

Этнография города

ПОЧТОВОЕ ОТДЕЛЕНИЕ В МАЛОМ ГОРОДЕ

ЕЛЕНА ГУДОВА (КОНОБЕЕВА)

Аспирантская школа по социологическим наукам НИУ ВШЭ
Лаборатория экономико-социологических исследований
НИУ ВШЭ

ФГУП «Почта России» — крупнейшая государственная компания, сеть которой насчитывает около 42 тыс. отделений. Спектр предоставляемых ею услуг достаточно широк и составляет, помимо основных — доставки письменной корреспонденции и посылок, подписки на газеты и журналы, выплаты пенсий и приема коммунальных платежей, около сотни других. Однако роль почты в крупном и малом городах может существенно отличаться, хотя бы потому, что в малом городе она зачастую не имеет конкурентов по большинству видов своей деятельности.

О ПОЧТЕ

Для начала — краткое описание ситуации в компании. В начале 1990-х гг. Почта России, как и многие другие предприятия, столкнулась с целым рядом проблем внешнего и внутреннего характера. Одним из факторов оказалось разделение отрасли на почту и электросвязь, в результате чего возникла внутренняя конкуренция. При этом созданная за годы СССР сеть отделений почтовой связи была сохранена, но резко сократился транспортный парк, напомнили о себе логистические проблемы, нехватка ресурсов и кадров, и т.д. Для того чтобы «остаться на плаву», почтовой службе пришлось взять на себя целый ряд непрофильных коммерческих услуг. Именно так возникли сдача помещений в аренду, продажа книг, одеколona и хлеба, совмещение функций почты, аптеки и магазина¹.

¹ Гашкова О. С. Социальные функции российской почты в условиях перехода к рыночной экономике (1991–2002 гг.) // Вестник Томского государственного университета. История. 2012. № 4. С.110–112.

Это, по понятным причинам, явилось одним из важнейших факторов финансового упадка организации. Даже на сегодняшний день средний радиус обслуживания одного отделения Почты России составляет 410,3 км¹, а среднее число жителей в радиусе обслуживания не превышает 3430 человек на одно отделение. В то же самое время, к примеру, одно отделение USPS (United States Postal Service) США обслуживает 10 670 жителей в радиусе 325,4 км². Будучи второй по размеру национальной почтовой сетью после почты Китая, Почта России имеет крайне небольшую загрузку по числу клиентов и отправок, что делает ее очень невыгодной для государства. Так, по различным оценкам, до 28 тыс. сельских отделений Почты России убыточны. Однако закрыть их не представляется возможным в первую очередь из-за социальных функций, которые эти отделения выполняют.

Сами отделения делятся на 5 классов по статусу населенного пункта, количеству обслуживаемого населения, перечню предоставляемых услуг и еще нескольким показателям. Так, отделения 1-го и 2-го класса можно увидеть в крупных городах, а отделения 5-го класса — зачастую сельские или обслуживают удаленные поселения³. В России таких отделений 40%⁴, и нередко почтовое отделение может оказаться едва ли не единственной государственной организацией на удаленных территориях.

Зачем нам нужна вся эта статистика? Подобное положение дел — разветвленная сеть отделений, способная дотянуться до самых дальних уголков России, убыточность и вынужденная многофункциональность, отсутствие альтернатив среди коммерческих компаний, да и вообще альтернатив среди государственных организаций — служит хорошей почвой для формирования образа социально нагруженной компании, которая на самом деле для клиентов «больше, чем просто почта».

¹ Мелешко Д. А., Резникова Н. П. Производственные и логистические проблемы реформирования ФГУП «Почта России» // Телекоммуникации и транспорт (Т-Comm): 2009. № 3. С. 20–22.

² См.: РОССТАТ, статистика Всемирного почтового союза, данные Почты России.

³ Есть еще и передвижные почтовые отделения связи, которые фактически представляют «почту на колесах» в районах с совсем небольшой численностью жителей, но они в данном случае выпадают из нашего поля зрения.

⁴ Согласно Годовому отчету ФГУП «Почта России», 2014 г. http://fc.russianpost.ru/Download/AboutRussianPost/russianpost_ann_report2014.pdf

Социальная значимость почты и ее отделений достаточно активно конструировалась и продолжает конструироваться в информационном поле через интервью руководителей, отчеты, заметки в региональных изданиях и другие материалы¹. О том, что почта лучше будет оставаться убыточной, но не оставит пенсионеров без пенсии и «связи с государством», говорил не один руководитель организации. Это привело нас к вопросу: «Что же, собственно, такого делает почта в отдаленных поселениях, какие функции выполняет?»

О ПОЛЕ

Ответ на поставленный вопрос мы попытались найти в рамках Летней социологической полевой практики департамента социологии НИУ ВШЭ, проходившей в августе 2014 г. в г. Каргополь Архангельской области². Первоначальным объектом исследования предполагались «социальные функции» почты — ее способность быть центром социальной жизни, точкой сбора и проводником нужд жителей к власти. В дальнейшем же исследование свелось к двум фокусам — значимости почты для поддержания привычного уклада жизни и выживания традиционных почтовых услуг.

Почтовые отделения Каргополя, согласно утвержденной официальной структуре ФГУП «Почта России», принадлежат Плесецкому почтамту Архангельской области. Это означает, что

¹ Например, интервью бывшего главы Почты России А. Киселева порталу Forbes. <http://www.forbes.ru/sobytiya/lyudi/83945-kiselev-pochta-rossii-prosto-zakryt-ubytochnoe-pochtovoe-otdelenie-nelzja>; Костромской Бизнес-журнал. 2013. № 12. http://issuu.com/bizmag44/docs/_____12-2013/1?e=8352716/5798976; материалы регионального совещания аппарата управления и филиалов ФГУП «Почта России» Северо-Западного федерального округа, Псков 13–14 марта 2013 г. <http://www.russianpost.ru/rp/press/ru/home/newscompany/item?newsid=7697>. Также сюда можно включить и фильм А. Кончаловского «Белые ночи почтальона Алексея Тряпицына», на который, по различным отчеткам, Почта России выделила 30 млн руб. Моторная лодка, связывающая деревню Косицына с «большой землей», служит хорошей и точной визуализацией «социальной функции» почты.

² По счастливому стечению обстоятельств совсем недалеко от Плесецкого района и упомянутой деревни Косицына, что дает немного поводов сомневаться в отображении реальности в кинематографическом продукте А. Кончаловского.

непосредственное начальство отделений находится в Плесецке, далее — в Архангельске, а еще на одну ступень выше — в Москве, в аппарате управления Почты России. По этой же официальной структуре отделений в Каргополе три, однако на практике их два — одно находится в закрытом военном городке рядом с Плесецком.

Два Каргопольских отделения отличаются между собой буквально во всем. Для краткости приведем сравнения по основным параметрам в табл. 1.

Таблица 1. Почтовые отделения г. Каргополя

	Отделение 1	Отделение 2
Класс	2	4
Расположение	Центр города	«Заречье», часть города по другую сторону реки
Обслуживаемое население (примерно)	9,5 тыс. человек	600 человек
Количество доставочных участков ¹	7	2
Количество окон обслуживания	4	2
Здание	Свежий капитальный ремонт, собственность предприятия	Полуаварийное состояние, аренда

Расположение, класс и количество обслуживаемого населения определяют работу отделений как по времени, так и по интенсивности. Если в Отделении 1 часто можно увидеть очередь, а работа «кипит», то в Отделении 2 жизнь течет неспешно.

Несмотря на то что официальными датами открытия обоих отделений числятся 1993–1994 гг., жители утверждают, что почта «была всегда» и именно там, где мы ее и застали.

Для захода в поле нами использовалась официальная легенда участника Летней школы. В обоих случаях сначала происходило

¹ Количество частей, на которые разделена обслуживаемая территория, и в случае полной комплектации штата количество почтальонов.

знакомство с оператором, далее исследователь представлялся и рассказывал о своих целях пребывания в городе, после этого мог завязываться разговор, происходило знакомство с начальником отделения. Всего на полевом этапе исследования были проведены 11 интервью (с начальниками и работниками отделений, почтальонами и бывшими работниками), их них 2 интервью — парные, а также 4 непосредственных наблюдения в почтовом отделении (от 30 минут до 2,5 часов). Помимо этого было также несколько бесед с местными жителями на предмет их пользования почтой, о статусе и деятельности почты в городе. Материалы собирались при помощи аудиозаписей и дневников, также проводились обсуждения в рамках ежедневных коллективных дискуссий между участниками практики.

О ПРИВЫЧКАХ, СОЦИАЛЬНОЙ РАБОТЕ И ДОВЕРИИ

У каждого почтового отделения есть пиковые дни работы, обычно связанные с выдачей пенсий и приемом коммунальных платежей (в Каргополе это 1–10 и 20–30 числа месяца соответственно). Однако время ожидания существенно варьируется в зависимости от услуги и времени работы отделения, а также времени суток. Утром и в обеденное время ожидание в пиковые дни в Отделении 1 может составлять до 25–35 минут, что ведет к появлению двух практик: ожидание в очереди становится поводом для общения и распространения новостей и слухов; люди ездят «за реку» в Отделение 2 оплачивать свои счета быстрее (и также обмениваются новостями).

В малом городе социальные контакты достаточно интенсивны, а связи близки — проще говоря, все друг друга знают. Поэтому, по словам самих сотрудников, люди иной раз могут прийти на почту просто пообщаться или пообсудить свои проблемы. Однако сотрудники стараются при этом не включаться в коммуникацию и сохранять нейтральную позицию слушателя. Настоящим же собеседником выступает почтальон.

Существенное снижение объемов доставляемой корреспонденции уменьшило значимость основной деятельности почтальонов, однако возросла социальная составляющая. Почтальон знает всех жителей как минимум на своем участке, находится в курсе личных отношений и экономического положения семьи, рассказывает новости и даже может помочь по дому. Пожилые

клиенты лично привязываются к сотрудникам, стараются купить у них масло/печенье/журнал, дабы помочь в выполнении планов продаж, приглашают пить чай и всегда «очень ждут». Все это делает почтальона значимой и знаковой фигурой для малого города и сообщества за счет оказываемого жителями доверия.

Одновременно при такой высокой значимости профессии существует большая текучка кадров и отсутствие поддержки и «сверху», и «снизу». Несмотря на проблемы с выбором областей трудоустройства в Каргополе, люди не спешат идти на почту из-за низкой зарплаты, сложности и ответственности работы, а жесткие санкции начальства и личные трудности в общении с руководством усиливают отток людей.

Уменьшение потока корреспонденции и постепенная интернетизация превращают почту в романтизированный рудимент старого порядка — пожилые жители с ностальгией вспоминают о временах, когда письма и посылки приходили каждую неделю, а телефон и Интернет ругают за то, что в них меньше эмоциональной составляющей. Молодые же жители города почтовыми услугами практически не пользуются, активно осваивают интернет-торговлю и оплату счетов онлайн, а к почте относятся с уважительным незнанием: «*Представьте, если бы ее не было в городе, что бы изменилось? — Да даже и не знаю... а как без почты-то?!*»

Хотя свои основные функции почта выполняет для весьма ограниченного сегмента населения, которое не способно или не желает перестраиваться на новые способы коммуникации, само существование организации в городе выступает в качестве гарантии стабильности, уверенности в происходящем и консервации привычного образа жизни. Интересно при этом, что даже сами почтовые работники не задумываются, «что будет, когда не останется пенсионеров, нуждающихся в почте?». Почта не является для малого города ни клубом, ни трибуной, ни проводником государства на удаленной территории¹, однако она — значимая часть фрейма и, безусловно, влияет как на практики жителей, так и на их восприятие города и себя в нем.

¹ В отличие от ситуации с колхозами на постсоветском пространстве. См.: *Ссорин-Чайков Н.* Гоббс в Сибири: социальная жизнь государства (из книги «Социальная жизнь государства в северной Сибири») // Социология власти. 2012. № 4–5.

Что же касается размывания спектра почтовых услуг добавлением финансовых сервисов и превращения почты в «магазин», следует отметить, что в Каргополе действительно нет альтернатив почте по оказанию именно почтовых услуг, однако есть конкуренция по продаже периодики и оплате коммунальных счетов. Увеличение количества продуктов и услуг почты ведет к концентрации финансовых, товарных и информационных потоков. Чем меньше населенный пункт и чем меньше конкурентов, тем выше становится ее значимость. В результате, если в малом городе почта важна, но эта важность во многом объясняется восприятием жителей, то в близлежащих деревнях, куда два раза в неделю из Каргополя ходит передвижное отделение, она приобретает практически стратегический статус.

В КАЧЕСТВЕ ЗАКЛЮЧЕНИЯ

Несмотря на то что описанное нами устройство почтового отделения лежит на поверхности жизни малого города, всегда существуют непредсказуемые моменты и сюжетные повороты. Так, почта стала единственной организацией, закрывшейся от исследователя через неделю наблюдения и общения из-за полученного сотрудниками распоряжения «сверху». Общение и изучение частных бизнесов, деятельности администрации и устройства предприятий в городе продолжалось, в то время как почта затребовала разрешение на анализ своей деятельности из Москвы, ссылаясь на федеральное подчинение.

Что же произошло? В один из дней наблюдения исследователь пришел в Отделение 1, где была достигнута договоренность об интервью с двумя сотрудницами, однако начальник сообщила, что им *запрещено* теперь общаться, поскольку Плесецкий почтамт не уверен в намерениях исследователя. Никакие аргументы про документы, рекомендации, анонимность и уже состоявшиеся беседы не действовали, поскольку почта никогда не сталкивалась с подобным интересом внешних людей. Симпатизирующие сотрудники Отделения 2 более подробно рассказали, что было множество теорий на этой счет: что девушка подослана из Москвы проводить внутренний мониторинг¹,

¹ Что, по сути, не лишено рационального зерна. Почта России с 2012 г. осуществляет проект «Тайный покупатель» (Mystery shopping) по оценке

что она в корыстных целях интересуется графиком работы почтовых машин, что это происки конкурентов, злоумышленников и т.п. Работникам обоих отделений не только были даны инструкции не общаться с исследователем и не отвечать больше ни на какие вопросы, но и само нахождение исследователя в отделении стало вызывать неудовольствие и подозрение.

Всему этому можно найти несколько объяснений, исходящих из специфики почты как организации:

- тайна переписки и «стратегический» статус: работа с государственной тайной, различными ведомствами (например, Пенсионным Фондом, налоговой службой, ГИБДД и проч. — фактическое хранение множества персональных данных и информации, не говоря о пересылке материальных ценностей и работе с деньгами). История национальных почтовых операторов в принципе часто основывается на частной переписке властвующих лиц в интересах государства, а структура почт во многом схожа с военными организациями;
- локализация ресурсных потоков: почта консолидирует и распределяет огромное количество информации и материальных ценностей, проходящих через узлы почтовой сети;
- ригидность структур и процессов управления: многоуровневая иерархия, дистанция во власти и в расстоянии образует структурные дыры и феномен «местечкового» руководителя, когда свое начальство ближе, а московские указания исполняются намного менее охотно. В результате любые сомнительные изменения блокируются, а информация сильно фильтруется, так как «как бы чего не вышло»; организация становится неповоротливой и невосприимчивой к изменениям среды.

Данные объяснения и сам прецедент вряд ли можно списать на специфику работы почты непосредственно в малом городе. Однако они позволяют увидеть, что даже несмотря на кажущуюся простоту во взаимодействии с жителями и функцию «буфера» между старым порядком и новыми технологиями, постепенное отмирание исконно почтовых сервисов и переориентацию

потребительского опыта и реальной ситуации на местах, по результатам которого принимаются управленческие решения.

на пенсионеров, почта по-прежнему отражает позицию заинтересованных сторон. Другим и более интересным вопросом, кроме «педалируемых» в СМИ латентных функций организации, являются как раз эти заинтересованные стороны, государство и локальное сообщество. Каким образом почта вписана в жизнь локального сообщества и как происходит их взаимное влияние — это, на наш взгляд, достойный сюжет для развития темы.

ЭТНОГРАФИЯ РЫНКА ФЛОРИСТИКИ В МАЛОМ ГОРОДЕ

Илья Ломакин

Факультет социальных наук НИУ ВШЭ

В конце октября — начале ноября 2014 г. в рамках образовательного проекта ФОМ-Лабс: Лабораториум социологических проектов и коммуникаций¹ нами² было проведено исследование в г. Кимры Тверской области, имевшее своей целью представить первичный взгляд на флористику как рынок и как искусство в малом городе. На примере двух районов города, где, по нашей оценке, имелось наибольшее скопление цветочных магазинов (центр и Савелово), мы исследовали основные пространственные, гендерные и эстетико-эмоциональные характеристики флористического рынка.

Методом наблюдения были собраны и проанализированы физические характеристики цветочных магазинов города, такие как положение и роль в городском пространстве, проходимость, категории товаров и уровень цен. Информантками в семи собранных нами полуструктурированных интервью выступили продавщицы и владелицы магазинов³, которые, вне зависимо-

сти от того, как они и их магазины себя позиционируют, продают срезанные цветы.

ПРОСТРАНСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ОБЪЕКТА

Основное отличие этнографии цветочного рынка малого и большого городов — большая актуальность «пространственного ресурса» для собственников магазинов. Когда мы говорим о пространственном ресурсе, мы подразумеваем дихотомию «город/пригород», «центр/периферия». Роберт Парк отмечал, что город есть констелляция разнообразных по своей специфике районов — «естественных зон», каждый из которых имеет собственный характер и особенности. Выбранные нами для исследования районы этому принципу более чем соответствуют. Район Савелово некогда существовал в качестве отдельной административной единицы и после присоединения к Кимрам оказался на окраине, причем как в восприятии самих граждан города, так и в плане логистических связей. Центр города в Кимрах определенно является пересечением большинства городских транспортных и потребительских потоков.

«Вот мост [через Волгу] проезжаете, центр и Савелово — будто люди совершенно разные. <...> Здесь более разборчивые люди, более осторожные, а там — нет, там берут все» (С., владелица магазина, Савелово).

Безусловно, такое положение не может не воздействовать на информанток: у них создается представление об исключительной прибыльности центра, даже несмотря на высокий уровень внутренней конкуренции. Наличие торговой площади в центре города ценится как таковое и объявляется важнейшим фактором успешности будущего или существующего бизнеса. В то же время в Савелове, где подобное «притяжение» центра отсутствует, критерии выбора места для магазина оказываются более разнообразными: например, близость к протяженным транспортным артериям, торговым центрам, сетевым магазинам и т.д.

«...центр всегда приносит совершенно другой доход, чем окраина <...> если человек не знает, куда ему поехать, где ему что-то найти, куда он пойдет? Естественно, в центр» (И., продавец-флорист, центр).

¹ Автор статьи благодарит Ольгу Рожкову за профессиональный подход при курировании исследования, вдумчивое прочтение подготовленных материалов и ценные комментарии к ним.

² Соавтор исследования В.Е. Ганьшина. См. также: Ломакин И., Ганьшина В. Флористика и флористы города Кимры: бизнес и искусство // Фонд «Общественное мнение». 2015. 25 июня. <http://fom.ru/posts/12207>

³ Здесь хотелось бы сразу обратить внимание на то, что все наши информанты были женщинами.