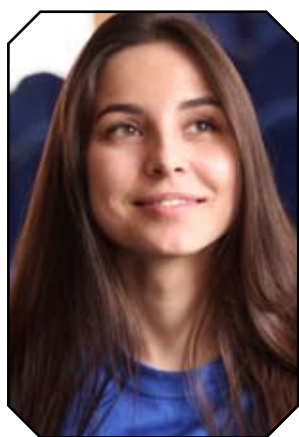


ДЕБЮТНЫЕ РАБОТЫ

Д. М. Асатурян, В. Э. Ергунева

Съесть или не съесть? Современная модель потребления через призму выбрасывания продуктов питания: на примере москвичей¹



АСАТУРЯН Дарья Михайловна — студентка бакалаврской программы «Социология» факультета социальных наук НИУ ВШЭ, стажёр-исследователь Лаборатории экономико-социологических исследований Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики». Адрес: 101000, Россия, г. Москва, ул. Мясницкая, д. 20.

Email: darya.asaturyan@gmail.com

Современное российское общество вслед за западным претерпевает трансформации в модели потребления, в частности, продуктов питания. После перехода от «общества дефицита» к «обществу (сверх)потребления» в России встает вопрос о дальнейшем направлении развития. И если западные страны движутся в сторону «сознательного потребления», построенного на идеологической догме заботы об окружающей среде, то нашей стране выбор траектории ещё предстоит сделать. В связи с этим необходимо понять, как будет в дальнейшем развиваться российский фуд-менеджмент, являющийся призмой, сквозь которую можно характеризовать современное потребление. Для данной работы был выбран индикатор, который российские исследователи зачастую обходят стороной при изучении практик питания, а именно выбрасывание продуктов. Эмпирическим объектом исследования будут выступать жители Москвы, так как авторы исходят из предположения, что в Москве по сравнению с другими регионами более высокий уровень жизни позволяет быстрее и раньше развиваться потребительским тенденциям, характерным для западных стран, и делает общество этического потребления или выбрасывающее общество в принципе возможным.

На основе 22 глубинных интервью была предпринята попытка выявить смысловые контексты, удерживающие информантов от выбрасывания продуктов питания или же стимулирующие его. По итогам исследования стало ясно, что, помимо ожидаемых рациональных установок, связанных с оптимизацией использования продуктов питания, данный вопрос осмысливается информантами в ценностном аспекте. Западные тенденции смешиваются со специфическими характеристиками практик российского потребления, выбрасывания и ценности продуктов питания (от влияния «гастрономической травмы» до «демонстративного выбрасывания») и складываются в уникальную, «собственную» модель этического потребления, укоренённую в социальных структурах и отношениях.

Ключевые слова: выбрасывание продуктов питания; «гастрономическая травма»; общество дефицита; общество потребления; сознательное потребление; гражданин-потребитель; этическое потребление; выбрасывающее общество.

¹ Авторы выражают особенную благодарность Е. С. Бердышевой за идейное вдохновение и научное руководство, а также П. А. Дёмину за неоценимую помощь при проведении исследования и концептуализации полученных результатов.



ЕРГУНЕВА Валерия Эдуардовна — студентка бакалаврской программы «Социология» факультета социальных наук Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики». Адрес: 101000, Россия, г. Москва, ул. Мясницкая, д. 20.

Email: erguneval@yandex.ru

Введение

В России 2017 г. был объявлен годом экологии [2017. Год экологии в России]. По всей стране активизируются организации по защите окружающей среды, правительство выделяет финансирование на развитие инфраструктуры, запускаются новые механизмы сбора и переработки мусора. Известно, что экология зависит не только от государственной политики, но и от поведения обычных граждан, от их потребительских практик и отношения к выбрасыванию. Одним из наиболее чувствительных индикаторов любых трансформаций в обществе (тем более связанных с экологией) является потребление продуктов питания.

Потребление и выбрасывание — две стороны одной медали. «Мусор не существует в социальном вакууме; глядя на практики обращения с отходами, можно понять, какую роль мусор играет в социальной жизни, какие ценности извлекаются и вкладываются в него и как эти ценности понимаются» [Grant-Smith 2015: 250]. Случаи же, когда мусором оказываются продукты питания, заслуживают особого внимания. «С социологической точки зрения питание представляет собой не столько физиологический процесс, сколько деятельность по созданию индивидуальных и социальных смыслов» [Ганскау и др. 2014: 42]. Изоморфизм макро- и микропроцессов в обществе позволяет говорить о том, что глобальные изменения в экономике и социальной структуре могли повлиять на практики питания, а также трансформировать значения и смыслы, которыми люди наделяют продукты питания. Будучи «лабораторией для понимания социальных отношений», «потребление еды исследуется в связи с другими социальными аспектами человеческой жизни и может выступать основой для понимания социальных изменений» [Ганскау и др. 2014: 42]. В данной работе предпринимается попытка оценить на примере Москвы существующие тенденции потребления в российском обществе сквозь призму феномена выбрасывания продуктов питания и смыслов, вкладываемых в него.

Для каждого этапа развития общества и экономики характерно особое отношение к пище. Так, во второй половине XX века на Западе многие страны пожинали продукты массового производства, а в СССР в конце 1980-х гг. в очередной раз наступил период жёсткого дефицита. Тогда же сложилось резкое противоречие в практиках потребления, так как государство, с одной стороны, стимулировало рост заработной платы, а с другой — не успевало поставлять на рынок необходимые потребителям товары. По сравнению с Северной Америкой, СССР превратился в «общество пустых магазинных полок», которому уже грозил не просто дефицит, но настоящий голод [Ильин 2005: 3–4]. Лишь в конце 1990-х гг. и начале «нулевых», на волне экономического подъёма, в России начало формироваться общество потребления, которое в определённых слоях населения постепенно переходило в общество сверхпотребления, или, как его называют, общество изобилия. Так, в 2008 г. каждый третий россиянин регулярно совершал покупки, которые не планировал совершать до похода в магазин [Пресс-выпуск № 993 2008].

Однако ситуация сверхпроизводства и сверхпотребления в экономике также недолговечна, как и ситуация дефицита. Дж. Ритцер, рассуждая на эту тему, приходит к выводу о том, что «гиперпотребление неустойчиво с экономической точки зрения, а также, определённо, с экологической точки зрения и, несомненно, с моральной точки зрения» [Ритцер 2016: 8]. Сверхпотребление — это недальновидная форма и уровень потребления, в итоге ведущий к рецессии.

В то же время в 2008 г. мировое сообщество переживает первую волну экономического кризиса, что снова вызвало критику сверхпотребительской модели, которая в этот раз не обошла стороной и Россию. «<...> В России всё более отчётливо зазвучал критический дискурс в отношении гедонистического, а также демонстративного и расточительного потребления. Отчасти критике способствовал экономический кризис 2008–2009 гг., когда сдержанность в потреблении стала более актуальной, чем демонстративное потребление или гламур» [Гурова, Толкачёва 2014: 4]. Возникает закономерный вопрос: какие тенденции к изменению появляются в практиках потребления? Экономические и социальные шоки вынуждают людей менять свои рутинные практики и, в частности — отношение к продуктам питания и их ценность. В научном дискурсе исследователи зачастую отдают предпочтение изучению моделей потребления, и гораздо реже в поле их зрения попадает выбрасывание, хотя выбрасывание продуктов является достаточно чувствительным индикатором ценности еды в обществе, а также зеркальным отражением практик потребления — расточительного или сознательного. Таким образом, чтобы предположить, какова ситуация в современном российском обществе (на примере Москвы) относительно потребления продуктов питания, необходимо направить фокус исследования на выбрасывание еды и понять, наблюдаются ли практики, присущие выбрасывающему обществу, или же среди москвичей присутствует сознательное, этическое потребление.

Сегодня в мире ежегодно выбрасывается $\frac{1}{3}$ всех произведённых продуктов питания [Monier et al. 2011]. При этом в развивающихся странах потери происходят на этапе производства из-за отсутствия достаточных финансовых, технических и управленческих ресурсов, а в развитых странах — на последних звеньях цепи поставок продуктов питания (дистрибуция, розничная торговля и потребление). По данным Европейской комиссии, 42% всех произведённых пищевых продуктов в Европе выбрасывается во время конечного потребления [Monier et al. 2011]. Также было доказано, что $\frac{2}{3}$ от этого количества выброшенной еды можно было избежать [WRAP 2009]. Несмотря на переходное состояние российского общества, наши граждане всё равно привержены к выбрасыванию «лишних» продуктов. Так, 44% россиян выбрасывают продукты потому, что не успевают их использовать до истечения срока годности [Пресс-выпуск № 993 2008]. Вместе с тем исследователи сходятся во мнении, что из-за выбрасывания еды домашними хозяйствами возникает множество негативных последствий.

Во-первых, выбрасывание еды способствует повышению мировых цен на продукты питания, что делает их менее доступными для бедных слоёв населения, а также увеличивает число людей, страдающих от недоедания, как в развитых, так и в развивающихся странах. Во-вторых, существуют экономические последствия: люди покупают продукты, которые затем не съедают и выкидывают. Например, в Великобритании из-за этого домохозяйства ежегодно теряют примерно 680 фунтов стерлингов. В-третьих, производство и поставка продуктов питания, которые в итоге выбрасываются, имеют негативное влияние на окружающую среду. Последствия проявляются в высоком спросе на земли сельскохозяйственного назначения и в повышенном давлении на и так сокращающиеся леса и плодородную почву. Кроме того, тратится огромное количество воды и энергии, а биоразлагаемые отходы на свалках способствуют выделению вредных газов [Graham-Rowe, Jessop, Sparks 2014].

Цель данного исследования — выявление смысловых контекстов, скрытых установок, способствующих или противодействующих практикам выбрасывания и (или) сохранения продуктов питания. Представляется важным выдвинуть предположения относительно того, какие социально-экономические и культур-

ные обстоятельства, преломляющиеся через жизненные траектории индивидов, могут способствовать вариации смысловых установок по отношению к выбрасыванию продуктов питания среди россиян.

В данном исследовании мы исходим из идеи о том, что подобные установки не только ориентированы на рациональность, но и социокультурно укоренены, имеют ценностную ориентацию. Для изучаемого российского общества ключевое значение имеют несколько предпосылок. Во-первых, это начинающиеся развиваться тенденции «сознательного потребления», которые приходят в Россию с Запада [Шабанова, Гицалова 2015]. Во-вторых, отголоски периода сверхпотребления, которое сопровождается высоким уровнем (бездумного) выбрасывания продуктов питания [Grant-Smith 2015]. В-третьих, влияние экономических кризисов и рецессий, которые должны рационализировать потребление продуктов питания и минимизировать объёмы выбрасывания [Гурова, Толкачёва 2014]. Наконец, практики сохранения продуктов питания, которые идут из советского общества дефицита. Ввиду социальной укоренённости экономического действия — потребления — в социальных отношениях и структурах мы предполагаем, что навыки сохранения продуктов передались современному поколению от прошлых поколений в ходе социализации.

Таким образом, структура данной работы такова: вначале будет дан обзор результатов предшествующих теоретических и эмпирических исследований, проблематизирующих феномен выбрасывания еды; далее кратко описана методология исследования; потом будут представлены результаты проведённого исследования, а в заключении на основе этих результатов делаются выводы и осмысляются ограничения реализованного исследования. Будет также показано, что новые тенденции, приходящие с Запада, смешиваются со специфическими характеристиками практик российского потребления и восприятия продуктов питания (от «гастрономической травмы» до «демонстративного выбрасывания») и складываются в уникальную, «собственную» модель этического потребления, укоренённую в социальных структурах и отношениях.

Теоретические предпосылки исследования: эволюция общества потребления и альтернативы его развития

При рассмотрении концепта потребления не стоит определять его в чисто экономической терминологии рациональных действий. Так, по Ж. Бодрийяру, «потребление — это не пассивное состояние поглощения и присвоения», но «активный модус отношения — не только к вещам, но и к коллективу и ко всему миру <...> на нём зиждется вся система нашей культуры» [Бодрийяр 1995: 212–213]. Следовательно, при рассмотрении различных альтернатив, которые могут прийти на смену существующей потребительской модели, стоит учитывать социокультурные нормы, отношения и структуры, направляющие экономическое поведение индивидов. Более того, описанные ниже модели демонстрируют, что экономика сверхпроизводства и сверхпотребления дала толчок к рождению новых моделей потребления, основой которых стали различные политические, социальные и этические нормы.

Как альтернативу развития общества сверхпотребления, достигнувшего своего апогея, европейские учёные видят трансформацию в выбрасывающее общество. Под ним понимается «общество, отказывающееся от излишка (*surplus*) ради бесконечной погони за новым» [Gregson, Metcalfe, Crewe 2007: 697]. Более того, в рамках концепции «выбрасывающего общества» потребителю приписывается безответственность и иррациональность в вопросах выбрасывания. Однако западные эмпирические исследования опровергают данную теорию и свидетельствуют о том, что потребители (1) выбрасывают еду по рациональным причинам, стараясь оптимизировать качество потребления, (2) делают это не бездумно, решение о выбрасывании еды имеет смысловую, ценностную и эмоциональную окраску [Evans 2011].

В то же время, как уже было сказано выше, по всему миру в конце «нулевых» вслед за экономическим кризисом прошла новая волна критики гедонистического потребления. На Западе уже давно ведётся

наблюдение за противостоянием двух «героев» рынка потребления — «гражданина-потребителя» и «покупателя-потребителя». Хотя исследователи и отмечают, что в течение XX века идеальные типы «гражданин» и «потребитель» иногда находились в конфронтации, а иногда пересекались, сейчас гражданин-потребитель стал важной фигурой на политической и экономической арене, играющей значительную роль в вопросах сознательного потребления [Cohen 2001]. Кто же он такой — гибрид гражданина и потребителя? Согласно концепции Коэн, в каждом индивиде сочетаются одновременно рациональный индивид, который стремится максимально эффективно удовлетворить свои потребности, и гражданин, который, будучи подверженным различным социальным нормам, стремится оптимизировать процесс потребления так, чтобы принести минимальный вред окружающей среде — природной и социальной [Johnston 2008: 229–270]. В противовес покупателю-потребителю, гражданин-потребитель думает не только о своих гедонистических потребностях, но и об общем благе. Такой индивид подходит к процессу потребления ответственно, оценивает последствия своего выбора, думает о реальном исходе потребительской деятельности и моральных ценностях.

Вслед за появлением гражданина-потребителя возникает концепция «радикального потребления», описанная в книге Джо Литтлер [Littler 2009]. Речь идёт о кризисе морализма, который случился в американском обществе как следствие нерационального массового потребления. «Радикальное потребление» — это как и уже растиражированное «этическое потребление», которое зачастую у российских обывателей ассоциируется лишь с потреблением экологически чистых продуктов и сортировкой мусора, так и «ответственное», «сознательное» потребление, подразумевающее обращение значительного внимания на социальные и политические контексты, что позволяет индивидам видеть и воспринимать более широкую картину потребления. В целом все эти течения объединяет одно — гражданин-потребитель несёт ответственность за то, что и как он потребляет, делая это в соответствии с многочисленными этическими принципами. Его цель — рациональное потребление с минимальным ущербом окружающей среде и обществу. Концепция «радикального потребления» предполагает не только потребление экологически чистых продуктов, но и ориентацию на различные культурные, социальные и моральные нормы, что Дж. Литтлер объединяет под общим понятием «этика потребления».

«Радикальное потребление» опирается на укоренённые в определённом обществе или группах социальные нормы, окружающие индивида. Потребитель, каким бы эгоистичным и экономически рациональным он ни был, осуществляет свой выбор, в том числе исходя из включённости в социальные структуры. М. Грановеттер отмечал, что «плодотворный анализ человеческого действия требует, чтобы мы избегали атомизации, подразумеваемой в теоретических крайностях пере- и недосоциализованного взглядов. Актеры не действуют и не принимают решения вне социального контекста, подобно разрозненным атомам, они не подчиняются рабски предписаниям, определённым тем особым пересечением социальных позиций, которое им случилось занять. Вместо этого их попытки целенаправленного действия укоренены в конкретных системах длящихся социальных отношений» [Грановеттер 2002: 49]. Таким образом, мы не можем исключить из анализа потребления и выбрасывания продуктов питания все неэкономические факторы, связанные с установками индивидов.

Как уже отмечалось, более частным (и популярным) видом «радикального потребления» является этическое (этичное) потребление. В самом общем понимании этическое потребление детерминировано не только ценностью продукта, но и нравственными факторами, связанными со способами производства и последствиями потребления. В основном этическое потребление сводится к нескольким стратегиям: этичный шоппинг (осознанное приобретение товаров, при производстве которых не был нанесён вред окружающей среде); бойкотирование товаров, произведённых неэкологичным способом; сортировка мусора [Шабанова, Гицалова 2015: 150–151]. По мнению М. Шабановой и Т. Гицаловой, приверженцев первых двух стратегий можно назвать рыночными этическими потребителями; к нерыночным же относятся те, кто, например, сортирует мусор или не выбрасывает батарейки; всех остальных потребителей

можно отнести к традиционным. Тем не менее предложенные М. Шабановой и Т. Гицаловой стратегии сосредоточены в основном на потреблении товаров (в частности, продуктов питания), в данной же статье предполагается направить фокус исследования на практики выбрасывания продуктов питания, в частности, на те смыслы, которые вкладывают люди в утилизацию. Если следовать описанной выше логике, то (не)выбрасывание продуктов питания, скорее, относится к стратегиям нерыночных этических потребителей.

Существующие исследования, направленные на изучение пищевых отходов в домохозяйствах, ориентированы в основном на определение того, *какие* продукты питания будут, скорее всего, выброшены, *кто*, скорее всего, будет выбрасывать еду и *что* эти люди при этом чувствуют. Например, Б. Линдхёрстом были выявлены три главных опасения людей по поводу выбрасывания еды [Lyndhurst 2007]: (1) это выглядит как пустая трата денег; (2) это потеря пригодной пищи; (3) это заставляет чувствовать себя виноватым. В это же время Н. Дорон показал, что экологические проблемы превращаются в дополнительную категорию беспокойства по поводу выбрасывания еды [Doron 2012]. Однако *WRAP (The Waste and Resources Action Programme)*, некоммерческая организация в Британии, занимающаяся вопросами изучения ресурсных отходов, пришла к выводу, что экологическая проблема — не ключевая для домохозяйств в настоящее время [Quested et al. 2013].

В 2011 г. в Великобритании было проведено исследование, направленное на выявление конкретных мотиваций и препятствий для минимизации выбрасывания продуктов питания у британских домохозяйств, по результатам которого были обнаружены семь категорий, описывающих данные стратегии [Graham-Rowe, Jessop, Sparks 2014: 15–23]. К мотивам снижения выбрасывания авторы относят *проблему денежных потерь и ощущение неиспользования полезности продукта; желание делать «правильные вещи» («doing the ‘right’ thing»)* — многие домохозяйства говорили о выбрасывании еды как о «плохом» поступке, ссылаясь на времена в истории, когда выбрасывать еду не допускалось или не было возможным, на воспитание в семье и беспокойство об экологии. Другим триггером для минимизации пищевых потерь признавался *фуд-менеджмент*: информанты атрибутируют отсутствие выбрасывания продуктов питания в домохозяйстве умением применить специфические знания и рационально подойти к покупке, приготовлению, хранению и своевременному потреблению еды.

Говоря о снижении выбрасывания продуктов питания, исследователи в ходе изучения британских домохозяйств выделили следующие барьеры:

- *погоня за статусом «хорошего родителя и кормильца семьи»*: информанты, чаще всего женщины, описывают важность покупки разнообразных и свежих продуктов, даже если это означает, что недоеденная, но ещё пригодная для потребления пища идёт на выброс уже на следующий день. Тем самым они демонстрируют свою роль заботливого(ой) и ответственного(ой) супруга(и) или родителя;
- *неудобство минимизации*: некоторые домохозяйства предпочитают совершать покупки редко, но в больших объёмах и в удобное для себя время, а также запасаться едой для освобождения времени для других занятий, однако накопление скоропортящихся товаров приводит лишь к их выбрасыванию;
- *выбрасывание еды — это своего рода «статус-кво»*, социально приемлемая норма. Таким образом, выбрасывание не проблематизируется, а, скорее, воспринимается как само собой разумеющееся и очевидное;
- *перекладывание некоторыми домохозяйствами ответственности за их продуктовые отходы на пищевую промышленность и супермаркеты*. Информанты настаивают на том, что выбра-

сывание продуктов питания происходит из-за низкого качества производимых и продаваемых продуктов, а также из-за размера порций и упаковок, которые зачастую слишком большие, например, для домохозяйств из одного или двух человек, что непременно приводит к выбрасыванию излишней еды.

Российские исследования, направленные на изучение причин выбрасывания, осуществлены в основном в количественной логике, и в качестве мотивации к выбрасыванию в них выделяются исключительно материальные свойства еды — истечение срока годности (ответ 50% респондентов) или неприглядный внешний вид, не вызывающий желание употребить пищу (18%). В 2008 г. 36% россиян заявили, что, в принципе, не выбрасывают продукты питания, такими данными своего опроса делится ВЦИОМ [Пресс-выпуск № 993 2008].

Как показано, некоторая специфика выбрасывания продуктов питания изучена иностранными исследователями, но всё ещё остаётся важным проследить, как выбрасывание перекликается с различными рациональными, экономическими, социально-культурными аспектами, нормами и традициями в российских реалиях. Все эти индикаторы могут объяснить тенденции трансформации практик потребления, которые сегодня характеризуют российское общество. Стоит предположить, что для России может существовать ряд ограничений, связанных с особенностями постсоветского периода, которые могут формировать модель потребления. Так, сюда можно отнести распространённые в обществе установки о бережном отношении к еде в связи с пережитым дефицитом и отголосками послевоенного периода. Кроме того, этический «консюмеризм присущ сытому обществу, а это характерно лишь для меньшинства россиян» [Ильин 2014: 17]. Тем не менее все эти особенности российского общества не умаляют актуальности исследовательской проблемы данной статьи, а, наоборот, позволяют предположить, что российская модель потребления и выбрасывания продуктов питания имеет уникальные черты, что ставит данную работу в один ряд с исследованиями по постсоветскому потреблению в России.

Методология исследования

В рамках данной работы был выбран качественный дизайн исследования. Методом сбора данных являлось полуструктурированное интервью, так как для понимания смыслов, которые вкладывают информанты в практики выбрасывания и сохранения продуктов питания, а также для корректной интерпретации их слов и действий нужно как можно полнее увидеть контекст и насытить описание. Осуществить это возможно именно в формате качественного «гибкого» исследования [Гирц 2004].

Теоретически объектом нашего исследования является всё население России. Однако исходя из предположения, что в Москве по сравнению с регионами быстрее и раньше развиваются тенденции, характерные для западных стран, а также уровень жизни выше, чем в регионах, что делает общество этического потребления или выбрасывающее общество в принципе возможным, данное исследование фокусируется именно на жителях Москвы.

Исследование нацелено на изучение не определённой социальной группы, но самого феномена выбрасывания продуктов питания. Соответственно необходимо репрезентировать социальный феномен путём получения гетерогенных смыслов, поэтому казалось логичным сформировать теоретическую выборку, присущую обоснованной теории. Из предшествующих исследований нам было известно, что женщины выбрасывают больше еды, чем мужчины [Gallo 1980: 13–16], хотя и имеют больше шансов сократить масштабы выбрасывания еды по сравнению с мужчинами [Barr 2007: 435–473]. Также ранее было выявлено, что молодёжь выбрасывает больше пригодной еды, чем зрелые люди. А пожилые люди (65+) выбрасывают значительно меньше еды, чем все остальные возрастные группы [Koivupuro et al. 2012: 183–191]. Что касается такой характеристики, как располагаемый доход и уровень образования,

то выводы исследователей на этот счёт противоречивы: с одной стороны, было обнаружено, что люди с более высоким располагаемым доходом и образованием, как и семьи с высоким достатком, выбрасывают больше пригодной еды, чем более бедные домохозяйства [Lyndhurst 2007]; с другой стороны, была найдена лишь слабая или вообще отсутствующая корреляция между доходом домохозяйства и выбрасыванием еды [Dowler 1977]. Изучение зарубежной литературы даёт основание полагать, что вариативность будет проявляться на основе возрастных, доходных и гендерных различий. Изначально нами было принято решение об использовании открытой выборки в связи с тем, что выбрасывание еды — это довольно скрытое и слабо изученное социальное явление в России. «Поскольку мы ещё не уверены в том, какие понятия существенны для теории, то не можем знать в этот момент самые благоприятные места, людей, документы, чтобы искать доказательства для наших понятий. Прежде всего, мы открыты для всех возможностей, и, скорее, открытость, чем конкретность, направляет выборку на ранней стадии» [Страусс, Корбин 2001: 150].

Всего было проведено 22 интервью с информантами обоих полов из каждой возрастной категории экономически активного населения (18–29 лет; 30–49 лет; 50–64 года; 65 лет и больше); младшему информанту был 21 год, старшему — 72 (см. Приложение).

В качестве базовой выборки исследования мы рассматривали экономически активное население. Тем не менее для того, чтобы получить максимально насыщенный спектр смысловых контекстов, были проведены интервью с информантами, не входившими в категорию экономически активного населения: студенты, пенсионеры, а также домашние хозяйки, временно не работающие или не имеющие работы. Таких интервью было пять.

Результаты

Первостепенной задачей исследования было выявление смысловых контекстов, скрытых установок, способствующих или противодействующих практикам выбрасывания и (или) сохранения продуктов питания. Анализ полученных эмпирических данных даёт основание предполагать, что (не)выбрасывание пищи не объясняется информантами лишь в терминах рациональности, но также сопровождается эмоциональными переживаниями и социокультурно укоренено. Кроме того, важно отметить, что в рамках данного дизайна исследования не подразумевается генерализация полученных выводов, а представляется лишь попытка формулировки предположений, основанных на сравнении вариативности нарративов, полученных в ходе исследования. Полученные смысловые установки мы разделили на те, что связаны с выбрасыванием продуктов питания, и те, что отражают стремление к их сохранению.

Помимо выявления смысловых контекстов, была предпринята попытка проанализировать возможные различия по социально-демографическим характеристикам в мотивации индивидов к выбрасыванию или сохранению продуктов питания с целью дальнейшей формулировки количественных гипотез для будущих исследований.

Смысловые контексты выбрасывания продуктов питания

В данном разделе будут приведены обнаруженные в ходе исследования смысловые контексты выбрасывания продуктов питания.

Фуд-менеджмент (Food-Management)

Фуд-менеджмент, или планирование потребления продуктов питания, по-видимому, является одной из значимых категорий, фигурирующих в нарративах информантов при разговоре об иррациональном

выбрасывании еды. Истоки проблем с фуд-менеджментом имеют разные основания — от простого нарушения ранее составленного плана до асинхронности ритма жизни и темпоральности еды.

Так, одним из оснований выбрасывания продуктов питания, по мнению информантов, является *неточное планирование*, ошибочность калькуляций человека, закупающего продукты и (или) занимающегося их приготовлением, что часто происходит из-за неспособности предвидеть поведение других членов домохозяйств или из-за нарушения собственных планов:

Периодически ты рассчитываешь: «Вот, я сейчас куплю 10 порций чего-либо, и эти 10 порций человек будет есть». А потом оказывается, что вот этот не съел, вот этот не съел, и это выкидывается (мужчина, 22 года, студент).

Информанты отмечают, что, помимо отсутствия планирования походов в магазин, покупок продуктов питания и их потребления, в качестве интенции к выбрасыванию также выступают смена желаний и планов, импульсивные «голодные покупки» и несовпадение информации о существующем наличии продуктов питания в домохозяйстве. В нашем случае можно выделить два типа информационного несовпадения: индивидуальное и межличностное. Индивидуальное несовпадение информации заключается в том, что человек по той или иной причине забыл, что необходимый ему продукт уже есть дома, поэтому совершает повторную покупку, вследствие чего старый (но ещё не испортившийся) выбрасывается:

А его [молочный напиток] ещё в холодильнике затолкнёт куда-нибудь поглубже, чтобы я его не увидела. Ну и всё, пиши пропало. Я могу завтра купить новый и забыть про первый, сегодняшний (женщина, 26 лет, студентка, владелица интернет-магазина).

В такой ситуации, при осуществлении повторной покупки, предпочтение отдаётся более свежему продукту. В результате старый продукт выбивается из потребительского паттерна и выбрасывается.

Межличностное несовпадение — это то, что удобно назвать английским словом *miscommunication*, то есть неспособность двух и более членов домохозяйства договориться о параллельном совершении покупок.

Иногда хлеб почему выбрасывается... Я, например, не знаю, что папа сходил в магазин. Я утром встаю, вижу, что нет хлеба, естественно, с работы еду и заезжаю в магазин, покупаю его, а потом прихожу домой, а там хлеб лежит уже, им купленный (женщина, 43 года, массажист).

Также одной из возможных проблем существования феномена выбрасывания еды может являться асинхронность ритма жизни и сроков годности продуктов питания, что Дэвид Эванс в статье «За пределами общества потребления: типичные бытовые практики и социологический подход к пищевым отходам домохозяйства» называет «несоответствием между *ритмом повседневной жизни и темпоральностью пищи*» [Evans 2012].

Отчасти эта смысловая категория пересекается с проблемами планирования, особенно с переменной планов. Ритм жизни, планирование покупок и паттерн потребления — взаимосвязанные понятия. Нарушение хотя бы одного из них часто ведёт к выбрасыванию еды. Понятно, что у человека был определённый план на потребление пищи в ближайшие несколько дней, который построен в соответствии с его ритмом жизни, однако изменчивость этого ритма приводит к выбрасыванию, так как срок годности продуктов питания не имеет возможности подстроиться под мобильность потребителя.

Планировали, например, поужинать, а взяли и заехали куда-то в другое место или в гости пошли. И вот так, знаешь, не были дома три-четыре вечера, а потом открываешь холодильник, и можно выкидывать всё, в принципе (мужчина, 35 лет, частный водитель).

Кроме того, возникают ситуации, когда из-за плотного графика и отсутствия времени информанты отдают предпочтение не хранящимся в холодильнике «обычным» продуктам, требующим определённых энергетических и временных затрат на готовку, а еде быстрого приготовления. Таким образом, так называемая правильная еда, имеющая свои рамки временного периода потребления, асинхронна жизненному циклу человека, что ведёт к её выбрасыванию.

Всегда же лень взять и разогреть себе супчик, например. Можно же съесть что-то менее сложно разогреваемое, и тогда какие-то общие продукты выбрасываются (мужчина, 21 год, студент, стажёр-исследователь, преподаватель).

Территориальная мобильность и приобретение независимости как триггер увеличения выбрасывания пищи

Многие изменения в восприятии еды, её ценности, в отношении к её потреблению и выбрасыванию происходят в процессе так называемых *жизненных переходов*. При проведении данного исследования были выделены несколько видов подобных переходов: переезд в другой населённый пункт (в основном говорилось о переезде из малых городов и сел в большие города), а также переезд от родителей и начало самостоятельной жизни. Казалось бы, с приобретением независимости, в том числе в ведении хозяйства, информанты должны были начать более бережно относиться к продуктам питания, учитывая отсутствие вышеописанного межличностного несовпадения информации. Однако, по-видимому, можно сказать о наступлении обратного эффекта. В основном молодые информанты, недавно переехавшие от родителей, говорят о том, что бездумная покупка и выбрасывание продуктов — это своего рода проявление обрётённой свободы и результат отсутствия ограничений и контроля «сверху».

Если раньше меня родители в чем-то ограничивали <...> то теперь я осталась одна, никто мне ничего не говорит, не ограничивает <...> Вот и получается, что я выбрасываю продукты, потому что я, наконец, могу выбрасывать всё, что я захочу (девушка, 20 лет, студент, переводчик).

Информанты же, переехавшие в более крупные населённые пункты, заключают, что ввиду отсутствия в больших городах каналов утилизации продуктов питания реально осуществимый в новых условиях вариант только один — выбрасывание. Можно предположить, что новая инфраструктура ведения хозяйства и обращения с отходами помещает переехавшего в большой город индивида в иные рамки, не совпадающие с его прежними практиками, что провоцирует не только повышение уровня выбрасывания, но и трансформацию ценности продуктов питания.

Когда я жила в деревне, еда не выбрасывалась, её доедали свиньи или собаки, потому что там собаки не такие вредные, как городские породистые. Они кушали почти всё, что им давали. Поэтому мы не выбрасывали еду никогда. Потом, когда переехала сюда, ну, конечно, как-то было жутко выбрасывать, но привыкает человек ко всему (женщина, 33 года, владелица парикмахерской).

Перекалывание ответственности

Не все информанты возлагают ответственность за выбрасывание продуктов только на себя, некоторые имеют интенцию и вовсе отказываться от неё. Так, одни информанты обвиняют продуктовые сети в

недобросовестной работе, а другие полностью снимают с себя ответственность за выбрасывание продуктов, описывая это как естественный процесс, которого невозможно избежать.

При *перекладывании ответственности на ритейл* было выделено два направления критики: намеренное индуцирование спроса, или, как обозначают это респонденты, «впаривание» лишней еды, и недобросовестное хранение продуктов. «Впаривание» заключается, с одной стороны, в наличии специальных этикеток, акций и прочего, что привлекает внимание потребителя и принуждает к незапланированным покупкам; с другой стороны, в том, что некоторые продукты продаются в упаковках такого размера, что априори домохозяйствам, состоящим из одного-двух человек, потребить их до исхода срока годности невозможно.

Обвинение ритейла в недобросовестном хранении продуктов возникает тогда, когда встаёт вопрос о выбрасывании как о глобальной проблеме. Считается, что некоторые продуктовые сети уделяют недостаточное внимание качеству хранения и используют всяческие манипуляции с продуктами. Таким образом, покупая с виду качественный продукт, потребители получают испортившуюся «по непонятным причинам» пищу, которая неминуемо выбрасывается.

Потому что все хитрые, и еду просто выбрасывать — это выбрасывать свои деньги. А кто будет выбрасывать свои деньги? Никто. Это добросовестные американские магазины, если у них близится к «просрочке», то они выбрасывают, а у нас уже «просрочка», но они берут, дату стирают, новую пишут и нормально. Продаётся это. А зачем выбрасывать?» (мужчина, 26 лет, аспирант, инженер).

В контексте обсуждения выбрасывания как глобальной проблемы звучало и более радикальное мнение информантов: это некий *естественный, объективный и одобряемый процесс*. По сравнению с другими жизненными трудностями, выбрасывание еды не кажется информантам значительной проблемой. Что касается переживаний по поводу выбрасывания, то их переживают далеко не все; некоторые даже испытывают чувство удовлетворения, очистив холодильник от старой еды.

Да нет никаких переживаний. Освобождается место в холодильнике — хорошо (мужчина, 22 года, студент).

<...> А еда что? Ну, пропала и пропала. Это же никак не навредит экологии. Я, в общем, ни вижу в этом глобальной проблемы (мужчина, 37 лет, инженер электростанции).

По сути, социальная проблема переводится в экологическую плоскость, в рамках которой выбрасывание рассматривается как естественный, безвредный процесс. Однако даже если посмотреть на выбрасывание еды как на глобальную социальную проблему, то можно встретить точку зрения, сформулированную в логике оправдания своего отношения к продуктам питания социальной эволюцией и существованием общества потребления.

Ну, тут, скорее всего, не проблема, тут, так скажем, некоторая социальная эволюция. Например, раньше мамонта было сложно поймать, соответственно, если его ловили, его использовали по полной: кости разбирали, мясо, сухожилия — всё шло на нужды. Берём современный мегаполис, и тут есть изобилие, и человек может купить больше, чем он хочет... Ну, если он этого хочет соответственно. Это, скорее, не проблема, а вопрос потребления. У нас общество потребления всё-таки (мужчина, 22 года, студент).

Однако стоит отметить следующее: по интервью заметно, что даже при активном выбрасывании продуктов питания не все респонденты относятся к этому безразлично и незэмоционально. Часть респондентов испытывают определённые укоры совести при выбрасывании пригодной для потребления пищи и нивелируют их путём «складирования» (*binning*) в холодильнике продуктов и ожидания момента, когда они станут непригодными для потребления, а единственным выходом будет их выбрасывание «со спокойной совестью». Возникает парадокс: холодильник используется для отсрочки, возможно, неизбежного выбрасывания определённых продуктов питания, хотя исторически его функция определялась как их сохранение. В современных реалиях холодильник можно рассматривать в качестве активного участника процесса выбрасывания и облегчения беспокойства людей по поводу избавления от пищи.

Были попытки замораживать. Но всё равно лично в моём сознании, когда я это размораживаю, мне кажется, что вкус уже не тот, свежесть уже не та, и прочее. И после того, как я это размораживаю... То есть просто добавляется ещё одна стадия между готовкой и выбрасыванием — это замораживание (женщина, 38 лет, технолог).

Ориентация на благополучие

В нарративах некоторых информантов из разных сфер деятельности и доходных групп прослеживается мысль о том, что люди, живущие в достатке и находящиеся в состоянии экономического и социального благополучия, не имеют привычки задумываться о важности проблемы выбрасывания еды. Более того, образ *экономического благосостояния* подкрепляется такими смыслами, как гедонистические ориентации в удовлетворении своих потребностей при приёме пищи и даже описании практик *демонстративного выбрасывания*.

Интересно, что соображение об отсутствии у обеспеченных людей нужды следить за количеством покупаемых и выбрасываемых продуктов питания в основном высказывают те, кто к таковой категории себя не причисляет. Ссылаясь на своих достаточно обеспеченных знакомых или просто рассуждая, информанты говорят о том, что человек, выбрасывающий еду, уже — мысленно — включил затрачиваемые на это деньги в свой бюджет и понимает, что никакого урона для него выбрасывание не принесёт.

Также существует мнение о том, что в условиях развитости и повышающегося благосостояния жителей нашей страны переживания по поводу выбрасывания продуктов питания в принципе бессмысленны.

<...> Жил бы я в Африке, наверное, я бы страдал, еды ведь нет. А у нас еды много, вот поэтому, если человек её не доел, что с ней делать, хранить это, как последний бомж? (мужчина, 22 года, студент).

Кроме того, информанты отмечают, что отказ от выбрасывания продуктов — это во многом привычка, навеянная условиями дефицита и невысоких доходов, а не сознательный выбор. Таким образом, можно отметить своего рода инерционность процесса (не)выбрасывания продуктов питания.

Если бы у меня было очень много денег, то я бы всё равно не выкидывал, потому что я привык к этому. Но если бы изначально пошло так, что у меня было много денег, и я не парюсь об их происхождении, сколько и чего их там у меня, то, конечно, я бы не парился насчёт еды (мужчина, 26 лет, аспирант, работает инженером).

Существуют также информанты, выбрасывание в жизни которых связано с установками о том, что излишняя обеспокоенность об утилизации продуктов питания, постоянный подсчёт и калькуляция — это

признак недостаточно обеспеченных людей, для которых стремление не выбрасывать — жизненно важная необходимость. Бережливость в отношении еды, так называемая «нищета в голове», является в понимании определённой группы информантов атрибутом бедности. При этом так презируемая «нищета в голове» может быть признаком не только мало-, но и высокообеспеченных людей, которых в интервью называют «скрягами».

Это ещё такая философия матери, скорее, мне это тоже как-то передалось, что нельзя жить в нищете, что ли. Нищета в голове такая, знаешь, когда всё надо оставить, любая сломанная вещь, недоеденная еда — всё это нужно хранить, чтобы это укрыть (мужчина, 22 года, студент).

В рамках данной работы смысловой контекст, содержащий отрицание практик по сохранению продуктов питания, мы будем называть «демонстративное выбрасывание».

Демонстративное выбрасывание также может сопровождаться стремлением информантов получать от приёма пищи не только удовлетворение физиологических потребностей, но и эмоциональное наслаждение и удовольствие. *Гедонистические ориентации*, отношение к еде как к источнику положительных эмоций, а не «топлива» для организма приводят к желанию отказаться от потребления «вчерашней еды» и к предпочтению исключительно свежих продуктов. В таком случае происходит отрицание многодневных рутинных практик потребления одних и тех же продуктов, а также стремления непременно доесть — «впихнуть в себя» — всю порцию приготовленной еды. Результатом отрицания становится выбрасывание.

Отношение к тому, чтобы доесть через силу, было негативное в семье, потому что ты в ресторан ходишь, чтобы получить удовольствие, не для того, чтобы там съесть обязательно всё. А это уже какая-то мелочность, если так, то зачем ты пошёл тогда (мужчина, 25 лет, спортивный комментатор, индивидуальный предприниматель).

Смысловые контексты минимизации выбрасывания продуктов питания

Как уже отмечалось, в данном исследовании нас интересовали не только оправдания информантами практик избавления от пригодной для потребления пищи, но и смыслы, вкладываемые индивидами в отказ от выбрасывания, и практики его избегания.

Невозможность выбрасывания

Иногда продукты питания используются оптимально по финансовым соображениям. В рассуждениях информантов можно проследить соединение логики финансового благополучия и масштаба выбрасывания продуктов питания: чем человек беднее, тем меньше вероятность выбрасывания им любой еды, и, наоборот, индивиды с более высоким уровнем достатка реже задумываются о проблеме выбрасывания продуктов, относятся к этому легкомысленнее, так как не заботятся о расходах на потребление.

Ну, когда денег не было, они [продукты питания] вообще не выбрасывались <...> в тот момент. Когда есть деньги, ты вообще не думаешь об этом, на самом деле. Это всё-таки зависит от финансов (мужчина, 35 лет, частный водитель).

Данный смысловой контекст отражает невозможность нерационального потребления, широкого выбора в условиях ограниченных финансовых ресурсов и, как следствие, выбрасывания пищи. Предполагается, что информанты, транслирующие подобную установку, потребляют продукты питания ровно в том количестве, которое необходимо для удовлетворения физиологических потребностей организма.

Таким образом, финансовые ограничения информантов, или, проще говоря, бедность, становятся одним из объективных барьеров, которые упоминаются в качестве условий, сдерживающих выбрасывание продуктов питания.

Интервьюер. *То есть у нас какая-то другая культура отношения к этому [выбрасыванию еды]?*

Респондент. *Да не культура, а необходимость, конечно же. Денег мало, есть хочется. Надо рационально подходить к этому вопросу* (мужчина, 72 года, пенсионер, сторож).

Сознательное потребление: ценности, рациональность и экология

Когда информанты говорят о причинах невыбрасывания, они используют слова «рациональность» и «расчёт» для описания своего поведения. Для них потребление всех купленных продуктов питания и отсутствие выбрасывания связано с грамотным планированием количества продуктов, необходимых для домохозяйства, и с оптимизацией их использования. Это проявляется в наличии списка продуктов при походе в магазин, в планировании меню на несколько дней вперёд или в умении правильно оценить количество еды, необходимой для домохозяйства. Подобное поведение, как отмечают сами информанты, позволяет минимизировать выбрасывание продуктов питания и приготовленной пищи. Более того, подобная рациональность заметна не только в простом планировании количества еды, необходимой для домохозяйства, но и её качества. Информанты специально выбирают продукты с более удобным для длительного потребления сроком годности, чтобы избежать выбрасывания ещё не до конца потреблённых продуктов питания. Невыбрасывание — сигнал о том, что человек умеет «пустить деньги в нужное русло, а не покупать ненужную еду, а потом выбрасывать её».

Частным случаем данного смыслового контекста является категория, которая была названа «хорошая хозяйка». Отрицание выбрасывания еды отчётливо возникало в нарративах женщин, которые самостоятельно ведут домашнее хозяйство и не выкидывают продукты питания в связи с устоявшимися гендерными убеждениями, что роли «хорошей хозяйки» не соответствуют такие практики обращения с едой. Роль «хорошей хозяйки» подразумевает точный расчёт количества покупаемых и потребляемых продуктов на каждого члена семьи, знание их предпочтений и способов переработки и повторного использования еды.

Продукты надо покупать в таком количестве, в котором они необходимы. А если они по каким-то причинам остаются, то их всегда можно использовать, а не выбрасывать. Я думаю, что нормальная хозяйка всегда в состоянии рассчитать, сколько ей приготовить, чтобы много не осталось или не оставалось вообще — не важно, сколько людей в семье. Я думаю, это у каждой женщины как-то на подсознательном уровне (женщина, 44 года, учредитель компании по производству упаковки).

Другим наблюдаемым нарративом касаясь причин отказа от выбрасывания еды является сюжет про выражение продуктов питания через непищевые эквиваленты. Информанты, рассуждая о барьерах выбрасывания еды, приходят к мысли о том, что *выбрасывание еды означает буквально выбрасывание ресурсов* — времени, потраченного на поход в магазин или приготовление еды, денег, израсходованных на покупку продуктов, а также того труда, который они произвели во время покупок, готовки и зарабатывания денег.

Информанты упоминают не только собственный труд, но и тот, который был затрачен на производство продуктов питания другими людьми. Таким образом проявляется культура уважительного отношения к еде как к продукту чужого производства, заложенная ещё со времён крестьянской России.

То есть, даже независимо от того, чьи продукты я выбрасываю, я их покупал или не я, мне одинаково жалко и сил потраченных — того, кто произвёл, и того, кто вырастил, ну и в целом денег — что они потрачены зря (мужчина, 21 год, студент, стажёр-исследователь, преподаватель).

Категория «безотходное производство» описывает ситуацию, когда ценностные установки информантов отрицают выбрасывание еды как таковое. Информанты находят разнообразные каналы избегания выбрасывания и не жалеют времени и ресурсов, которые затрачиваются на поиск и реализацию этих практик ради сохранения полезности продуктов и их «правильного» использования. Возможными каналами такого избегания, выявленными в рамках данной работы, становятся: (1) соседи и друзья; (2) домашние и бездомные животные; (3) переработка продуктов питания внутри домохозяйства; (4) дачные участки.

Конечно, если я возьму колбасу, с виду она была, допустим, свежая, а на следующий день, бывает такое, она испортилась, хотя лежит в холодильнике. Что я делаю? Я её опять же отвариваю в двух водах и тогда могу покормить животных на улице. Но просто так я не выкину (женщина, 38 лет, технолог).

Говоря об *этическом потреблении* в его классической трактовке, стоит отметить, что данная категория смысловых контекстов, выраженная именно в пищевом эквиваленте, достаточно слабо прослеживалась в нарративах информантов. Тем не менее некоторые из них (в данной работе это представители молодого поколения) всё же смогли описать основные признаки этического потребления в его исходном понимании. Так, одна из информантов отразила идеи о том, что производство продуктов само по себе очень ресурсно затратный процесс, который загрязняет окружающую среду не меньше, чем само выбрасывание еды. Покупая слишком много, а следовательно, и выбрасывая немало, общество наносит вред окружающей среде.

Но по максимуму я стараюсь как-то не выкидывать, потому что это, во-первых, не экологично. Убили свиночку какую-нибудь, а ты её не доел. И так ещё мало того, что она умерла, чтобы ты её съел, так ты ещё и не съел, и просто выкинул... То есть по этическим соображениям мне как-то сложно отказать от мяса, а вот в связи с экологией, например, я стала задумываться об этом. По крайней мере, не есть говядину, потому что её производство в пять или в шесть раз больше вреда природе наносит, чем курятины (девушка, 22 года, студентка).

В целом можно сказать, что исследуемая нами группа людей достаточно слабо рефлексировала на тему экологически чистого потребления, если речь идёт о продуктах питания, и мало кто стремится минимизировать выбрасывание продуктов, чтобы помочь природе; скорее, главными лейтмотивами подобных побуждений остаются личные, а не общественные ценности.

Социальная укоренённость минимизации выбрасывания продуктов питания

Согласно основному постулату экономической социологии, предложенному М. Грановetterом, любое экономическое действие является социальным по своей природе и укоренено в социальных структурах и взаимоотношениях [Грановetter 2010]. Проведённый анализ позволил предположить, что отказ от выбрасывания продуктов питания и несколько смысловых контекстов, объясняющих его, не оказались исключением. Ниже приведены наиболее ярко ценностно окрашенные, социокультурно ориентированные смысловые контексты, являющиеся для информантов барьерами при выбрасывании продуктов питания.

Категория «гастрономическая травма» — одна из ключевых в данном исследовании; она отчётливо описывает специфику потребления и выбрасывания продуктов питания, укоренённую в социально-историческом контексте нашей страны. Понятие «гастрономическая травма» отсылает к «коллективной травме, связанной с голодом и дефицитом» [Селина 2014], сложившейся в СССР за годы Великой Отечественной войны и в послевоенный период, а также во времена дефицита в 1980–1990-е гг. Этот аргумент лейтмотивом проходит в интервью с респондентами и, вероятно, является существенным социально-психологическим барьером расточительного потребления и выбрасывания, хотя в рамках данной работы и её объективных ограничений мы не можем экстраполировать данный вывод на всё население России.

Стремление минимизировать пищевые отходы в этой категории связано с непосредственно пережитым голодом, воспитанием в советской «культуре бедности», ставшей порождением условий дефицита и демонстрирующей проявление особенного, бережливого отношения к вещам и продуктам питания. Также данный нарратив прослеживается у респондентов молодого поколения в связи с непосредственной близостью с людьми, пережившими «гастрономическую травму», или из-за солидарности к ним.

Да, я чувствую укоры совести [при выбрасывании продуктов]. Ну, потому что опять же в моём детстве и в моей памяти жив пример бабушки (женщина, 27 лет, молодая мать, в отпуске по уходу за ребёнком).

Кроме того, важно отметить, что у некоторых информантов существует символическое разделение продуктов питания и эмоций, связанных с их выбрасыванием. Они испытывают особые переживания при выбрасывании лишь определённых продуктов, например хлеба. При упоминании о нём информанты говорили о чувстве стыда, о грехе, отрицали его выбрасывание, приводили множество вариантов его повторного использования.

Наверное, это со времён блокады Ленинграда пошло, ну да, это с детства осталось, то есть я вот вижу, что он вроде зачерствел, я вроде раз — хочу выкинуть, а потом думаю, что нет, нельзя выкидывать (мужчина, 35 лет, частный водитель).

Ну, хлеб как бы это стыдно, я каждый раз, когда выбрасываю, у меня внутри что-то сжигается. Почему-то именно с хлебом как-то, не знаю... Прямо как будто грех совершаю, как говорится (женщина, 43 года, массажист).

Примечательно, что такие установки информантов не согласуются с результатами количественного исследования ВЦИОМа [Пресс-выпуск № 993 2008], согласно которым хлебобулочные изделия выбрасываются чаще всего. Такое несовпадение смыслов не видится возможным проинтерпретировать в рамках данного исследования, однако оно несомненно заслуживает внимания в будущем.

Нельзя не отметить и религиозные установки, которые также являются стимулом к сохранению пищи и её невыбрасыванию.

Отношение к продуктам должно быть святым. Это грех — выбрасывать пищу, особенно хлеб. Ну, это в народе так. Вообще грех выбрасывать продукты (мужчина, 72 года, пенсионер, сторож).

Кроме того, в ходе интервью в качестве одного из смысловых контекстов сбережения продуктов питания было выявлено устоявшееся уже как фразеологизм в нашем языке сострадание к африканским детям и чувство стыда за бездумное выбрасывание продуктов в то время, как определённые группы

людей находятся в ситуации нищеты и голода. Информанты в действительности рефлексировали своё потребительское поведение, соотнося его с существующим социальным неравенством в перераспределении ресурсов. Подобное *сопереживание жителям менее развитых стран* может служить индикатором развития этического потребления.

Среди прочих категорий информанты отмечают *воспитание в семье*, называя его важным источником приобретаемых практик и установок относительно фуд-менеджмента. Именно опыт семьи зачастую связывают с умением правильно хранить продукты и перерабатывать их в случае исхода срока годности. Можно предположить, что члены семей информантов относятся ещё к военным и послевоенным поколениям, которые так или иначе оказались подверженными «гастрономической травме». Следовательно, подразумевается, что этот феномен сквозь поколения оказывает влияние на поведенческие установки людей в отношении продуктов питания.

Кроме того, информанты отмечали, что усвоенные в процессе первичной социализации паттерны потребления и отношения к еде зачастую соотносятся с тем, как они сейчас регулируют потребление и выбрасывание продуктов питания. Так, если в семье было не принято расточительство продуктов, то многие и сейчас сохраняют подобные стратегии поведения в своих домохозяйствах.

Дело в том, что мы не избалованные. Нас кормили, чем кормили, и мы рады были, поэтому стараешься сейчас как-то всё или сразу съесть, или потом чего-то придумать. Где-то чего-то запёк, где-то протушил, чего-то добавил (женщина, 58 лет, начальница отдела в котельной).

И наоборот, если информанту в семье с детства не прививалась культура бережного отношения к еде, избегания бездумного выбрасывания, то и в его современных практиках отсутствует подобное поведение. Более того, сами информанты фиксируют влияние прошлого опыта на свои нынешние привычки и практики. Таким образом, как уже упоминалось ранее, возникает инерционность потребительского поведения.

Как отмечают информанты, ещё одним барьером при выбрасывании еды становятся вспоминаемые *присказки и пословицы из детства* о ценности и важности продуктов питания.

Я никогда не оставляю непустую тарелку. Как мама говорила, это нехорошо, иначе не женишься (смеётся) (мужчина, 26 лет, аспирант, инженер).

Но мне даже знаете, как в советской школе учили, что хлеб всему голова, и все прочее, и сколько там усилий вложено в это. Вот эти ростки, которые в меня когда-то заложили, они во мне сильны (женщина, 38 лет, владелица сети школ иностранного языка).

Тем не менее, несмотря на декларируемую важность семейного воспитания и высокую степень влияния семейных установок на паттерны потребления и выбрасывания продуктов, информанты отмечают, что в силу различия поколений они не придерживаются столь строгих правил и практик в отношении продуктов питания. Это может быть связано как с улучшившейся ситуацией в продовольственном секторе, так и с возросшим темпом жизни и мобильностью современного человека, «автоматизированным поведением», не позволяющим столь бережно и ответственно относиться к продуктам питания.

Я очень ограничена во времени, реализовать родительскую модель просто по времени не могу. То есть если моя мама может спокойно посвятить приготовлению ужина два часа, то у меня время готовки блюда — 15 минут. И я готовлю просто (женщина, 38 лет, владелица сети школ иностранного языка).

Вариативность установок выбрасывания и сохранения продуктов питания

Стоит отметить, что, вероятно, существуют отличительные особенности по отношению к выбрасыванию продуктов питания среди информантов разных поколений. Мы не можем экстраполировать следующие выводы на всех москвичей или россиян в силу ограничений дизайна нашего исследования, но, исходя из сравнения полученных нарративов, допустимо предположить, что людям старших возрастов присуще более бережное отношение к продуктам питания и сведение выбрасывания к минимуму или вообще его отсутствие. Возможно, это связано с процессом воспитания и социализации в обществе дефицита, где, по словам информантов, выбрасывание было не принято, а функционализм еды был её главной ценностью. Также непосредственная близость к послевоенному времени, уже упомянутая выше «гастрономическая травма» привили чувство «святости» и высокой ценности пищи. Такие установки по отношению к выбрасыванию старшего поколения отмечают как взрослые люди, так и молодёжь.

Вообще, родители наши, что твои, что мои, жили немного в другое время, когда был дефицит, когда были довольно небольшие зарплаты, и нельзя было себе позволить расточительно-сти в этом плане. Поэтому у них это всё построже было (мужчина, 37 лет, инженер электростанции).

Говоря о современных детях, информанты ссылаются на то, что им не свойственна такая ценность продуктов в связи с тем, что они воспитываются в обществе потребления и при отсутствии значительных проблем с финансами.

Слушай, этим [детям] вообще, по-моему, всё равно [о выбрасывании]. Он [сын] всё-таки рос не со складом бедноты в голове, то есть в этом плане у него всё есть, ну балованный, короче, судьбой (мужчина, 35 лет, частный водитель).

Более того, сами информанты, относящиеся к молодому поколению, говорят о том, что они росли и живут в таких условиях, когда им не нужно задумываться о проблеме невыбрасывания, поскольку они всегда могут купить что-то новое.

Это получается пере... даже не перепотребление, а переполупка, скорее, чем потребление, которое вот ведёт к тому, что... к тому, к чему оно ведёт (мужчина, 22 года, студент).

Информантов молодого поколения можно условно разделить на тех, кто выбрасывает продукты питания и при этом не переживает; на тех, кто выбрасывает, но при этом чувствует укоры совести, солидарность с людьми, пережившими голод и лишения, тем самым воспроизводя влияние «гастрономической травмы» в современном рационализирующемся обществе; и на тех, кто вообще не выбрасывает. Интересно отметить, что те информанты, которые вообще не выбрасывают еду, в основном апеллируют к мотивам рациональности и сохранения денег, а не к каким-то этическим переживаниям.

Также можно предположить, что наличие семьи, а точнее, других членов домохозяйства, вносит дополнительную неопределённость в планирование покупок и их потребления. Причём речь может идти как о трудностях с планированием рациона для нескольких человек и о несовпадении расписаний членов семьи, так и о трудностях с коммуникацией. Не всегда все члены домохозяйства разделяют одни и те же ценности, установки и практики выбрасывания и сохранения.

Ну и опять же, когда ты готовишь сам для себя и живёшь один, без семьи, то тебе как-то проще. Ты можешь сам с собой договориться — это гораздо проще, чем объяснить мужу, ре-

бёнку, что это нужно доест, а это не нужно доедать, нужно выбросить (женщина, 27 лет, молодая мать, в отпуске по уходу за ребёнком).

Как уже неоднократно отмечалось, в нарративах информантов прослеживается неоднородная смысловая структура относительно выбрасывания и (или) невыбрасывания еды в контексте принадлежности человека к той или иной *доходной группе*. Так, информанты, в чьём опыте так или иначе присутствует бедность, сообщают о том, что в такие периоды еда, в принципе, не выбрасывается.

<...> Это всё доедалось. А что не доедалось, то есть это кости, чёрная горбушка от хлеба, кто-то, допустим, не ел, но такого почти не было, потому что жили мы очень бедно. У нас не выбрасывалась еда, у нас не было такого, что кто-то что-то не доел (женщина, 33 года, владелица парикмахерской).

Здесь срабатывает то, что уже ранее было названо невозможностью выбрасывать. Для российского общества была и остаётся характерной высокая доля бедности, которая просто не позволяет вести себя иррационально и выкидывать то, что не хочется есть. Этой позиции противопоставляется поведение индивидов с высоким уровнем достатка.

Ну, у него [мужа] более пофигистичное [отношение к выбрасыванию], потому что он жил в достатке, всю жизнь. А я из бедности вышла, поэтому я как-то всё-таки бережнее отношусь к этому, стараюсь не готовить, там, слишком много, потому что я понимаю, что это надоест, и ты не будешь есть и выкинешь. А ему как-то более спокойно (женщина, 33 года, владелица парикмахерской).

Отношения внутри домохозяйства также влияют на смыслы, которые индивиды вкладывают в практики (не)выбрасывания. Примечательной в этом смысле оказалась фигура отца (мужа), которому, по мнению информантов, можно «скормить» всё, что в противном случае подлежит выбрасыванию.

Ну, у нас в этом плане батя, да, может продлить жизнь продуктам (смеётся), *я не скажу, что он подъедалкин, но постоянно слышу: «Оставь это, отец доест»* (мужчина, 35 лет, частный водитель).

Что мы не едим — папа съест (мужчина, 26 лет, аспирант, инженер).

Также существуют ситуации, когда у партнёров проявляется несовпадение в отношении выбрасывания еды, и тогда один из них пытается повлиять на другого. В частности, информанты, не приемлющие выбрасывание еды, могут пытаться воздействовать на расточительное поведение своего партнёра, изменяя его поведенческие установки и нивелируя практики выбрасывания.

Но он часто оставляет еду на тарелке, меня это раздражает. И если я могу его заставить это есть, я это делаю, но за ним не доедаю. Получается, если он оставляет, я должна это выбросить, поэтому я его заставляю доедать (женщина, 26 лет, молодая мать в отпуске по уходу за ребёнком).

Таким образом, от того, насколько солидарны информанты в вопросах выбрасывания еды и насколько один партнёр может повлиять на другого, вероятно, может зависеть регулирование фуд-менеджмента в домохозяйстве.

Заключение

Одной из первоначальных задач данной работы была попытка оценить возможные изменения потребительских практик в России, возникающие под влиянием различных мировых тенденций, в частности практик сознательного потребления или выбрасывающего общества, с помощью выявленных смысловых контекстов, способствующих или противодействующих выбрасыванию продуктов питания. Однако полученные в ходе исследования данные, скорее, приводят к мысли о том, что, несмотря на констатируемый материальный переход к обществу потребления и на изобилие товаров на прилавках, в реальности воссоздающиеся через поколения поведенческие установки, приобретённые во времена дефицита и бедности, оказываются сдерживающим механизмом расточительного отношения к продуктам питания и их выбрасыванию. Значительную роль, по-видимому, играет социальная укоренённость отношения к продуктам питания и их потреблению, которую можно назвать собственным видом этики и этического потребления. Кризисная экономическая ситуация, а также набирающая силу рационализация общества потенциально подкрепляют настрой информантов на оптимальное использование продуктов питания. Однако среди мотивов невыбрасывания все ещё присутствует объективная причина нехватки денег. По данным Росстата, в 2016 г. более 13% населения России остаётся за чертой бедности [Численность населения... 2017], что, по сути, делает одно из превалирующих в западных странах и США потребительских течений — экологически чистое, этическое потребление — слабо развивающимся в наших реалиях, поскольку обеспокоенность социальными, политическими и экологическими последствиями потребления возможна только при наличии удовлетворённых в полной мере первичных потребностей человека.

В ходе работы также был выявлен ряд смысловых контекстов выбрасывания и невыбрасывания продуктов питания, оказавшихся схожими с западными. Таким образом, можно предположить, что профиль потребления и выбрасывания продуктов питания у россиян имеет схожие черты с европейским и американским. Однако, по-видимому, на данном этапе это не избавляет российское общество от пережитой «гастрономической травмы», которая берёт своё начало в послевоенное время и продолжается во времена дефицита 1980–1990-х гг. Отпечатавшийся в культуре исторический опыт, наслаиваясь на стандартные характеристики модели общества потребления, смешивается с ещё одной национальной особенностью — демонстративным выбрасыванием, и, как следствие, с отрицанием бережливого отношения к продуктам питания. Всё это приводит к модифицированной модели общества потребления с уникальными национальными чертами, отличающими её от классической трактовки. В данном варианте этическое потребление связано не с обеспокоенностью об экологии и общественном благе, а с нормами и традициями, отголосками постсоветского периода, которые одновременно порождают и отрицают практики выбрасывания продуктов питания.

Кроме того, этические установки, связанные с заботой об общественном благе вместо частного, должны если не навязываться, то, как минимум, курироваться государством. В России можно говорить о некоторой дистанцированности государства от народа. Как пишет Л. Ионин, «мы не можем не назвать советскую повседневность тоталитарной повседневностью, тоталитарность которой состоит в том, что отношения повседневности как одной из конечных областей значений с другими конечными сферами значений искусственно затруднены и ограничены» [Ионин 2004: 427]. Получается, что повседневная сфера оторвана от политической, от государства, а значит, люди живут «собственными усилиями». Как следствие, в восприятии вовлечённых в исследование москвичей приоритет часто отдаётся тому, что принесёт пользу человеку и (или) его семье, а не обществу в целом или планете. Но не из-за эгоизма, а, вероятнее всего, из-за отсутствия дополнительных ресурсов, которые можно было бы направить не на себя.

Данное исследование носит разведывательный характер и подняло большой пласт вопросов, связанных с современной моделью потребления в российском обществе, которые требуют дальнейшего изучения. В частности, качественный дизайн не позволяет оценить структуру выявленных смысловых контекстов и установок, для чего требуется будущая верификация на количественном уровне. Кроме того, за рамками работы остались такие аспекты потребления продуктов, как еда в общественных местах и доставка на дом, которые могут серьёзно влиять на перераспределение продуктов внутри домашнего хозяйства. Тем не менее в исследовании была осуществлена попытка собрать основные смысловые контексты выбрасывания и сохранения продуктов питания, присущие российскому обществу, что должно послужить подспорьем для дальнейших исследований.

Приложение

Данные об информантах

Информант 1	Мужчина, 26 лет. Аспирант, работает инженером, живёт в общежитии. Достаток ниже среднего.
Информант 2	Женщина, 43 года. Медсестра по массажу. Достаток средний.
Информант 3	Мужчина, 21 год. Студент, стажёр-исследователь, преподаватель. Достаток ниже среднего. Финансово независим от родителей. Сын информанта № 2.
Информант 4	Женщина, 33 года. Владелица парикмахерской. Достаток выше среднего.
Информант 5	Мужчина, 22 года. Студент. Не имеет постоянных работы и заработка. Живёт с родителями.
Информант 6	Мужчина, 35 лет. Частный водитель. Достаток средний. Муж информанта № 4.
Информант 7	Мужчина, 25 лет. Спортивный комментатор, ИП. Достаток выше среднего.
Информант 8	Мужчина, 37 лет. Инженер электростанций. Часто находится в командировках, с семьёй живёт только последний месяц. Достаток выше среднего.
Информант 9	Женщина, 26 лет. Молодая мать. Находится в отпуске по уходу за ребёнком, ведёт хозяйство самостоятельно, муж не вовлечёт. Достаток высокий.
Информант 10	Женщина, 27 лет. Молодая мать. Находится в отпуске по уходу за ребёнком. Хозяйство ведёт практически самостоятельно, муж вовлечён лишь частично. Достаток средний.
Информант 11	Женщина, 25 лет. Молодая мать. Находится в отпуске по уходу за ребёнком. Хозяйство ведёт самостоятельно, муж не вовлечён. Достаток ниже среднего.
Информант 12	Женщина, 44 года. Учредитель и главный технолог в компании по производству картона. Достаток высокий.
Информант 13	Женщина, 20 лет. Студентка. Работает переводчиком. Достаток высокий.
Информант 14	Женщина, 38 лет. Технолог. Работает в компании по производству упаковки. Достаток средний.
Информант 15	Мужчина 72 года. Пенсионер. Работает сторожем. Достаток низкий.
Информант 16	Женщина 22 года. Студентка. Не имеет постоянного заработка, живёт одна.
Информант 17	Женщина, 58 лет. Работает начальником отдела в котельной. Достаток низкий. Живёт с мужем.
Информант 18	Женщина, 44 года. Работает начальницей отдела домоуправления. Живёт с мужем, взрослой дочкой и больной мамой. Достаток средний.
Информант 19	Женщина, 26 лет. Студентка. Владелица интернет-магазина. Живёт с родителями. Достаток средний.
Информант 20	Женщина, 38 лет. Мать-одиночка. Владелица сети школ иностранного языка. Достаток высокий.
Информант 21	Женщина, 62 года. Сотрудник управления Товарищества собственников жилья (ТСЖ). Достаток низкий.
Информант 22	Мужчина, 54 года. Охранник. Достаток низкий.

Литература

2017. *Год экологии в России*. Министерство природных ресурсов и экологии Российской Федерации. URL: <http://ecoyear.ru/>
- Бодрийяр Ж. *Система вещей*. М.: Рудомино, 1995.
- Ганскау Е. Ю. и др. 2014. Повседневные практики питания жителей Санкт-Петербурга и Ленинградской области. *Журнал социологии и социальной антропологии*. 1: 41–58.
- Гирц К. 2004. *Интерпретация культур*. Пер. с англ. М.: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН).
- Гурова О. Ю., Толкачёва А. Н. 2014. Критический подход к потреблению. *Лабиринт. Журнал социально-гуманитарных исследований*. 2: 4–8.
- Грановеттер М. 2002. Экономическое действие и социальная структура: проблема укоренённости. *Экономическая социология*. 3 (3): 44–58. URL: https://ecsoc.hse.ru/data/2011/12/08/1208205035/ecsoc_t3_n3.pdf
- Ильин В. И. 2005. Общество потребления: теоретическая модель и российская реальность. *Мир России. Социология. Этнология*. 2 (14): 3–40.
- Ильин В. И. 2014. Дуальность структур индивидуального потребления в исторической динамике: от советского к постсоветскому обществу. *Лабиринт. Журнал социально-гуманитарных исследований*. 2: 9–18.
- Ионин Л. Г. 2004. *Социология культуры*. Изд. 4-е, перераб. и доп. М.: Изд. дом ВШЭ.
- Коос С. 2009. Объясняя этическое потребительское поведение в Европе (эмпирические данные по 19 странам). *Экономическая социология*. 2 (10): 76–97. URL: [https://ecsoc.hse.ru/data/2011/12/08/1208204976/ecsocMarch2009\[2\].pdf](https://ecsoc.hse.ru/data/2011/12/08/1208204976/ecsocMarch2009[2].pdf)
- Носкова А. В. 2014. Питание: методологические подходы к исследованию и повседневные практики. *Вестник МГИМО Университета*. 6 (39): 209–218.
- Пресс-выпуск № 993*. 2008. М.: ВЦИОМ. URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=10337>
- Ритцер Дж. 2016. Динозавры потребления. *ЭСФорум*. 2 (48). Апрель: 6–11.
- Селина М. В. 2014. Фастфуд разрушает семейные связи. *Научно-образовательный портал IQ*. URL: <https://iq.hse.ru/news/177667321.html>
- Страусс А., Корбин Дж. 2001. *Основы качественного исследования: обоснованная теория, процедуры и техники*. Пер. с англ. и послесловие Т. С. Васильевой. М.: Эдиториал УРСС.
- Ткач О. А., Бредникова О. Е. 2008. «Грязная деревня» и «замусоренный город» (обыденные практики обращения с мусором в разных сообществах). *Антропологический форум*. 8: 338–352.

- Томпсон Э. П. 1996. *Плебейская культура и моральная экономика*. М.: РГГУ. URL: http://www.situation.ru/app/j_art_725.htm
- Численность населения с денежными доходами ниже величины прожиточного минимума в целом по России и по субъектам Российской Федерации. 2017. *Росстат*. URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/population/poverty/#
- Шабанова М. А., Гицалова Т. А. 2015. Социально-экономические факторы развития этичного потребления в современном мире: есть ли будущее в России? *Социологические исследования*. 3: 150–160.
- Barr S. 2007. Factors Influencing Environmental Attitudes and Behaviours: A U. K. Case Study of Household Waste Management. *Environment and Behavior*. 39 (4): 435–473.
- Cohen L. 2001. *Citizen and Consumers in the United States in the Century of Mass Consumption*. New York: Berg Publishers.
- Doron N. 2012. A Clear Plate Means a Clear Conscience. In: Doron N. (ed.) *Revaluating Food*. London: Fabian Society. URL: <http://www.fabians.org.uk/wp-content/uploads/2012/11/Revaluating-Food WEB.pdf>
- Dowler E. A. 1977. A Pilot Survey of Domestic Food Wastage. *Journal of Human Nutrition*. 31 (3): 171–180.
- Evans D. 2012. Blaming the Consumer — Once Again: The Social and Material Contexts of Everyday Food Waste Practices in Some English Households. *Critical Public Health*. 21 (4): 429–440.
- Evans D. 2011. Beyond the Throwaway Society: Ordinary Domestic Practice and a Sociological Approach to Household Food Waste. *Sociology*. 46 (1): 41–56.
- Gallo A. E., 1980. Consumer Food Waste in the U.S. *Consumer Research*. Fall: 13–16.
- Grant-Smith D. 2015. A Crisis of Waste? Understanding the Rubbish Society. *Australian Planner*. 52 (3): 249–250.
- Gregson N., Metcalfe A., Crewe L. 2007. Identity, Mobility, and the Throwaway Society. *Environment and Planning D: Society and Space*. 25 (4): 682–700.
- Graham-Rowe E., Jessop D. C., Sparks P. 2014. Identifying Motivations and Barriers to Minimising Household Food Waste. *Resources, Conservation and Recycling*. 84: 15–23.
- Johnston J. 2008. The Citizen-Consumer Hybrid: Ideological Tensions and the Sase of Whole Foods Market. *Theory and Society*. 37 (3): 229–270.
- Koivupuro H. K. et al. 2012. Influence of Socio-Demographical, Behavioural and Attitudinal Factors on the Amount of Avoidable Food Waste Generated in Finnish Households. *International Journal of Consumer Studies*. 36 (2): 183–191.
- Littler J. 2009. *Radical Consumption. Shopping for Change in Contemporary Culture*. New York: Open University Press.

- Lyndhurst B. 2007. Food Behaviour Consumer Research — Findings from the Quantitative Survey. *Briefing Paper*. UK: WRAP.
- Monier V. et al. 2011. *Preparatory Study on Food Waste across EU 27*. Report for the European Commission [DG ENV—Directorate C]. 2010, October. Brussel: European Communities,
- Sayer A. 2007. Moral Economy as Critique. *New Political Economy*. 12 (2): 261–270.
- Stancu V., Haugaard P., Lähteenmäki L. 2016. Determinants of Consumer Food Waste Behaviour: Two Routes to Food Waste. *Appetite*. 96: 7–17.
- Quested T. E. et al. 2013. Spaghetti Soup: The Complex World of Food Waste Behaviors. *Resources, Conservation and Recycling*. 79: 43–51.
- WRAP. 2009. *Household Food and Drink Waste in the UK*. Banbury, UK.