходства в функционировании торговых предприятий, ориентированных на выживание и устойчивое воспроизводство жизни, с теорией семейного крестьянского хозяйства А.В. Чаянова. Основным стимулом хозяйственной деятельности крестьянской семьи, согласно Чаянову, является необходимость удовлетворения потребностей ее едоков (Чаянов 1989: 220). Причем трудовая активность крестьянской семьи, по его мнению, нарастает по мере увеличения насущных потребностей семьи (Там же: 241). Когда оплата труда низка, а семейные потребности требуют удовлетворения, крестьянин готов мириться с самой невыгодной оплатой (Там же: 250). Здесь существенно то, что свои выводы Чаянов переносит на все семейные трудовые хозяйства, которые, как он отмечает, склонны прекращать затраты своего труда по мере насыщения семейных потребностей (Там же: 253, 273).

*** В моей статье (Ивлева 2003) описана группа «вечерних торговцев», члены которой действовали в соответствии с моделью «выживания».

детей и ведущих небольшое семейное дело. В этом случае предприятие может быть как зарегистрированным, так и незарегистрированным. Но торговля ведется обычно на рынке, где регулярно или даже постоянно арендуется торговое место. Отличие от предпринимательской модели состоит в том, что расширение предприятия не планируется. Вместе с тем возможен временный наем продавцов. Увеличение объемов сбыта исключается из-за нехватки ресурсов — оборотного капитала, рабочих рук. Финансовых средств, как правило, недостаточно из-за того, что прибыль постоянно расходуется на семейные нужды.

В последние годы существенный рост расходов на ведение торговой деятельности на фоне плохих условий труда снизил ее привлекательность. Это привело к вытеснению выживающих торговцев с рынков на периферию — в зоны метрополитена. Официально зарегистрированные предприниматели в свою очередь вынуждены работать фактически непрерывно. Они, как правило, нацелены на увеличение масштабов своей деятельности. Но данная цель, как показывают эмпирические данные, ставится не сразу, потому что далеко не каждый предприниматель в состоянии осуществить это намерение на практике. Расширение масштабов торговой деятельности обычно предполагает необходимость приобретения дополнительных торговых точек, найма рабочей силы.

В этой связи следует остановиться на отношениях предпринимателей с наемными работниками. С одной стороны, наем продавцов позволяет предпринимателю высвободить часть личного времени и избежать простоев. С другой — он требует значительных денежных вливаний, что оправданно только для финансово состоятельных предпринимателей. Если владельцу торгового предприятия удастся обеспечить существование своей семьи, успешно выполняя функцию товарного снабжения, он начинает давать работу и жизненное содержание другим людям. В таком случае предприятие работает практически без перерывов.

Вместе с тем в «уличной экономике» зачастую встречаются злоупотребления по отношению к нанимаемому персоналу, но также имеет место обман и манипуляции со стороны нанятых продавцов. Злоупотребления по отношению к наемным работникам в большинстве случаев связаны с несоблюдением норм ТК в неформальной торговой среде. Это проявляется прежде всего в том, что продавцы в случае болезни обычно не имеют возможность взять больничный лист. Они, как правило, не обеспечиваются отпускными выплатами и пенсионным обеспечением. Вместе с тем отмеченные тенденции, существующие в обследованной среде, в большей или меньшей степени проявляются и в других сферах российского общества*. Существующее по-

* Если сравнить условия работы в уличной мелкорозничной торговле с тем, что предлагают альтернативные учреждения розничной торговли (например, продуктовые супермаркеты «Пятерочка»), то здесь нагрузка оказывается еще большей, потому что рабочая смена до недавнего времени составляла не менее 14 часов. Даже если график работы был «два дня через два», количество часов существенно превосходило трудовую неделю в 41 час и составляло 56 часов, а больничный выдавался не более чем на три дня в год.

ложение дел, по-видимому, нужно объяснять недостаточной урегулированностью трудовых отношений в рыночных условиях и стремлением многих предпринимателей и работодателей сократить расходы, в том числе путем «ухода от налогов». Несоблюдение норм ТК можно расценивать как одно из наиболее негативных следствий перехода к рыночной экономике и капитализму. Отход от идей социализма, какими бы пафосными они ни казались, видимо, способствует усилению эксплуатации. Тем не менее на начальный момент реформ существовало не слишком много привлекательных рабочих мест, так что многие соглашались на работу продавца в киоске или на рынке.

Существенной предпосылкой позитивных отношений предпринимателя с продавцами является рентабельность предприятия, а также наличие взаимного доверия. Как показывает эмпирический материал, проблема доверия возникает часто. Финансовые затруднения на предприятии (низкая выручка, нехватка оборотного капитала) непосредственно отражаются на выплате зарплат и тональности социальных отношений, складывающихся между владельцем предприятия и его работниками. При наличии низкой торговой выручки продавцы, получающие маленькую зарплату, во многих случаях идут на обман, используя различные уловки с целью повышения своей зарплаты (небольшое завышение цен на товары и др.). В торговой среде передаются рассказы о циничных кражах продавцов или, напротив, о приписывании продавцам необоснованных недостатков. Причем в такой ситуации довольно трудно установить правую сторону. Владельцы предприятий и их продавцы оказываются в порочном кругу взаимного обмана. При неблагоприятном развитии событий отношения разрушаются.

Но все же вопрос доверия между работодателем и его работниками не сводится только к размеру заработной платы. Важной предпосылкой устойчивых отношений оказывается способность хозяина проявлять участие и доброжелательность к своим продавцам. Об этом можно судить на основании того, требует ли владелец предприятия, чтобы продавец выходил на рынок в плохую погоду, предоставляет ли некоторую свободу действий продавцам, проверяет ли педантично, когда продавец заканчивает свою работу и пр. То есть существенными оказываются не только деловые, но и человеческие качества владельца предприятия. В этом контексте можно говорить о том, что концепция «человеческих отношений» (Мауо 1945) вновь находит свое подтверждение в «уличной экономике». Но так как далеко не у всех предпринимателей получается постоянно нанимать продавцов, они во многих случаях продолжают работать на рынке сами, проявляя подлинную заинтересованность в своем деле. И это одна из причин, почему торговые предприятия остаются на низком уровне, но в то же время являются очень жизнестойкими.

Следует отметить, что в изучаемой среде также часто встречаются мелкие семейные предприятия. Их основное преимущество по сравнению с другими заключается в том, что значительно реже возникает проблема доверия. Предприятия, на которых используется труд членов семьи, могут быть расширены практически без особого риска. В случае неудачи они терпят меньше убытков. Как показывают проведенные автором исследования, расширение пред-

приятий чаще всего становится возможным на базе небольшого семейного дела. В некоторых случаях на них и дальше продолжают работать ближайшие родственники, в других — приходится нанимать кого-то со стороны. Отдельные члены семьи при этом берут на себя функцию контроля. В то же время на семейных предприятиях существует тенденция к самоэксплуатации.

Для «уличной экономики» характерен ненормированный график работы, влияющий на качество жизни задействованных в ней людей. С одной стороны, у работающих здесь возникает иллюзия свободы. С другой стороны, несколько парафразируя слова одного из информантов, можно сделать вывод о том, что свободное время, когда хочешь заработать, отсутствует. Часто происходит так, что свободное время используется не по назначению. Эффективность предприятия повышается как раз за счет вторжения в сферу досуга. В случае с предпринимателями это означает, что работа в значительной мере начинает захватывать время, предназначавшееся ранее для отдыха и восстановления сил.

Совмещение различных видов трудовой деятельности, когда занятые в «уличной экономике» акторы оказываются параллельно задействованными на других рабочих местах, тоже встречается нередко. Следствием этого опять же становится существенное сокращение сферы досуга*. Женщины-информантки нередко жаловались, что у них практически не остается времени на детей. Другие информанты тоже рассказывали о том, что мало отдыхают и редко ездят в отпуск. Отсюда в свою очередь следует осознание ценности свободного времени. Вместе с тем складывается впечатление, что усталость является обычным состоянием торговца.

Когда проблемы торговли как сферы трудовой деятельности стали очевидными для окружающих, уличный торговец значительно чаще стал вызывать сочувствие. Стало понятно, что зарабатываемые им деньги тоже требуют труда и что в действительности это не та сфера деятельности, которая позволяет достичь подлинного обогащения. Об изменении общего отношения к торговле как особой сфере труда свидетельствует и тот факт, что в некоторых городах (в частности, в российском Белгороде и Славянске на Украине) уже сооружены памятники «челноку». Весной 2008 г. монумент «челнокам» планировали возвести и в Благовещенске (Костенко 2008). В этой связи можно также утверждать о сформированности относительно новых апологетических дискурсов, обосновывающих право мелкого торгового бизнеса на существование как самими его участниками, так и представителями других социальных групп.

Об этом свидетельствуют материалы и культурные артефакты, обсуждаемые в печати, на телевидении и радио. При этом порой на свет вытаскива-

* В статье (Oswald, Voronkov 2002: 147) говорится о том, что советское понимание досуга как времени, свободного от работы и культурно наполненного, в период реформ отчасти отошло на второй план и стало замещаться представлениями о целевом использовании времени. Здесь снова подтверждается мысль о драматичном сокращении свободного времени вследствие возросшей официальной и неформальной занятости.

ется давно позабытая история отечественной торговли, которую пытаются соединить с происходящим сегодня. В пример можно привести некогда популярную песню «Бублики» со словами «купите бублички, горячи бублички, гоните рублички сюда скорей, и в ночь ненастную меня несчастного, торговца частного, ты пожалей». По окончании НЭПа эта песня продолжала жить благодаря одесским эмигрантам за границей и затем снова вернулась к нам на волне рыночных реформ, так что разные радиостанции время от времени знакомят своих слушателей с этим раритетом. Судьба этой песни лишний раз доказывает, что дискурс советской эпохи был нацелен на то, чтобы заклеить торговлю во всех смыслах, определить ее как вид «нетрудовой» деятельности с тем, чтобы перенаправить латентное недовольство населения, вызванное хроническим дефицитом и другими бытовыми проблемами, в другое русло. Едва ли можно было поверить тогда, что уличная торговля на рынках и ярмарках, являвшаяся неотъемлемым элементом городских праздничных гуляний в прошлом, могла нести в себе хоть какой-то положительный заряд или поддерживать атмосферу праздника (Некрылова 2004). Более того, советские установки по отношению к индивидам, задействованным в сфере торговли, никак не были связаны с жалостью или сочувствием. В советском бытовом и идеологическом дискурсе торговля настойчиво изображалась как «мелкобуржуазное» явление, социальный паразитизм, требующий всяческого осуждения и немедленного искоренения*. Но для этого были, конечно, свои причины, а именно – высокие цены на немногочисленных советских рынках. Тем не менее, в нынешних условиях наблюдается обратное движение, проявляющееся в попытках легитимировать уличную торговлю путем демонстрации ее давней укорененности в российском социокультурном контексте, установления преемственности с досоциалистическим прошлым. На это указывают также отсылки журналистов к истории Сенной площади и Апраксина Двора (см., например, Жвания 2005; Юдина 2008).

В начале процесса реформ торговлю на рынках поначалу связывали с попытками обогащения, хотя со временем стало понятно, что это мнение является очередным заблуждением. Скорее можно говорить о двойственном социальном положении торговцев, нередко чуть более зажиточных по сравнению с остальной массой населения, что как раз и становится в большинстве случаев камнем преткновения, хотя неблагоприятный характер условий труда ни у кого не вызывает сомнения. Вероятно, по этой причине по-прежнему в разговоре о торговле для многих типично выказывать те или иные предрассудки, что порождает трудности при исследовании и обсуждении этой темы, поскольку сразу в игру вступает субъективный фактор. Иногда противоречивые трактовки происходящего характерны и для самих информантов, но обычно для тех, кто недолго находился в этой среде:

«[Б]ольшинство людей, которых я знаю, т.е. как бы приятных людей, они всякими способами пытаются оттуда уйти, потому что, ну, да, как бы

* См. о войне советской власти со спекулянтами (Романов/Суворова 2003). Заслуживает упоминания историко-антропологическое исследование Давыдова (2007).

образ человека, работающего на рынке, он, соответственно, там как бы наполнен всякими неприятными качествами, на мой взгляд. И, естественно, к человеку начинают относиться также <...> Ну, и собственно никаких приятных эмоций работа на Апрашке не вызывает, потому что присутствие этих людей <...>, там просто соответствующая аура, т.е. это просто откровенно грязное место и все. Конечно, хочется оттуда уйти поскорее» (жен., 1973 г.р.).

Возможно, это связано и с тем, что пространство рынка, как на это указывает Б.В. Марков (1999: 163–166), культивирует в людях чувство конкуренции, зависти и индивидуализма. Но все равно такого рода позиция во многом отличается от идеи о том, что именно на городском рынке народная толпа может ощутить свою силу и единство, а также отличается от оценки уличной торговли в других странах. Например, в Германии городские рынки чаще вызывают у людей симпатию. Даже те, кто не имеет никакого отношения к торговой профессии, рассматривают их как остатки традиционности, нечто уходящее, что непременно нужно сохранить. В Голландии и странах Северной Африки рынки вполне естественно вписываются в рамки туристических маршрутов.

В то же время основную проблему в нашей стране представляют настроенные и конфликтные отношения торговцев с властью, что приводит к ускоренному исчезновению и сокращению инфраструктуры «уличной экономики», ставшей весьма масштабной в 1990-е гг. Это изменение знаменует постепенный переход России к стадии общества потребления со свойственной ему экспансией супер- и гипермаркетов (Ильин 2005; Радаев 2003; Радаев 2007: 26–28).

Литература

Авилова А.В., Блинов А.О., Грачев И.Д. и др. Малое предпринимательство в кризисном обществе. (Круглый стол) // Социологические исследования. 1999. № 7. С. 78–90.

Барсукова С.Ю. Три составных части контрафакта: подделки, серый импорт и имитаторы // Экономическая социология. 2008. Т. 9. № 4. С. 14–29. Интернет-страница: www.ecsoc.msses.ru.

Гирц К. Базарная экономика: информация и поиск в сельском маркетинге // Журнал социологии и социальной антропологии. 2004. Т. 7. № 3. С. 153–160.

Давыдов А.Ю. Мешочники и диктатура в России 1917–1921 гг. СПб.: Алетейя, 2007.

Дятлов В. «Торговые меньшинства» зарубежного Востока: некоторые подходы к изучению этнических конфликтов в современной России // Этничность и экономика. Вып. 8. СПб.: ЦНСИ, 2000. С. 6–12.

Дятлов В., Кузнецов Р. «Шанхай» в центре Иркутска // Экономическая социология. 2004. Т. 5. № 4. С. 56–71. Интернет-страница: www.ecsoc.msses.ru.

Ивлева И.В. Петербургские торговцы: пример стратегии преодоления бедности в российском мегаполисе // Петербург в зеркале социологии: Журнал социологии и социальной антропологии. СПб.: Об-во им. Ковалевского, 2003. Т. VI. Спецвыпуск. С. 284–304.

Ильин В., Ильина М. Российский базар: социальная организация и маркетинг. Сыктывкар: Сыктывкарский ун-т, 2001.

Ильин В.И. Общество потребления // Мир России. 2005. Т. XIV. № 2. С. 3–40.

- Кайзер М. Неформальный сектор торговли в Узбекистане // Журнал социологии и социальной антропологии. 2000. № 3. Т. 2.
- Костенко Р. Винтик эпохи: В Благовещенске поставят памятник челноку — от потомков, одетых и обутых // Российская газета. 7.02.2008.
- Котельникова З.В. Товар с чужим лицом, или почему правообладатели торговых марок попустительствуют контрафакту // Экономическая социология. 2008. Т. 9. № 4. С. 30–48. Интернет-страница: www.ecsoc.msses.ru.
- Марков Б.В. Храм и рынок: Человек в пространстве культуры. СПб.: Алетейя, 1999.
- Некрылова А. Русские народные городские праздники, увеселения и зрелища. Конец XVIII — начало XX века. СПб.: Азбука-классика, 2004.
- Радаев В.В. Изменение конкурентной ситуации на российских рынках (на примере розничных сетей) // Вопросы экономики. 2003. № 7. С. 57–77.
- Радаев В.В. Как завоевывается рынок: распространение новых организационных форм в российской розничной торговле // Журнал социологии и социальной антропологии. 2007. Т. X. № 3. С. 22–37.
- Романов П., Суворова М. «Чистая фарца»: Социальный опыт взаимодействия советского государства и спекулянтов // Неформальная экономика в постсоветском пространстве. СПб.: ЦНСИ, 2003. С. 148–163.
- Ромир-Мониторинг. Россияне о местах закупки продуктов. 22.03.2005. Интернет-страница: www.rmh.ru/news/res_results/15.html.
- Чаянов А.В. Крестьянское хозяйство. Избранные труды. М.: Экономика, 1989.
- Яковлев А., Голикова В., Капралова Н. Непотопляемый челнок, или Секреты успешного выживания «нецивилизованных форматов» в розничной торговле: Доклад в рамках семинара «Социология рынков» под руководством В. Радаева. 03.10.2005.
- Dittrich E., Schrader H., Stojanov C. Von Wirten und anderen Entrepreneuren. Kleinunternehmen in Bulgarien, Tschechien und der Russischen Föderation. Berlin; Münster: Lit, 2006.
- Ivleva I. Aufstieg und Transformation der Straßenökonomie in Russland: Sozioökonomische Erfahrungen im Zuge der postsozialistischen Entwicklung // Transformation als Typ sozialen Wandels. Münster: Lit, 2005. S. 215–228.
- Ivleva I. Die Straßenökonomie im russischen Alltag: Händler und Märkte in der Übergangsperiode. Berlin; Münster: Lit, 2008.
- Mayo E. **The Social Problems of an Industrial Civilization.** Boston: Harvard University, 1945.
- Oswald I., Voronkov V. Einfahrt in die Steilkurve: Zum Projekt «Wandel alltäglicher Lebensführung in Russland» // Wandel alltäglicher Lebensführung in Russland. Hamburg: Lit, 2002. S. 147.
- Schrader H. The Discussion of Trade in Social Science // The Moral Economy of Trade. London; New York: Routledge, 1994. P. 27–47.
- Stauth G. Akkumulationszentren und informeller Sektor — Straßenökonomie in Kairo // Angewandte Sozialforschung. 1981. 9. Jg. S. 98–114.
- Yurkova I. Der Alltag der Transformation: Kleinunternehmerinnen in Usbekistan. Bielefeld: Transcript, 2004.