УДК 316.344.2

Регион: экономика и социология, 2018, № 1 (97), с. 142–166

О.Г. Ечевская, С.В. Чечикова

СТРАТЕГИИ АДАПТАЦИИ И «АНТИКРИЗИСНЫЕ МЕРЫ» РОССИЯН В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА

В статье характеризуются стратегии адаптации к условиям кризиса 2014–2015 гг. у городских и сельских жителей Сибири, имеющих опыт преодоления кризисов предшествующих годов. На материалах полуформализованных интервью анализируются способы приспособления людей к кризису, а также представления о том, как их действия во времена предыдущих кризисов мешали или помогали адаптироваться к кризису сегодня. Сконструирована типология стратегий адаптации, включающая стратегии минимизации рисков, максимизации выгоды, «временной консервации» и комбинированные стратегии. Сделан вывод, что границы кризисов относительно размыты, а это говорит о неодинаковом «попадании» индивидов в кризис. Кроме того, показано, что кризисные события, осмысленные в контексте индивидуальных и семейных биографий, описываются как «собственные кризисы», не всегда привязанные к формальным кризисным годам в России в целом, но укорененные в регионально специфических контекстах и связанные со значимыми биографическими событиями. Также показано, что и городские, и сельские жители вырабатывают свои правила, свои антикризисные меры и опыт преодоления предыдущих кризисов переосмысливается в контексте событий, актуальных сегодня.

Ключевые слова: кризис; потребительское поведение; практики; стратегии адаптации; Новосибирская область

Кризис в экономическом, политическом и социальном его проявлениях нарушает повседневный, привычный ход событий и, как пра-

вило, затрагивает большую часть общества, заставляя индивидов адаптироваться к меняющейся, нестабильной ситуации. И здесь важную роль играет опыт преодоления предыдущих кризисов, в частности формируя адаптационные стратегии в потребительских практиках, которые индивиды используют в повседневной жизни. Опираясь на опыт предыдущих кризисов и на жизненный опыт в целом, они действуют не просто ситуационно, из-за вынужденных обстоятельств, а в соответствии с личными знаниями, умениями и приобретенными навыками.

Проявления кризиса наиболее отчетливо видны в изменении практик, привычек и стилей потребления. По утверждению О. Громовой и О. Мельниковой, одним из важнейших факторов потребления является реализация Я-концепции, а точнее, сближение «реального Я» и «идеального Я» через предпочтение тех или иных продуктов, вещей, материальных объектов [4]. Таким образом, потребление выступает одной из важнейших составляющих стиля жизни, который конструирует симбиоз материальной и символической сторон социальных отношений, а также отражает способы идентификации с той или иной социальной группой, классом и т.д. Поэтому изучение изменения потребления в условиях кризиса позволяет понять также изменения в социальных отношениях, структурирующих повседневные практики.

Современные общества потребления характеризуются возрастающей свободой потребительского выбора, но кризисные условия существенно ограничивают эту свободу, заставляя индивидов оптимизировать бюджет в ответ на снижение потребительских возможностей. Постепенное снижение потребительских и жизненных возможностей приводит к нарастанию рациональности и прагматичности потребления. Индивиды стремятся вести себя рационально, достичь максимальной полезности в потреблении какого-либо товара с учетом бюджетных, временных, индивидуальных ограничений [3]. Рациональность становится фундаментом стратегий адаптации, который отвечает за их успешность и эффективность. На практике обнаруживаются различные адаптационные стратегии, их вариации и сочетания – от перехода на более дешевые продовольственные и непродовольственные товары и услуги до сокращения объемов и уменьшения час-

тоты потребления. Использование той или иной стратегии зависит от разных факторов, от культурного фона, состоящего из привычек, предпочтений, качества жизни человека, включая уровень материального благосостояния, условия проживания и т.д.

Таким образом, в фокусе нашего исследования находятся потребительские стратегии адаптации жителей города и села, имеющих опыт преодоления кризисных условий 1998 и 2008 гг., к условиям кризиса 2014–2015 гг., а наша главная задача состоит в выявлении и описании основных стратегий адаптации.

КРИЗИС КАК ФАКТОР ИЗМЕНЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРАКТИК: СТРАТЕГИИ АДАПТАЦИИ

Говоря экономическим языком, кризисное состояние – это «время считать деньги»: индивиду-потребителю необходимо пересмотреть свою финансовую активность и выбрать стратегию, наиболее безболезненную, а возможно, и выигрышную. По словам М. де Серто, стратегия – это «расчет отношений сил (или манипулирование ими), включающий утверждение собственного места, обладание которым позволяет проводить управление отношениями с внешним пространством» [9, с. 109]. Таким образом, стратегии, находящиеся в фокусе данного исследования, представляют собой совокупность практик в сфере личного потребления, благодаря которым индивиды в условиях кризиса формируют новую модель потребления. При этом выбор той или иной стратегии определяется тем, в каких социальных условиях находится субъект, в широком смысле – к какому социальному классу он принадлежит и какое в связи с этим реализует поведение, каков его стиль жизни и т.д. В социологическом контексте мы можем говорить о стратегиях в том случае, если наблюдаются осуществление некоего выбора в противовес простому следованию правилу, наличие определенной длительности действий в противовес их ситуативности, наличие мотивированного, а не контекстуального действия, существование элементов планирования будущих действий в противовес чисто

реактивному действию, наличие рефлексии по поводу совершаемых действий [6; 7; 10].

Как известно, россияне пережили уже не один кризис: позади кризисы 1998 и 2008 гг. В связи с этим интересным представляется вопрос о том, как сказался нынешний кризис на тех людях, которые уже пережили два прошедших.

Согласно проведенным исследованиям международного сетевого коммуникационного агентства «OMD OM Group», экономический кризис 2014–2015 гг. не является чем-то новым, а скорее представляет собой продолжение кризиса 2008 г. Поэтому тренды, которые наблюдались в бизнесе два-три года назад (пример – создание усеченных продуктов, меньших по объему на 50%, а в цене изменившихся на 15–20%), будут актуальны и сегодня [8]. К моменту кризиса 2014–2015 гг. россияне приобрели опыт, пережив развал СССР, политические и экономические нововведения, но неизученным осталось то, в какой мере опыт повлиял на формирование стратегий адаптации к кризисным условиям, поэтому в нашей работе мы обращаем внимание на аспекты опыта преодоления предыдущих кризисов в контексте сегодняшних условий.

Безусловно, разные социальные группы по-разному реагируют на кризис и трансформируют свои привычки и предпочтения. Существует ряд факторов и жизненных обстоятельств, так или иначе влияющих на потребление. Иными словами, разными потребительскими привычками будут обладать работающие и неработающие молодые люди (так как работа вносит коррективы в ритм жизни и времяпрепровождение), люди среднего возраста, имеющие семью и не имеющие семьи (у них неодинаковые потребительские предпочтения ввиду особенностей образа жизни), и т.д. [1; 2; 5; и др.]. В своей работе мы уделяем большое внимание такому аспекту, как проживание индивида в городе или на селе. К XXI в. характер общества потребления стал особенно ярко выраженным в городах, мегаполисах, где он реализуется в культурной составляющей и образе жизни; в селах же сохраняется «общинный» уклад жизни, в который «общество потребления» проникает очень медленно. Потребительское поведение в городе

и на селе всегда различалось, поскольку это два разных типа организации жизненного пространства и жизненной среды: сельчане обеспечивают себя натуральным хозяйством, а у горожан основные усилия направлены на зарабатывание денег. Можно предположить, что жители села в меньшей мере подвержены изменениям своих потребительских предпочтений ввиду замедленного ритма жизни (по сравнению с городским) и, в принципе, у них меньше возможностей его изменить, в том числе в условиях кризиса. Далее мы рассмотрим это подробнее.

ФОРМИРОВАНИЕ ВЫБОРКИ И ИНФОРМАЦИОННАЯ БАЗА ИССЛЕДОВАНИЯ

Исследование проводилось в рамках качественной стратегии. Основной метод сбора информации – полуформализованные интервью с жителями города и села, имеющими опыт преодоления предыдущих кризисов. Гайд интервью включал блоки вопросов об информанте и его семье, о практиках в период кризиса, о том, что информант помнит о кризисах прошлых лет.

Эмпирическим объектом исследования выступили жители города и села в возрасте от 35 лет, имеющие опыт преодоления кризисов 1998 и 2008 гг. Возрастные границы устанавливались исходя из предположений о том, что на момент кризиса 1998 г. информантам должно было быть не менее 18 лет, так как в этом возрасте большинство людей начинают самостоятельно жить, учиться, работать и, предположительно, сами выбирают ту или иную модель поведения и по-своему приспосабливаются к нестабильным условиям.

Полевой этап исследования проводился в начале 2016 г. Методом «снежного кома» были отобраны и опрошены жители г. Новосибирска и с. Старощербаково Новосибирской области. Собрано 23 интервью, в том числе одиннадцать с жителями села и двенадцать с городскими жителями – представителями различных профессий и занятий (домохозяин, доярка, учитель, работник культуры, фельдшер, бухгалтер, инженер, директор школы, бизнес-консультант и др.),

а также с владельцами крестьянско-фермерских хозяйств и малого бизнеса.

Село, в котором проводились интервью, не репрезентирует все села России, но достаточно типично для Новосибирской области. Во-первых, как и многие села области, оно расположено вдоль железной дороги; во-вторых, в нем, как и во многих других селах региона (Ульяновке, Зюзе, Северном), имеются крестьянско-фермерские хозяйства, схожие по роду деятельности. Результаты исследования представлены в виде анализа и интерпретации фрагментов собранных интервью[1]. Сначала описана общая картина потребительских стратегий по отношению к различным сферам жизнедеятельности (работа, свободное время, отдых), затем более подробно на примерах интервью рассматривается адаптация к кризису 2014–2015 гг. в привязке к опыту предыдущих кризисов по целям.

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ СТРАТЕГИИ АДАПТАЦИИ ИНДИВИДОВ К КРИЗИСНЫМ УСЛОВИЯМ

Изменения в потреблении во всех его проявлениях, особенно изменения в продовольственной корзине, наиболее часто отмечаются в рассказах информантов. Одной из самых распространенных стратегий адаптации к текущему кризису является экономия на продовольственных товарах, а именно совершение покупок в более дешевых магазинах, по акциям и «впрок». «*Несмотря на то что, казалось бы, я могу прийти в наш магазин и купить, я стараюсь все-таки покупать там, где можно купить дешевле, я уже знаю, в каких магазинах какие продукты можно дешевле купить, где очень часто акции, хотя и говорят, [что] акции – это сплошной обман. Неправда! Я уже умею считать! Поэтому я знаю, что можно купить по акции и что можно побольше купить, оно не испортится*» (Валентина, 65 лет, село).

[1] После каждой из цитат даны краткие сведения об информанте для иллюстрации контраста между стратегиями адаптации индивидов, различающихся по возрасту и месту жительства, а также по владению/невладению малым бизнесом (ИП), поскольку эти характеристики являются ключевыми основаниями вариативности.

Заметно снизились расходы на крупные покупки, которые теперь совершаются только при необходимости, к примеру для срочного ремонта дома или квартиры. Одежду и обувь донашивают старые, или покупают в дешевых магазинах, либо относят в ремонт, но с другой стороны, стараются купить качественные вещи, которые прослужат не один-два сезона. Кроме того, сократились расходы на услуги – об этом говорят как информанты, пользующиеся услугами, так и те, кто предоставляет какие-либо услуги. «*Относительно моей прачечной* (информантка владеет прачечной самообслуживания. – *Авт.*), *людей стало меньше ходить, мне кажется, скорее всего, люди тратят больше на еду, а на услуги стало меньше оставаться*» (Наталья, 48 лет, город).

В то же время люди стараются не экономить на здоровье, поскольку это более важно, чем какие-либо внешние обстоятельства. «*В еде мы стараемся себе не отказывать сильно, по крайней мере чтобы фрукты всегда были, сок. Даже вот в зимний период витамины покупаю специальные перед гриппом*» (Зоя, 33 года, село).

Как для работающего населения, так и для пенсионеров проблемой стали сокращение рабочих мест на предприятиях и снижение зарплаты, поскольку это коснулось как информантов лично, так и их близких, родственников, знакомых и друзей. Многие информанты поменяли работу, сузили либо расширили круг рабочих обязанностей или же нашли (ищут) дополнительный заработок, занимаясь другим видом деятельности.

В условиях кризиса происходит сокращение производства, упраздняются предприятия совхоза и близлежащего городского производства, что приводит людей к необходимости поиска дополнительных видов заработка. Молодые мужчины, для того чтобы обеспечить свою семью, уезжают из деревни на вахту, как правило, на Север или в другие регионы. «*Сын у меня здесь живет, тоже вот у него трое детей – тяжело… И он как в январе уехал в Иркутскую область работать на вахту, так третий месяц работает и дома еще не был. Дети сами [по] себе растут. Раньше все на месте работали и зарабатывали, и все было в порядке, а сейчас здесь работы нет*» (Нина, 54 года, село).

Некоторые перешли на гибкий график работы или на интернет-заработок, к примеру на сетевой маркетинг с интернет-занятостью. «*…Единственное, что сейчас, интернет для меня – это я прямо там живу. В программах участвую, а… сейчас уже более-менее обзнакомилась, группа у нас создается*» (Елена, 72 года, город).

Что касается отдыха, сельские жители из-за наличия хозяйства и отсутствия денег для отдыха за границей ездили в период кризиса на Алтай или планируют съездить в ближайшее время. Интересно, что и городские жители, ранее отдыхавшие чаще за границей, теперь решили повременить с заграничным туризмом, а отдохнуть в России. Многие отдыхом считают поездки во время отпуска к родственникам в Красноярск, Томск, Казань, в Крым, на Сахалин и в другие города и регионы России, а также в соседние страны – Казахстан, Белоруссию.

Таким образом, мы видим, что в кризисных условиях индивиды применяют разные стратегии. Восприятие любого кризиса – текущего, 2008 г., 1998 г. – у людей неодинаково, что объясняется тесной привязкой кризиса к личным событиям, наличием тех или иных ресурсов, знаний, навыков и т.д. Кризис 2014–2015 гг. в наибольшей степени отразился на молодых работающих людях, пытающихся изменить структуру своего бюджета в соответствии с увеличивающимися затратами на семью и детей. На применение той или иной стратегии в отношении занятости, потребления, отдыха влияют жизненные обстоятельства, уровень капитала – социокультурного, экономического, образование, размер семьи и наличие детей, уровень дохода, место проживания и т.д.

СТРАТЕГИИ АДАПТАЦИИ ВЛАДЕЛЬЦЕВ МАЛОГО БИЗНЕСА К КРИЗИСНЫМ УСЛОВИЯМ

Среди индивидуальных предпринимателей в селе нам удалось проинтервьюировать владельцев крестьянско-фермерских хозяйств, а именно занимающихся выращиванием посадочного материала плодово-ягодных и зерновых культур, в городе – владелицу прачечной самообслуживания и директора строительной фирмы, действующей

с 2003 г. Стратегии адаптации к кризисным условиям существенно различаются у «обычных» людей и тех, кто «работает на себя», и сначала речь пойдет о способах выхода из кризиса, практикуемых теми, кто имеет собственное дело.

Для тех, кто занимается выращиванием посадочного материала плодово-ягодных культур, рассады цветочно-овощных культур и декоративных культур для озеленения, по словам руководителя сортоучастка, наиболее продуктивным в период кризиса является реализация посадочного материала сибирских сортов овощей, фруктов и ягод. «…*Сейчас многие молодые люди, кто приходит, они приобретают вот это всё, закладывают. У них маленькие дети, и они стараются накормить их здоровой пищей, своей. Это для семейного бюджета экономия, если они сами вырастили лук на весь год, помидоры заготовили, яблок нарастили, это очень даже для семьи хорошо. А для нас, для мелких сельхозпроизводителей, благоприятно действуют такие кризисы*» (Наталья, 54 года, ИП, село).

В таком случае стратегией адаптации выступают снижение цен на посадочный материал, а также реализация продукции на ярмарках, в близлежащих городах, включая г. Новосибирск (раз-два за сезон, поскольку это затратно). Причем в села работники сортоучастка практически не ездят, так как многие деревни в плачевном состоянии и зарплаты сельских жителей очень сильно отличаются от зарплат горожан. Выезжая в города, руководитель сортоучастка проводит бесплатные лекции по уходу за различными плодово-ягодными культурами, по их посадке, привлекая тем самым покупателей, чтобы они приобретали саженцы и растения этого предприятия.

Если говорить о малом бизнесе в городе, то здесь кризис также заставил вносить коррективы в привычную организацию дела. Информантка, ранее работавшая начальником в Сбербанке, а в настоящее время имеющая прачечную самообслуживания, рассказывает, что в период кризиса из-за снижения спроса ей пришлось сократить рабочий день и увеличить цены на стирку и обработку вещей. «*В плане денег, конечно, хуже, намного хуже, особенно сейчас, в кризис, люди стали меньше идти. Я не заработала здесь таких денег, как в Сбербанке, ни разу, но можем себя обеспечивать, хотя когда-то вообще*

прибыли нет. В материальном плане – хуже, в моральном, конечно, получше, потому что никто тебе ничего не говорит, как делать и что делать» (Наталья, 48 лет, ИП, город).

СТРАТЕГИИ АДАПТАЦИИ В ГОРОДЕ И НА СЕЛЕ

Что касается наемных рабочих, то они отмечают, что кризис вынудил начать относиться осмысленно ко всем тратам, вести детальный учет бюджета в тетради, в Excel или в специальных компьютерных программах по планированию семейного бюджета. «*С вот этим кризисом я все записываю, все рассчитываю, дебет, кредит. Я вот сейчас покажу примерно тетрадку своих расходов* [приносит тетрадь]. *Ну вот, допустим, март… вот все: зарплата, все, что приходит, я все расписываю, за что мне нужно заплатить: детский сад, интернет, плюс один кредит шесть тысяч, плюс две карты по шесть тысяч получается, и еще 6500, вот столько кредитов* [смеется] *много. На еду тысяч десять, мы сейчас стараемся экономить*» (Ольга, 38 лет, город).

Сельские и городские жители нередко используют кредиты, чтобы совершить вынужденные покупки, расплатиться с долгами, оплатить другие кредиты, ипотеку. Накопить деньги очень сложно, зачастую информанты говорят о том, что постоянно приходится занимать деньги или, наоборот, давать в долг. В отличие от городских жителей, сельские более скептично относятся к кредитам, но в условиях кризиса занять у кого-то достаточно сложно, особенно крупную сумму, поэтому приходится все-таки обращаться в банки. Но предприимчивые жители стараются не только не занимать, но и заработать. К примеру, одна из информанток, проживающая в городе, поделилась тем, что с недавнего времени занимается интернет-продажами на Авито[2].

Все сельские жители имеют огород (также некоторые жители близлежащего города покупают дом и землю, прикрепленную к нему, и оборудуют это место как дачу и для выращивания овощей и фрук-

[2] Популярный в России сайт объявлений о продаже недвижимости, услуг, одежды и проч.

тов), где выращивают садово-огородные культуры, и обеспечивают себя необходимыми продуктами, делают запасы на зиму (соленья, варенья, заморозку, компоты и т.д.). Кроме этого, некоторые категории жителей (учителя, работники культуры, работники кооператива) пользуются льготами, что позволяет несколько смягчить последствия кризиса. Горожане, у которых уже есть дача, стараются сажать овощи и зелень, чтобы обеспечить себя собственными продуктами, пусть не на весь сезон, но хотя бы на его часть. К примеру, городская семья, проживающая в Новосибирске, имеет дачу, и уже третий год к ним на дачу приезжает бабушка из Екатеринбурга, которая все лето живет там и ухаживает за посадками, теплицей, домом, тем самым помогает детям и внукам выращенными продуктами и занимает свое свободное время. Но в целом в городе возможностей заниматься собственным огородом намного меньше, поэтому стратегии адаптации в большинстве своем все же направлены не на выращивание продуктов, а на зарабатывание денег, чтобы позволить себе купить все эти продукты в магазине или на рынке. Но при этом городские жители отмечают, что из-за роста цен на продукты питания им приходилось обращаться к знакомым, друзьям и даже ехать в деревню «по наводке», чтобы купить, например, качественное мясо по более низкой цене, чем рыночная. «…*Мясо мы часто берем у знакомых, в деревне покупаем. Нам подсказали, куда можно поехать и теперь мы всегда стараемся покупать там – и экологически лучше, и дешевле получается*» (Ольга, 38 лет, город).

В кризис на селе становится невыгодным держать скотину, и одной из адаптационных стратегий сельских жителей становится сокращение поголовья крупного рогатого скота. «…*Сейчас бутылка молока – 920 грамм стоит 50 рублей литр, а у крестьянина берут по 16 рублей. А крестьянину надо накосить сено, заготовить корма, отремонтировать технику, дояркам заплатить, топить кочегаркой, и все это стоит ему 16 рублей. А это вот молоковоз привези, пастеризуй, добавь воды, разлей по бутылкам, и им уже 100 рублей*» (Сергей, 44 года, ИП, село).

Себестоимость как мяса, так и вторичных продуктов – молока, творога и др. значительно выше их рыночной цены, и это заставляет сельских жителей отказаться от разведения крупного рогатого скота и заняться менее затратным разведением уток, гусей (к примеру, одна из информанток самостоятельно вырастила в инкубаторе 100 гусей), которых затем можно продать на рынке или, например, использовать для изготовления долговечных пуховых подушек и одеял.

Таким образом, наблюдается значительное разнообразие стратегий адаптации, которое тесно связано с местом жительства и наличием каких-либо ресурсов: собственного дела, огорода, личных (неиспользуемых) вещей и т.д. Изучая материалы интервью с предпринимателями (особенно с сельскими), можно заметить, что существенную часть в этих интервью занимали рассказы о приспособлении к кризису именно хозяйства, а не о каких-либо индивидуальных схемах преодоления кризиса, что говорит о большой мере отождествления информантами себя со своим бизнесом. Отчасти это объясняется тем, что на селе люди своим крестьянско-фермерским хозяйством в буквальном смысле живут: полностью отдают себя работе, получая продукты и доходы.

ВОСПРИЯТИЕ ЖИТЕЛЯМИ ГОРОДА И СЕЛА КРИЗИСА 2014–2015 гг.

Если говорить о восприятии городскими и сельскими жителями прошедших и текущего кризисов, то люди по-разному их помнят и по-разному оценивают опыт своей адаптации к ним. К примеру, одни сообщают, что приспособились к нынешнему кризису благодаря опыту переживания предыдущих. «*Конечно, прошлый опыт, он помогает понимать, что это будет и как, тем более я просто уверен в том, что любая история человечества развивается по спирали, которая вверх поднимается. Это то же самое, что мы уже проходили, только уровень другой, как это модно говорить – “другой уровень”. Уже это было и повторяется, причем я думаю, что это будет еще и дальше продолжаться, но они тоже будут уже на другом уровне,*

более высоком, имеется в виду – информационно высоком, экономически высоком» (Владимир, 55 лет, город).

Другие утверждают, что не обращаются к прошлому опыту и в каждом конкретном случае действуют по-разному. «*Нет, ситуационно у меня как-то... я не могу сказать, что чему-то научился, что экономия – это моя стратегия, но сейчас я, конечно, задумываюсь, как быть. Раньше мог тратить деньги на бесполезные вещи, а сейчас почти не трачу*» (Павел, 35 лет, город).

Сельские предприниматели, давно работающие в сельском хозяйстве, отмечают, что наработанный опыт имеет большое значение. «*Кризисы даже на руку, так как, как [только] плохо начинается в стране, удорожание пошло, а людям нужно кушать, а продукция нужна дешевая, а дешевое они могут вырастить сами своими усилиями, поэтому для нас это даже благоприятно*» (Наталья, 54 года, ИП, село). Да и в целом сельчане, несмотря на кризис, стараются сохранять позитивный настрой и рассчитывать на свои силы. «*Какое мне вообще дело до вашего мира? Я коров подою, напою и обеспечу себя своим хозяйством*» (Василий, 48 лет, село).

Люди, не имеющие собственного бизнеса, также вырабатывают в ответ на кризис различные «антикризисные меры» (как они это сами называют), ориентируясь на прошлый опыт. Они начинают вести детальный учет доходов и расходов, находят дополнительные заработки или берут дополнительные часы на основной работе, экономят на продуктах питания и донашивают старые вещи, а от ненужных вещей, материалов, инструментов стараются выгодно избавиться.

АДАПТАЦИЯ К КРИЗИСАМ 1998 И 2008 гг.

Кризисы 1998 и 2008 гг. отложились в памяти информантов отдельными значимыми фрагментами: дефицитом, задержкой зарплаты, финансовыми пирамидами, кредитным всплеском, остановкой строек и т.д. По словам сельских жителей, наименее тяжелым и ощутимым из всех кризисов, включая текущий, оказался кризис 2008 г., при этом основные сложности возникали в результате финансовых

обязательств перед банками (кредиты и ссуды). Многие информанты на вопрос о том, помнят ли они кризис 2008 г., задумывались на пару минут, мысленно или вслух перебирая события, не могли ничего сказать, даже несмотря на наводящие вопросы. «*А что, кризис был, да?* [Смеется.] *2008 год… я уже в школе работала вожатой. Муж работал, я работала. Не отдыхали тогда, отпускные получали и гасили кредиты, кредитов тогда было много, вот это точно – все ударились в кредиты*» (Зоя, 33 года, село).

Если информантам все же удавалось вспомнить что-то касающееся этого кризисного года, то это были скорее сюжеты, связанные с какими-либо жизненными событиями. «*Кризис в девятом был, когда я лежала в больнице. Первый случай* (нашли раковую опухоль. – *Авт.*) *у меня в 2009-м был. Да как-то вот это экономически не ощутили, а со здоровьем вот да, у меня был кризис. Сын взял ипотеку, дочь закончила [школу], переехала в Новосибирск, они снимали квартиру, работали, никто без работы не был, работали в хорошо оплачиваемых компаниях*» (Наталья, 58 лет, село).

Нередко в рассказах встречались суждения, в которых сами информанты сравнивали кризис 2008 г. с текущим кризисом, оказавшимся труднее по различным причинам. «*Тогда меня это не коснулось, мне тогда легче было, я работала, а сейчас вот на одну пенсию живу, цены сумасшедшие*» (Нина, 54 года, село).

Но абсолютно всех предыдущий кризис не обошел, информанты рассказывали о «кризисе строек и недвижимости», коснувшемся друзей и знакомых. Директор строительной фирмы отметил, что кризис 2008 г. и текущий схожи во многом и что в 2008 г. их компания столкнулась с проблемами, аналогичными нынешним: с «*отсутствием финансирования, чудовищным удорожанием материалов и работ, массовым банкротством компаний, медленны[ми] темп[ами] строительства и, как следствие, задержкам[и] в зарплате*» (Игорь, 35 лет, город).

Таким образом, для сельских жителей, в отличие от городских, кризис 2008 г., по их воспоминаниям, был менее ощутимым, чем остальные, и это объясняется тем, что он был связан с трудностями

в отношении рынка и недвижимости – в большей степени феноменов городской жизни. Поскольку этот кризис жители села почти не ощутили, вопросы о стратегиях адаптации к нему один за другим отпадали, так как это время запомнилось информантам скорее как обыденное, без критических событий.

Кризис 1998 г., по воспоминаниям информантов, ощущался ими особенно остро. К примеру, одна из них уже на первых вопросах отмечает: «*Ну да, сейчас третий кризис, я бы, наверное, сказала, что еще был важный кризис 90-го года, когда был распад Советского Союза. Я помню, мы тогда все покупали на оптовке, и этот, кстати, кризис, он же не только в 98-м, он же раньше на самом деле был – и в 96-м. ...И мы не знали, когда в следующий раз дадут зарплату, и ты не знал, сколько тебе дадут. ...Ты вообще ничего не мог планировать, а так как у нас были дети малые на руках, только родились, и были сложности, и вот у меня, реально, еще, наверное, со студенческих голодных времен был конверт – на лекарства детям, на хлеб, молоко, ну и там потом на все остальное*» (Наталья, 44 года, город).

Даже те, кто не испытывал проблем с заработной платой, все равно в 1998 г. ограничивали себя в потреблении. Если говорить о стратегиях адаптации к кризису 1998 г., то на материалах интервью можно выделить ряд направлений. В селе полностью выживали на натуральном хозяйстве, с учетом того, что тогда функционировал совхоз, зачастую из садов или с кожевенного завода рабочие брали излишки – фрукты, ягоды, молоко, яйца и т.д. Большие дворы и наличие скота позволяли полностью прокормить семью, а те, у кого имелась возможность, ездили торговать «натурпродуктом» в ближайший город или в отдаленные города. «*…Всегда и коровы, и овечки, и коз держали, сейчас вот молодые не хочут ничего держать, мы и уток и курей держали, все было… Потом уже песцов развели, и мы на песцах окрепли, на Магадан на Колымскую ГЭС – там сын работал, и мы туда шкурки с дедом возили. Я хоть прокатилась на самолете. Вот только съездили, тогда мы денег скопили и положили на книжку*» (Мария, 88 лет, село).

Для того чтобы приготовить ребенка к школе или колледжу, родителям приходилось сдавать скот и ехать в Новосибирск. «…*Чтобы одеться к учебному году в училище, в колледж, сдавали скотину и ехали на барахолку, одевались полностью с ног до головы. Тогда даже хлеб родители не покупали, а мама стряпала, потому что муку давали под зарплату. Были такие формочки, и хлеб стряпали*» (Зоя, 33 года, село).

В городе дефицит продуктов, как вспоминают информанты, чувствовался остро, и многие запасались продуктами впрок либо очень экономили. «*У нас был период – мы не могли позволить себе мясо, просто не было денег. Моя бабушка приезжала раз в неделю с детьми посидеть, она привозила мяса килограмм, я его варила, в баночке молола и из баночки кормила детей*» (Наталья, 44 года, город). «*Бывало, что купим с мамой хлеба, делим на четыре части, три части замораживали, а одну часть мы оставляли ребятишкам. Они со школы приходили, и что могли, мы им отдавали. Потом размораживали, где-то мама что-то вычитает и приготовит покушать*» (Ирина, 48 лет, город).

Некоторым городским жителям во время кризиса 1998 г. пришлось переехать в село, так как там удается обеспечить себя и свою семью основными продуктами питания. «*Мы переехали, сначала в городе жили и жилья нам никто не дал... И мы поехали в деревню, завели хозяйство, работали, естественно, и в деревне, конечно, было легче. Когда ты держишь хозяйство и огород, ты картошку вырастил, ты овощи вырастил, тебе не надо это покупать, а здесь нужно каждый день все покупать*» (Любовь, 56 лет, город).

Как уже говорилось ранее, во все периоды жизни, включая и кризисные, находились люди, для которых кризисы в целом оказались благоприятными временами и сыграли им на руку. В нашем исследовании встретилось несколько таких «историй успеха», причем в одном случае при переезде и покупке дома оказались решающими везение и удача. «*Мы переезжали, и отец взял большой кредит, и нам очень сильно не хватало на покупку дома. Но буквально вмиг деньги*

обесценились, и квартира досталась даром, платить оставалось совсем немного, да еще и по тем деньгам» (Павел, 35 лет, город).

Получить выгоду в 1998 г. можно было участвуя в финансовых пирамидах. «*Мы деньги откладывали, и были такие финансовые пирамиды “Русский дом Селенга”, и я участвовала, но я очень грамотно участвовала, я очень вовремя вышла*» (Наталья, 44 года, город). Конечно, «нажиться» смогли далеко не все, информанты нередко рассказывают о том, что потеряли свои вклады, потому что в нужный момент не смогли забрать деньги. «*Девяносто восьмой год, я помню, тогда нас этими ваучерами надули. У меня большие сбережения были, а деньги снять не давали со сберкассы. И ободрали до копеечки, забрали абсолютно все. Вот что осталось, это цепочка вот эта, и сапоги я купила, которых уже нет давно*» (Елена, 72 года, город). Люди теряли работу, не успевали распорядиться накопленными сбережениями, что усугубляло имевшиеся у них жизненные сложности.

Таким образом, во всех рассказах прослеживаются особенная значимость для информантов кризиса 1998 г., а также связь опыта преодоления предыдущих кризисов с преодолением текущего через сравнение возможностей и ресурсов в разные кризисные периоды. Время кризиса насыщено «историями успеха», по большей части – удачными стечениями обстоятельств, но особенно оно насыщено «историями неудач», в которых люди зачастую обвиняют самих себя за неправильные действия или сожалеют об упущенном времени.

ТИПОЛОГИЯ СТРАТЕГИЙ АДАПТАЦИЙ ЖИТЕЛЕЙ ГОРОДА И СЕЛА К УСЛОВИЯМ КРИЗИСА 2014–2015 гг.

На основании собранных и проанализированных интервью мы сконструировали типологию стратегий адаптации жителей города и села к условиям текущего кризиса. Все стратегии адаптации в самом общем виде можно отнести к одному из двух классов: стратегии *пассивные*, т.е. «стратегии защиты», и *активные*, т.е. «стратегии наступления». Среди информантов были как предприимчивые люди,

так и те, кто предпочитает обороняться от новых, нестабильных условий. Предполагается, что выбор той или иной стратегии связан прежде всего с жизненными обстоятельствами, которые стимулируют реализовывать активные стратегии (к примеру, наличие детей) или же, наоборот, подавляют потребление (например, пенсионный возраст). Другой важный фактор – психологические качества личности (амбициозность, энергичность и т.п.). Комбинация этих условий, жизненных обстоятельств и психологических склонностей определяет вероятность применения активной или пассивной стратегии адаптации к кризису.

По цели стратегии адаптации к кризису были разделены на стратегии минимизации рисков (подстраховка), максимизации выгоды, «временной консервации» и комбинированные. Рассмотрим каждый из этих видов подробнее.

Используя свои ресурсы по максимуму эффективно, многие жители города и села применяют *активные стратегии максимизации выгоды*. В селе это наращивание либо сокращение объемов производства крестьянско-фермерского хозяйства, увеличение цен в несколько раз, в городе – использование уже имеющегося дачного участка для выращивания продуктов. Интересно, что манипуляции с ценами (снижение – увеличение) связаны со стратегиями разного вида – максимизации выгоды и минимизации рисков, но это говорит о том, что данные приемы используются осознанно руководителями собственного дела, которые выбирают оптимальную стратегию исходя из рода своей деятельности.

Активные стратегии минимизации рисков для жителей города и села тесно связаны с родом их деятельности, и в первую очередь с имеющимися ресурсами. К примеру, владельцы плодово-ягодного участка вынуждены снижать цены на посадочный материал и уменьшать продолжительность рабочего дня, а предприниматель, занимающийся посадкой зерновых культур, наоборот, увеличивает цену вдвое. При реализации данных стратегий предприниматели опираются на опыт предыдущих кризисов, поскольку последствия кризисов

1998 и 2008 гг. схожи и сформировалась определенная тенденция поведения сельских и городских жителей в таких условиях.

И в селе, и в городе жители увеличивают нагрузку на основной работе (дополнительные часы и задания), ищут дополнительный заработок: в селе уезжают на вахту, участвуют в интернет-проектах, в городе занимаются фрилансом в разных отраслях деятельности. Можно предположить, что такие стратегии возникают скорее ситуативно, чем вытекают из опыта, полученного в предыдущие кризисы, поскольку осваиваются новые методы заработка. В селе распространена продажа излишков «натурпродукта», в городе – продажи ненужных индивиду вещей и инструментов через интернет. С целью сохранения благосостояния укрупняют домохозяйства путем приглашения родственников, с которыми ранее не проживали, для проживания в семье (возможно, временного), чтобы те помогали с хозяйством, детьми и внуками.

Пассивные стратегии максимизации выгоды состоят в том, что человек, практически не затрачивая личных усилий и не меняя своей жизни, нашел вариант извлечения выгоды из своих ресурсов, к примеру начал сдавать квартиру, которая пустовала, или сдал в аренду участок земли, какую-либо вещь, предмет. Обнаруживаются и «изощренные» способы использования имеющихся ресурсов, например приглашение бабушки на давно пустующую дачу с целью приведения в порядок дома и посадок. Такие стратегии менее распространены, и можно предположить, что опыт предыдущих кризисов играет значимую роль при их применении, так как при наличии ресурсов и средств еще в предкризисный период или в период кризиса можно спланировать и реализовать успешное их использование.

Наряду с этим выделяются и *пассивные стратегии по минимизации рисков*. В городе это отказ от микрокредитов и займов, когда минимизируются риски финансовых обязательств. В селе похожая ситуация: ресурсы, а именно подсобное хозяйство становится главным кормильцем. Деньги тратятся только на вещи крайней необходимости (к примеру, на ремонт крыши дома); если приходится занимать, то занимают у родственников, друзей, знакомых. То есть снижение рисков

происходит за счет отказа от включения индивида в формальные институты. Такого рода стратегии связаны с жизненным опытом, в том числе с опытом преодоления предыдущих кризисов, поскольку, например, информанты или их родственники, друзья, знакомые брали микрокредиты, займы и впоследствии сталкивались с многочисленными проблемами.

Стратегиями «временной консервации» мы называем такие, которые замораживают потребление тех или иных товаров или услуг – не необходимых в повседневности, но являющихся частью стиля жизни (при этом при реализации подобной стратегии положительным эффектом являются рациональность и оптимальность выбора). На первый взгляд может показаться, что стратегии «временной консервации» по определению пассивны, поскольку предполагают «потребительский отказ» от ненужных, бесполезных вещей, продуктов и услуг. Но это не так, потому что в большинстве случаев происходит субституция, что следует воспринимать как активную стратегию. К примеру, замену заграничного отдыха российским или изменение рациона питания следует отнести к стратегиям данного типа, поскольку на какой-то промежуток времени из разумных соображений уменьшается или исключается потребление некоторых продуктов (сладостей, деликатесов и т.п.), которое со временем, скажем после пика кризиса, будет восстановлено. В том случае, когда отказ от товаров, услуг происходит без их замены на аналоги, стратегии «временной консервации» следует считать пассивными. Жители города и села подобного рода стратегии используют ситуационно, ориентируясь в первую очередь на здравый смысл и рациональное мышление.

Комбинированные стратегии – это стратегии, сочетающие в себе максимизацию выгоды и минимизацию рисков. К примеру, таковыми являются изменение бюджета и детальный учет всех доходов и расходов, т.е. планирование семейного бюджета, что позволяет максимально рационально распоряжаться бюджетом и таким образом избегать расточительных трат. Данная стратегия – активная, так как предполагает щепетильную работу по учету структуры бюджета. Также к комбинированным стратегиям относятся всевозможные вариации страте-

гий в зависимости от ресурсов – пассивные стратегии с максимизацией выгоды и минимизацией рисков, например сдача простаивающей квартиры в аренду знакомым или друзьям. Стратегии «временной консервации» в каком-то смысле уже являются комбинированными, поскольку предполагают временный отказ от ненужных вещей или их замену, что является более выгодным в нестабильных условиях.

При анализе интервью были отмечены результаты реализации стратегий в плане их эффективности с точки зрения самих информантов. Некоторые индивиды осознанно применяют те или иные стратегии, но не считают их эффективными. Логично, что не всем удается оптимизировать стратегии – найти дополнительный заработок, соотносимый с затрачиваемыми усилиями и получаемой зарплатой, или заработок в интернете, не требующий больших затрат времени и т.д., поэтому разные люди, применяющие одну и ту же стратегию, преуспеть могут по-разному.

* * *

Итак, сталкиваясь с кризисом, городские и сельские жители вынуждены искать стратегии, позволяющие не допустить снижения уровня своего благосостояния, при этом кто-то оказывается более успешным, кто-то – менее в зависимости от опыта, рационального или же неразумного отношения к вещам, удачного или неудачного стечения обстоятельств, чем объясняются как «истории успеха», так и «истории неудач». Применение активных стратегий в рассказах информантов упоминалось чаще, что может быть связано, с одной стороны, со спецификой кризиса, точнее, с ритмом жизни в современном мире, который предлагает множество вариантов для повышения качества жизни, карьерного роста и развития. С другой стороны, следует принимать во внимание специфику выборки, в которую вошли представители разных профессий, что также позволило увидеть широкий спектр активных стратегий.

Границы кризисов в восприятии людей относительно размыты, что говорит о неодинаковом «попадании» индивидов в кризис: для кого-то он становится ощутимым чуть ранее, кто-то ощущает его чуть

позднее, но более остро, что отчасти определяется жизненными обстоятельствами, в которых кризис застает индивидов. Вспоминая кризис 1998 г., информанты начинают говорить о «девяностых в целом» начиная с развала СССР. А вот кризис 2008 г., по воспоминаниям, был менее ощутимым, чем остальные. Зачастую люди выделяют какие-либо личные кризисы, связанные в первую очередь со здоровьем, семьей или детьми, и эти личные кризисы каким-то образом могут соотноситься, совпадать или не совпадать по времени с кризисами в стране. На разных этапах жизненного цикла люди обладают разными ресурсами, знаниями, навыками и могут находиться в абсолютно разных жизненных ситуациях, но, как удалось выяснить, в преодолении текущего кризиса жители и города, и села опираются на опыт преодоления предыдущих. У людей появляются свои «правила», свои «антикризисные меры», при этом опыт предыдущих кризисов переосмысливается в контексте нынешних событий.

Список источников

1. *Абанокова К., Локшин М.* Укрупнение размера как механизм адаптации домохозяйств к кризису. – URL: http://cyberleninka.ru/article/n/ukrupnenie-razmera-kak-mehanizm-adaptatsii-domohozyaystv-k-krizisu (дата обращения: 10.10.2016).

2. *Лукьянова Е.Л.* Кризис где-то и параллельно: особенности изучения молодежи в условиях экономического спада. – URL: http://www.hse.ru/pubs/share/direct/document/68184968 (дата обращения: 10.10.2015).

3. *Мамаева Л.Н.* Изменения потребительского спроса в России в период кризиса. – URL: http://cyberleninka.ru/article/n/izmenenie-potrebitelskogo-sprosa-v-rossii-v-period-krizisa (дата обращения: 12.03.2017).

4. *Мельникова О.Т., Громова О.А., Ширков Ю.Э.* Потребительское поведение: теория и действительность // Социальная психология в современном мире / Под ред. Г.М. Андреевой, А.И. Донцовой. – М.: Аспект-Пресс, 2002. – 260 с.

5. *Нуксунова А.М.* Досуговое поведение россиян. – URL: http://cyberleninka.ru/article/n/dosugovoe-povedenie-rossiyan (дата обращения: 04.10.2015).

6. *Радаев В.В.* Еще раз о предмете экономической социологии. – URL: http://ecsocman.hse.ru/data/952/617/1231/001.RADAEV.pdf (дата обращения: 13.02.2017).

7. *Резник Ю.М., Смирнов Е.А.* Жизненные стратегии личности (опыт комплексного анализа). – М.: Ин-т человека РАН; Независимый ин-т гражданского общества, 2002. – 260 с.

8. *Рукавишникова Т.* Исследование поведения потребителей в период экономической стагнации. – URL: http://www.kom-dir.ru/article/135-issledovanie-povedeniya-potrebiteley (дата обращения: 12.03.2017).

9. *Серто М.* Изобретение повседневности: Искусство делать / Пер. с фр. Д. Калугина, Н. Мовниной. – СПб.: Изд-во Европ. ун-та в Санкт-Петербурге, 2013. – 332 с.

10. *Wallace C.* Household strategies: their conceptual relevance and analytical scope in social research // Sociology. – 2002. – Vol. 36, No. 2. – P. 275–292. [Реферативное изложение С. Соловьева и Т. Черкашиной // Учебные материалы по курсу «Внутрисемейные экономические отношения» / Сост., перев., науч. ред. Т.Ю. Черкашина; НГУ, Центр европейского образования. – Новосибирск, 2006. – 94 с.].

Информация об авторах

Ечевская Ольга Геннадьевна (Новосибирск, Россия) – кандидат социологических наук, старший научный сотрудник Института экономики и организации промышленного производства СО РАН (630090, Новосибирск, просп. Акад. Лаврентьева, 17, e-mail: o.echevskaya@nsu.ru); доцент Новосибирского национального исследовательского государственного университета (630090, Новосибирск, ул. Пирогова, 1).

Чечикова Светлана Васильевна (Москва, Россия) – магистрант. Московская высшая школа социальных и экономических наук (119571, Москва, просп. Вернадского, 82, корп. 2, e-mail: s_chechikova@mail.ru).

DOI: 10.15372/REG20180107

Region: Economics & Sociology, 2018, No. 1 (97), p. 142–166

O.G. Echevskaya, S.V. Chechikova

ADAPTATION STRATEGIES AND «ANTI-CRISIS MEASURES» OF RUSSIANS UNDER ECONOMIC CRISIS

The article describes strategies for adaptation to the crisis conditions of 2014–2015 performed by urban and rural residents of Siberia, who have experience in overcoming earlier crises. We use the data collected from

semi-formalized interviews to analyze people's ways of adapting to the crisis, as well as conceptions about how their actions during previous crises hindered or helped to adapt to the crisis today. We design a typology of adaptation strategies that includes ones for minimizing risks, maximizing benefits, «temporary conservation» and combined strategies. The conclusion is drawn that the boundaries of crises are relatively blurred, which indicates that individuals «hit» crises unequally. Moreover, we show that crisis events, interpreted against individual and family biographies, are described as «personal crises» not always tied to formal crisis years in Russia, but rooted in regionally specific contexts and related to significant biographical developments. Both groups of urban and rural residents invent their own rules and anti-crisis measures; they rethink the experience of overcoming previous crises in the context of events that are relevant today.

Keywords: crisis; consumer behavior; practices; adaptation strategies; Novosibirsk Oblast

References

1. *Abanokova, K.* & *M. Lokshin*. (2014). Ukrupnenie razmera kak mekhanizm adaptatsii domokhozyaystv k krizisu [Growing size of a household as a mechanism of adaptation to crises]. Available at: http://cyberleninka.ru/article/n/ukrupnenie-razmera-kak-mehanizm-adaptatsii-domohozyaystv-k-krizisu (date of access: 10.10.2016).

2. *Lukyanova, E.L.* (2012). «Krizis gde-to i parallelno»: osobennosti izucheniya molodezhi v usloviyakh ekonomicheskogo spada [«The crisis is elsewhere, and we do not care a thing»: The patterns of studying young people under economic recession]. Available at: http://www.hse.ru/pubs/share/direct/document/68184968 (date of access: 10.10.2015).

3. *Mamaeva, L.N.* (2011). Izmenenie potrebitelskogo sprosa v Rossii v period krizisa [Changing consumer demand in Russia during the crisis]. Available at: http://cyberleninka.ru/article/n/izmenenie-potrebitelskogo-sprosa-v-rossii-v-period-krizisa (date of access: 12.03.2017).

4. *Melnikova, O.T., O.A. Gromova, Yu.E. Shirkov; G.M. Andreeva* & *A.I. Dontsova* (Eds.). (2002). Potrebitelskoe povedenie: teoriya i deystvitelnost [Consumer behavior: theory and reality]. Sotsialnaya psikhologiya v sovremennom mire [Social Psychology in the Modern World]. Moscow, Aspekt-Press Publ., 260.

5. *Nuksunova, A.M.* (2010). Dosugovoe povedenie rossiyan [The arc behavior in Russians]. Available at: http://cyberleninka.ru/article/n/dosugovoe-povedenie-rossiyan (date of access: 04.10.2015).

6. *Radaev, V.V.* (2002). Eshche raz o predmete ekonomicheskoy sotsiologii [Another take on the subject of economic sociology]. Available at: http://ecsocman.hse.ru/data/952/617/1231/001.RADAEV.pdf (date of access: 13.02.2017).

7. *Reznik, Yu.M.* & *E.A. Smirnov*. (2002). Zhiznennye strategii lichnosti (opyt kompleksnogo analiza) [Life Strategies of Personality (Experience of Complex Analysis)]. Moscow, Institute of Man RAS Publ., Independent Institute for Civil Society Publ., 260.

8. *Rukavishnikova, T.* (2014). Issledovanie povedeniya potrebiteley v period ekonomicheskoy stagnatsii [Study on consumer behavior during economic stagnation]. Available at: http://www.kom-dir.ru/article/135-issledovanie-povedeniya-potrebiteley (date of access: 12.03.2017).

9. *Certeau, M.* (2013). Izobretenie povsednevnosti. Iskusstvo delat [L'Invention du Quotidien. Arts de faire]. Transl. from French by D. Kalugin, N. Movnina. Saint-Petersburg, European University at St Petersburg Publ., 332.

10. *Wallace, C.* (2002). Household strategies: their conceptual relevance and analytical scope in social research. Sociology, Vol. 36, No. 2, 275–292. An abstract by S. Solovyev & T. Cherkashina. In: Cherkashina, T.Yu. (Comp., transl. and ed.). (2006). Educational material on the training course «Family Economic Relations». Novosibirsk, Novosibirsk State University Publ., Center of European Education, 94.

Information about the authors

Echevskaya, Olga Gennadyevna (Novosibirsk, Russia) – Candidate of Sciences (Sociology), Senior Researcher at the Institute of Economics and Industrial Engineering, Siberian Branch of the Russian Academy of Sciences (17, Ac. Lavrentiev av., Novosibirsk, 630090, Russia, e-mail: o.echevskaya@nsu.ru); Associate Professor at Novosibirsk National Research State University (1, Pirogov st., Novosibirsk, 630090, Russia).

Chechikova, Svetlana Vasilyevna (Moscow, Russia) – Master's Degree Student at the Moscow School of Social and Economic Sciences (bld. 2, 82, Vernadsky av., Moscow, 119571, Russia, e-mail: s_chechikova@mail.ru).

Рукопись статьи поступила в редколлегию 11.12.2017 г.

© Ечевская О.Г., Чечикова С.В., 2018