

А.А ОВСЯННИКОВ.

СТАНОВЛЕНИЕ, МАСШТАБЫ И МЕХАНИЗМЫ САМООРГАНИЗАЦИИ ЖИТЕЛЕЙ КОТТЕДЖНЫХ ПОСЁЛКОВ В НОВОЙ МОСКВЕ И ПОДМОСКОВЬЕ*

*Бессонница — болезнь эпох, в которых людям
велят закрывать глаза на многие вещи.*

Ежи Лец

Социальное неравенство и имущественное расслоение: бег от советского социализма

Социальная справедливость общественной жизни и экономического уклада — это вечная тема не только обыденности социальной жизни, но и теоретического философского и социологического осмысления. Она выражает отношения трудовых усилий и вознаграждения за них, преступления и наказания, реальной роли человека в жизнеустройстве и его социального положения, заслуг и признания. Социальная справедливость — это и мера деликатного баланса между свободой и равенством. Как только в обществе создаются условия роста индивидуальной свободы (снижаются налоги, поощряется предпринимательство и любые формы самореализации, то начинает расти социальное неравенство, вызывая социальные недовольства. Как только начинаются действия по наращиванию социальных расходов в бюджете, то растут налоги на бизнес и на доходы богатых людей, активность бизнеса падает, но растёт уровень социального равенства [Зборовский 2004]. Соотношение между этими реальностями определяется в зависимости от существующего права, традиций, веры и культуры конкретного народа, общества и государства. В целом должно существовать относительное равенство между качеством жизни человека и его личным вкладом в эту жизнь. Между индивидуальной свободой и социальным равенством. Несоответствие между тем и другим фиксируется общественным сознанием как несправедливость.

Понятие о социальной справедливости изменяется под влиянием конкретных исторических условий (оправдывалось же когда-то рабство). Чем выше уровень развития общества и государства, тем оно больше социально справедливо. Нарушение социальной справедливости подталкивает общество на борьбу за ее либо восстановление, либо достижение, побуждая

* Статья написана при финансовой поддержке Российского научного фонда (РНФ) в рамках проекта № 14–18–03784 «Многообразие видов социокультурной сплоченности в условиях российских реформ: концептуализация и квалиметрия», реализуемого в РОО «Сообщество профессиональных социологов».

отдельных его представителей к революционной пассионарности за свои права и свободы [Безрукова 2000].

Для социолога проблема социальной справедливости и социального неравенства сводится не только к изучению результатов дифференциации потребителей, но и к изучению механизмов распределения и перераспределения национального дохода. Так вот оказывается, что рост социального неравенства в распределении доходов и национального богатства в целом, приводит не только к росту социальной несправедливости и росту социальных рисков волнений, бунтов и революций, но и к снижению потребительского потенциала общества, к снижению потребительской активности и стагнации рынков. Но при этом уровень индивидуальной свободы растёт, формируя атмосферу вседозволенности и снижение социального контроля за индивидуальными поступками. Усиление неравенства приводит к ограничению доступа тех или иных групп людей к качественному жилью, образованию, к медицинским и иным социальным услугам, хронической бедности и другим социальным порокам. Различия в социальном положении ведут к неравенству в распределении богатства и власти, к расслоению общества, местных общин, к разделению наций на господствующие и зависимые.

В докладе Всемирного банка (2007 год) заявлено, что «...высокое неравенство (выше критического уровня) препятствует экономическому росту и прогрессивным преобразованиям институтов» [Всемирный банк 2007]. Конечно, экономический рост может быть и в условиях высокого неравенства, но это будет невысокий рост, не способный преодолеть экономическое неравенство и бедность. Экономическое правило борьбы в неравенстве и бедностью давно сформулировано. Оно состоит в том, что экономическую и технологическую модернизацию необходимо сочетать с социальными преобразованиями механизмов распределения и перераспределения национального дохода, обеспечивающим снижение неравенства и роста потребительской активности.

Рынок, не ограниченный институтами перераспределения национального дохода, ведёт к неограниченному росту экономического неравенства, формируя избыточное неравенство [Шевяков 2002, с. 66]. Одним из эффективных индикаторов оценки экономического неравенства и дифференциации является коэффициент децильной дифференциации. Он является показателем соотношения доходов 10 % самых богатых людей к доходам 10 % самых бедных людей. Эксперты ООН считают, что справедливым, нормальным неравенством является неравенство, при котором коэффициент децильной дифференциации не превышает 10. Директор академического института социальных и экономических проблем народонаселения (ИСЭПН РАН) профессор Локосов В. В. пишет: «В России в 1991 году этот показатель равнялся 4,5 раза, в 2014 году – 16 раз по официальным данным Федерального агентства по статистике и в 25 раз по оценкам независимых социологических и маркетинговых агентств (к примеру, академических институтов ИСЭПН РАН, ИСПИ РАН). А если принять во внимание скрытые теневые доходы, то коэффициент децильной

дифференциации и вовсе взлетает до умопомрачительного уровня в 40 раз (в нашей стране сегодня 30–40 % заработной платы находятся в тени, 25–30 млн человек не ясно, как заняты на рынке труда)» [Локосов 2015, стр. 14]. В распределительных отношениях главной причиной избыточного неравенства стали беспрецедентная концентрация общенародной собственности среди узкой социальной группы и, как следствие, формирование социально несправедливого общества и низко эффективного экономического уклада. По данным банка Credit Suisse 1 % населения России владеет 71 % активов страны. Этот показатель в мире составляет 46 %, в США – 37 %, в объединённой Европе – 32 %, в Японии – 17 % [там же, стр.13]. Согласно данным очередного доклада Всемирного банка 2012 года (*Global Wealth Report*), Россия заняла крайне непочётное первое место среди крупных стран мира по неравенству распределения богатств.

В России инструментов эффективного перераспределения доходов или просто нет, или они очень слабы. Это приводит к следующим неприятным обстоятельствам:

- Высоким остаётся уровень хронической бедности. Официальные расчёты уровня бедности строятся на основании расчётов показателя прожиточного минимума (в 2015 году он равен около 10 тыс. руб.). Этот показатель позволяет оценить, в лучшем случае, бюджет биологического выживания человека. Если в объём прожиточного минимума включить расходы на обеспечение воспроизводства населения в соответствии с концепцией «базовых потребностей» Международной организации труда (расходы на ЖКХ, здравоохранение, образование, страхование), то уровень бедности при таком пересчёте сдвинется с приятных для правящего класса 12 % населения к уже крайне неприятным 40 % [там же, стр.9].
- Структура производственного аппарата экономики изношена. Однако она эксплуатируется, стимулируя на рынке труда спрос на дешёвую низкоэффективную рабочую силу. Крайне ограничен спрос на высококвалифицированную и хорошо оплачиваемую рабочую силу. Такое состояние дел просто не приводит к росту потребительского потенциала. Расширение среднего класса просто невозможно в такой модели экономического роста. В России наблюдается в силу этого патологическая бедность – это бедность работающего, занятого человека. Уровень эксплуатации в российской экономике просто высок. Академик Львов считает, что «на один доллар заработной платы среднестатистический работник в России производит в 3 раза больше конечной продукции, чем в США» [Львов1997, стр.484]. Расширение рынка возможно только за счёт модернизации производственного аппарата экономики и создание новых высокооплачиваемых рабочих мест. Это приведёт и к снижению уровня бедности и росту среднего класса.
- Социальная структура российского общества отражает её бедность и социальную несправедливость. Зафиксированная социальная структура – это структура бедного общества, в котором только 20 % – 25 % населения

являются активными сегментированными деятелями современных рынков потребителей. Для остальной части населения с низким уровнем платежеспособности речь идёт о несегментированных рынках самых простых и дешёвых товаров. Средние классы сегодня — это те, кто смог опредметить на рынке труда своё образование и занять высокооплачиваемые места в экономической и социальной системе. Дальнейшее расширение среднего класса возможно только с ростом спроса на квалифицированную и хорошо оплачиваемую рабочую силу на рынке труда. Для этой части российского общества доступны практически все виды массового потребления товаров и услуг. В том числе и индивидуального строительства домов в коттеджных посёлках.

- Социально — экономическое развитие регионов России крайне неравномерно. Если сравнить уровни региональных доходов домохозяйств, то «их соотношение... может различаться более чем в 80 раз, тогда как в развитых странах мира — в 6–10 раз.» [Зборовский 2017, стр. 4] Особую роль в этом играет Москва, исполняя роль культурного империалиста. Здесь под культурным империализмом мы имеем в виду систему несправедливого обмена любыми ресурсами между регионами. Эта система позволяет Москве притягивать себе и денежные, и интеллектуальные, и культурные, и властные ресурсы. В частности, эти ресурсы всплывают и в распространённых в Новой Москве¹ и в Подмоскovie коттеджных посёлках.

Одним из социально значимых и важных проявлений социальной дифференциации и социального неравенства является появление в России, и прежде всего в Новой Москве и Подмоскovie нового массового явления, связанного с построением коттеджных посёлков и спросом на индивидуальное жилищное строительство домов в этих посёлках. Экономическое значение этого явления трудно переоценить: богатые и зажиточные люди инвестируют свои средства в строительство домов в закрытых и хорошо охраняемых поселениях. Однако это является и не скрываемой демонстрацией социального неравенства, не связанного с либеральной позицией, обусловленной тем, что богатство определяется личными качествами человека. Напротив, в России богатство определялось и определяется не столько личными достоинствами, а в большей степени социальными свойствами приближенности к государственным или к криминальным источникам ресурсов [Овсянников, Римашевская 1995]. Социальные последствия этого явления не изучены, и они неизвестны. А вопросов здесь много, и они требуют специального изучения. В этой работе приведены лишь фрагменты по исследованию этого социального явления о коттеджизации страны. Вот только самый поверхностный список вопросов по этой теме:

¹ Новая Москва — это часть Подмоскovie, включенная в состав Москвы после принятия решения 7 декабря 2011 года на внеочередном заседании Московской городской Думы постановления «Об утверждении Соглашения об изменении границы между субъектами Российской Федерации городом Москвой и Московской областью».

1. Можно ли говорить о появлении новых социальных замкнутых и закрытых социальных образований, социальных изолятов? Ответ на этот вопрос предполагает изучение механизмов социализации и самоорганизации обитателей этих посёлков, сочетающих и высокие стандарты городской жизни, но и свойства сельских поселений.
2. Кто является обитателями этих посёлков? Можно констатировать только, то что это представители и самых богатых слоев российского общества, и представители высшего слоя средних классов России (не только жители столицы, но и представители регионов России и стран СНГ). Это люди, вложившие в свои дома и участки (15–60 соток) не менее 1 миллиона долларов США (это в коттеджных посёлках в Новой Москве и в Подмосковье в пределах 20 километров от МКАД). Но вот социальные траектории жителей этих посёлков и источники привлекаемых ими ресурсов неизвестны и вряд ли измеряемы в социологических исследованиях.
3. Как формировалась социальная общность поселений коттеджных посёлков, вполне соответствующих сельским поселениям, но городского типа? Как вообще формировался этот новый гибридный образ жизни жителей коттеджных посёлков?
4. Какими культурными особенностями, ценностями и поведенческими практиками обладают жители этих поселений?
5. Какими типологическими особенностями обладают жители этих посёлков и как выглядит повседневность жизни в этих поселениях? Какие коллективистские практики возникают в этих поселениях для организации совместного проживания?

Социальные и рыночные масштабы коттеджизации страны

Масштабы коттеджного строительства в Новой Москве и Подмосковье впечатляют. Всего количество активно застраиваемых и продаваемых коттеджных поселков, в которых предлагаются отдельные дома или участки с подрядом, выросло за период с 2010 года со 140 до 266 поселков, то есть почти в 2 раза. Несмотря на столь внушительный рост, специалисты рынка заявляют, что говорить о перенасыщении загородного рынка индивидуального строительства домов просто нет оснований. Только в 2016 и 2017 годах на рынке появились дома и участки в новых 83 — х поселках и предлагаемые дома или уже куплены, или сегодня активно раскупаются. Среднее время активной распродажи коттеджей и земельных участков на рынке равно 2 года. Риэлторы считают это очень хорошим знаком активности покупателей. Большинство аналитиков рынка загородной недвижимости считают, что можно даже говорить об общей тенденции к стабилизации цен на усадьбы в коттеджных посёлках на уровне минимальных цен коттеджа в 1–1,5 млн долларов.

Однако высок спрос и на коттеджи эконом — класса. Это подтверждает и мониторинг спроса потенциальных покупателей. Фактически каждый второй запрос ориентирован на приобретение коттеджа «под ключ» в пределах

50 км от Москвы по цене до 150–180 тыс. долл. Сегодня наиболее востребована площадь дома – 120–180 кв. м, а участок – в пределах 12 соток. Иными словами, самый острый спрос у населения на загородное жилье эконом-класса. Тем не менее, по оценкам экспертов, из всех строящихся поселков к эконом-классу можно отнести менее 10 %.

Как отмечают наши эксперты, причина подобной «нелюбви» застройщиков к эконом-классу вполне объяснима – для девелопера они не очень выгодны. При удачной реализации поселок эконом-класса способен принести порядка 25–30 % годовых, тогда как бизнес-класс и элитное жилье – свыше 60 % и даже 100 % годовых. Правда, для этого надо получить подряды на строительство как минимум 70 % от всех предлагаемых к продаже в поселке домов, причем площадь каждого из домов должна быть не менее 500 кв. м.

Загородные дома в коттеджных посёлках стоят недешево. В прошлом, 2016 году, средняя цена одного квадратного метра домов в коттеджных посёлках (с учетом стоимости земли) составляла 1581 доллар США. В этом же году эта цена увеличилась до 1900 долларов США. Таким образом, в среднем уровень цен на коттеджном рынке за год вырос примерно на 20 %. Специалисты рынка загородной недвижимости считают, что цены на рынке будут и далее расти. Их оценки этого рынка состоят в следующем:¹

- Загородный рынок индивидуальных домов имеет дифференциацию значительно большую, чем рынок квартир в Москве и Подмоскowie. Среди домов в посёлках, продаваемых в 2016 и 2017 годах есть примеры повышения уровня цен значительно более среднему уровню повышения цен в 20 %. Помимо этого, в ряде поселков цены либо вообще не изменились, либо даже снизились. Такое положение дел позволяет делать важные выводы о вопросах ликвидности поселков, их адекватности потребностям рынка, удачных или неудачных проектах. Это говорит и о том, что рынок домов в коттеджных посёлках сильно эластичен по отношению к индивидуальным запросам потребителей. Он насыщен особыми индивидуальными социальными ценностями, вполне капитализируемыми в коммерческой цене. Это уже ценности не утилитарного характера, а социального статуса, идентификации и самоидентификации, престижа, индивидуализма и социального превосходства. Загородный дом становится вполне определённым бодрыйяровским симулякром. Поэтому – то и стоит дорого.
- Изменение средних цен не всегда означает пропорциональное подорожание или удешевление всех выставленных на продажу домов и участков. Это изменение в большей степени обусловлено изменениями в структуре предложения. Происходит сдвиг в сторону предложения больших участков (уже прошли времена предложения участков площадью 6 советских соток). Сегодня минимальный размер участка составляет 15–20 соток. На рынке домов в коттеджных посёлках уже не встретить домов площадью

¹ Оценки получены в результате неформализованных интервью ведущих сотрудников одного из крупнейших агентств недвижимости в Москве и Подмоскowie – агентства ИНКОМ.

менее 200 квадратных метров. Успешно продаются дома в коттеджных посёлках с хорошо обустроенной инженерной и бытовой инфраструктурой. С хорошо налаженной охраной. С обустроенными внутрипоселковыми дорогами. Это сильно удорожает дома. Но спрос не снижается. Более того, конкурентоспособность таких посёлков сильно увеличивается. Потребителю мало купить дом. Ему нужны комфорт, безопасность, состоятельные соседи «его круга».

- Такой сдвиг цен домов и участков в коттеджных посёлках Новой Москвы и Подмосковья приводит к тому, что целевая аудитория потенциальных потребителей становится глобалистской. По крайней мере, включает в себя всё состоятельное население России и стран бывшего СССР, желающего «прикоснуться» к Москве и обеспечить себе дорогую, комфортную и спокойную старость, но и комфортную жизнь своим детям и внукам. За это они готовы заплатить и платят высокую цену.
- Эксперты оценили важность и ценность проживания в коттеджных посёлках Новой Москвы и Подмосковья. Эти оценки вполне внятно объясняются моделью Томаса Гэда, предложившему четырёхмерную конструкцию привлекательных свойств любого товара. Социальность товара состоит и в том, что он становится социальным явлением, и в том, что он нагружается личностными и социальными свойствами, формируя привлекательный образ товара. Томас Гэд заявляет, что брендинг товаров в XXI веке требует восприимчивости и воображения. Великие бренды волнуют людей. Брендинг в одном измерении должен уступить дорогу брендингу в 4-х измерениях. В этом состоит пафос его книги «4D брендинг: взламывая корпоративный код сетевой экономики» [Гэд 2005] Брендинг в четырёх измерениях связан с построением и поддержанием его как знака отношений между людьми. Отношения – вот ключ к коммерческому успеху. Связи объединяют. Сегодня бренды строят вокруг отношений, а не вокруг вещей... Томас Гэд предлагает рассматривать любой бренд в четырех измерениях:
- функциональном (описывает уникальные характеристики продукта или услуги, касается восприятия полезности продукта или услуги, ассоциируемых с брендом);
- социальном (имеет дело с опытом потребителя как пользователя, касается способности идентифицировать себя с группой);
- ментальном (влияет на формирование новых ценностей и отношений, касается способности оказывать конкретному человеку ментальную поддержку);
- духовном (касается ценностей, стоящих за брендом, касается восприятия глобальной или локальной ответственности).

Томас Гэд заявляет, что «...бренд существует не в физическом пространстве, а в сознании людей, где оставляет свой невидимый след. Эти следы могут быть трудно уловимыми. Это могут быть смутные воспоминания о времени и месте, где вы видели товарный знак. Или же бренд может живо запечатлеться под воздействием глубоких и личных эмоций. Чувство глубинной связи с брендом

может возникнуть на основе культурных ценностей или личного опыта, которые нашли свое отражение в данном торговом знаке» [Гэд 2005, стр. 34].

Томас Гэд говорит, что для того чтобы быть успешным, бренду недостаточно просто быть известным и иметь хороший дизайн. Модель Гэда заключается в том, что вместе с брендом в человеческом сознании создается место для него, для человека. У потребителя должно сформироваться определенное мыслительное поле. Всегда есть возможность отвоевать больше места для бренда в человеческом разуме. Чем больше места ты занял, тем больше вероятность того, что тебя выберут в следующий раз, когда будут принимать решение. Идея Гэда состоит в том, чтобы растянуть место, полагающееся бренду в четырех измерениях. Это и есть четыре измерения бренда.

Для рынка домов в коттеджных посёлках Подмосковья идея Томаса Гэда имеет в представлениях наших экспертов вполне конкретное оформление. Модель приобретаемых домов и участков (в дальнейшем – усадеб) становится и многообразнее, и ярче, и богаче. Она зафиксирована на рисунке 1 и названа Гэдом «мыслительным полем бренда».



Рисунок 1. Мыслительная модель поля бренда для приобретения усадьбы в коттеджном посёлке

В маркетинге есть правило, связанное с ценообразованием не по схеме рациональной себестоимости, а по схеме иррациональной тебестоимости: чем выше для потребителя ценность приобретаемого блага, тем выше и цена, которую он будет готов заплатить за это благо.

Последние годы рынок загородной недвижимости активно развивается. С 2010 года он вырос более чем на 70%. На начало 2017 года в Подмоскowie насчитывалось около трёхсот коттеджных поселков, а объем рынка, по оценкам экспертов, превысил 8 млрд долларов США. Однако, несмотря на бурный рост, у экспертов нет единого мнения относительно оценки текущей ситуации. Кто-то говорит о насыщении спроса и сокращения рынка, кто-то предсказывает дальнейший рост цен и расширение продаж. Специалиста рынка не имеют единого представления о тенденциях этого рынка. Отсутствие внятных прогнозов экономического развития страны, трансформаций её социальной структуры насыщают рынок индивидуального жилищного строительства в Новой Москве и Подмоскowie новыми рисками и неопределённостями в развитии коттеджного строительства.

Трудности, возникающие с реализацией коттеджных поселков, побуждают застройщиков искать новые подходы к строительству. В последнее время на рынке загородной недвижимости наметились новые тенденции. Все чаще вновь построенные поселки оказываются логическим продолжением уже существующих проектов. Это вторая, третья или даже более поздняя очередь застройки, расширяющая первоначальный поселок или располагающаяся в непосредственной близости от него. Эксперты рынка считают процесс укрупнения и расширения существующих коттеджных посёлков реальным и имеющим неоднозначные последствия. Растет потенциал социализации (появляются школы, дошкольные заведения и учреждения дополнительного образования детей, к примеру), но пропадает искомое одиночество и стремление к минимизации социальных контактов.

Подобное укрупнение выгодно и застройщикам, и новым покупателям. Оно настораживает только уже жителей посёлков, где начинается его расширение. Однако такое расширение посёлков позволит снизить текущие затраты на его содержание. Ведь развитая инфраструктура коттеджного поселка — спортивные и развлекательные сооружения, рестораны, магазины, школы — слишком сильно повышает стоимость домов и эксплуатационные расходы. Средняя стоимость квадратного метра домов в поселках с развитой инфраструктурой — 2025 долл., а с минимальной инфраструктурой — 1820 долл., то есть разница в среднем составляет 200 долл. с квадратного метра коттеджа. При площадях домов в 300—400 квадратных метров это дополнительные 60 000—80 000 долларов США. Растёт и средняя стоимость последующей эксплуатации домов: 379 долларов США в месяц в поселках с развитой инфраструктурой против 262 долларов США в месяц в поселках с минимальной инфраструктурой. «Укрупнение коттеджных поселков, — считают наши эксперты, — позволяет избежать многих сложностей, возникающих в рамках небольших одиночных поселков, и прежде всего снизить высокую стоимость создания и поддержания комфортных условий для проживания в поселке. Можно предположить, что этот процесс будет развиваться и дальше, особенно для поселков, рассчитанных на средний класс».

Наконец, нельзя не сказать и об амбициозных проектах столичных застройщиков. Речь идет не о строительстве отдельных компактных коттеджных

поселков, а о возведении целых городков. Один из таких проектов еще пару лет назад активно рекламировала крупная столичная компания. Его предполагалось реализовать по новорижскому направлению, всего в 20 километрах от Москвы. На участке в 1500 га, сопоставимом по площади с подмосковным Звенигородом, собирались построить целый город нового типа, в котором будут все градообразующие компоненты: жилая застройка, социально-культурная инфраструктура, зона отдыха и офисный центр. Предполагалось, что главный акцент в таком городе будет сделан на жилой застройке. Причем на индивидуальной, а не на типовой панельной. Расчет шел на недорогую коттеджную и обычную малоэтажную застройку. А объекты инфраструктуры – школы, больницы, торговые и развлекательные комплексы – должны были создать рабочие места, в том числе и для окрестных жителей. Застройщик намеревался даже модернизировать сельскохозяйственное производство, оставшееся в наследство от бывшего колхоза, и создать современные фермерские хозяйства, которые отчасти решили бы проблему продовольственного снабжения. И в самом городе, и вокруг него предполагалось разбить парки и скверы. Чем не город-сад?

Впрочем, большинство экспертов встретило тогда проект скептически – слишком много проблем возникает в связи с освоением новых участков. Главная – прокладка коммуникаций, которая потребует от инвестора значительных затрат. Сегодня об этих планах предпочитают не вспоминать. Однако сама идея строительства в ближайшем Подмосковье небольших городов с малоэтажной и коттеджной застройкой не покидает строителей. О новых планах заявляет то одна, то другая компания. Так что, возможно, лет через пять-семь вокруг Москвы появятся современные коттеджные города по типу европейских. Но только для богатых людей.

В заключение приведем таблицу с краткими характеристиками самых известных и обустроенных коттеджных поселков в Новой Москве и Подмосковье¹ (см. табл. 1).

Таблица 1

**Самые известные и обустроенные коттеджные поселки Новой Москвы
и Подмосковья**

<i>Место</i>	<i>Название поселка</i>	<i>Направление</i>	<i>Расстояние от МКАД</i>	<i>Количество домовладений</i>	<i>Цена за домовладение (доллары США)</i>
1	Николино	Рублево-Успенское шоссе	26 км	более 150	4000000

¹ Котеджные поселки Подмосковья. URL: <http://villageguide.ru/poselki/>. (дата обращения 23. 10. 2017)

<i>Место</i>	<i>Название поселка</i>	<i>Направление</i>	<i>Расстояние от МКАД</i>	<i>Количество домовладений</i>	<i>Цена за домовладение (доллары США)</i>
2	Дрофа	Рублево-Успенское шоссе	15 км	20	4000000
3	X-Park	Рублево-Успенское шоссе	16 км	7	3000000
4	Лазурный берег	Дмитровское шоссе	25 км	88	3000000
5	Никольская слобода	Новорижское шоссе	9 км	60	3000000
6	Резиденция Бенилюкс	Новорижское шоссе	17 км	250	3000000
7	Романово 2	Рублево-Успенское шоссе	16 км	26	2500000
8	Сосны 7-Конкор, Сосны	Рублево-Успенское шоссе	22 км	7	2000000
9	Ривьера на Истре	Пятницкое шоссе	52 км	9	2000000
10	Лукоморье	Калужское шоссе	4 км	19	2000000
11	Корабельные сосны	Рублево-Успенское шоссе	22 км	35	2000000
12	Ландшафт	Рублево-Успенское шоссе	9 км	30	2000000
13	Серебряный бор	Новорижское шоссе	в черте города	30	1500000

<i>Место</i>	<i>Название посёлка</i>	<i>Направление</i>	<i>Расстояние от МКАД</i>	<i>Количество домовладений</i>	<i>Цена за домовладение (доллары США)</i>
14	Горки 21	Рублево-Успенское шоссе	16 км	30	1 500 000
15	Коттон-Вей	Рублево-Успенское шоссе	24 км	250	1 500 000
16	Екатериновка	Рублево-Успенское шоссе	в черте города	40	1 500 000
17	Старое Чигасово	Рублево-Успенское шоссе	29 км	98	1 500 000
18	Чесли	Рублево-Успенское шоссе	25 км	32	1 000 000
19	Подушкино	Рублево-Успенское шоссе	11 км	50	1 000 000
20	Светлые ручьи	Киевское шоссе	22 км	230	1 000 000

Социализация и самоорганизация в коттеджных посёлках: наблюдения и моделирование коммуникаций и статусов

Весной 2017 года было проведено изучение мировоззренческих установок, ценностей и поведенческих стереотипов жителей коттеджного посёлка «Светлые ручьи», принадлежащего к самым известным посёлкам Новой Москвы. Так получилось, что в момент застройки и продаж участков с обременением (2007 год) люди хотели уехать из Москвы, но в 2011 году сама Москва приехала к ним. В предлагаемом исследовании были проведены и неформализованные интервью, и формализованный опрос лиц, согласившихся ответить на вопросы очень краткой анкеты. Мы не можем утверждать о том, что у нас была репрезентативная выборка, но 36 формализованных интервью из 230 жителей посёлка позволяют хотя бы выслушать их мнения о жизни в посёлке и оценить свою социальную траекторию в приобретении усадьбы и видения своего положения в посёлке и роли в обустройстве жизни в нём.

Однако исследование образа жизни в коттеджных посёлках не обязательно обременять требованиями репрезентативности. И формализованные интервью, и неформализованные глубинные интервью позволяют взглянуть на эту жизнь изнутри, оценить социальное поле этих новых социальных изолят. Здесь позиция жителей посёлка определяется и формальностью приобретения и владения усадьбами как дорогими товарами, но и неформальными и не всегда рационально оформленными латентными приобретениями личностного и социального характера. Вот фрагмент интервью одного их жителей посёлка

Когда в семье появились свободные деньги остро стал вопрос о новом жилье. Друзья посоветовали коттеджный посёлок. Москва просто стала забомжачиваться и откровенно обмусульманиваться. Купили участок в 15 соток. Дом строил, не жалея денег. Для детей. Для собственной гордости. Доволен тем, как и что получилось. Жена довольна. Соседи – это люди моего круга. Здесь удивительно тихо (Сергей, 41 год, владелец рекламной компании).

В экономиках постиндустриального типа позиция потребителя является главной и решающей. В этих экономиках клиентоориентированность является не формальным атрибутом, а смыслом конкурентоспособной деятельности. Как когда – то заметил Теодор Левитт: «Товар – это не то, что производят, а то, что покупают» [Левитт 2001, стр.15]. На рынке усадеб и домов в коттеджных посёлках покупают не дома как утилитарные и технико – экономические ценности «марксовых» товаров. На этом рынке важнейшими ядровыми ценностями являются приобретение социальных и личностно – ментальных благ. О них уже говорилось при рассмотрении мыслительного поля бренда Томаса Гэда.

Для понимания этого поля мотиваций стоит посмотреть на мировоззренческие, ценностные и поведенческие позиции обитателей коттеджного посёлка. Они приведены в табл. 2.

Таблица 2

Мировоззренческие установки, ценности и поведения жителей коттеджного посёлка «Светлые ручьи» (в %)

<i>Индикаторы установок</i>	<i>2017 г.</i>
Мировоззренческие установки	
Верят в Бога	67
Считают справедливым сложившийся в России порядок	46
Считают, что семейное благополучие зависит от самого человека	73
Считают, что семейное благополучие зависит от обстоятельств, независимых от человека	27
Поддерживают президента Путина	74
Считают, что Россия великая страна	46
Считают рабочих – мигрантов «необходимым злом»	78

<i>Индикаторы установок</i>	<i>2017 г.</i>
Гордятся тем, что построили дом в коттеджном посёлке и живут в нём	86
Считают, что их жизнь удалась	64
Ценности	
Считают свою семью самой большой ценностью	94
Гуманизм – это обязательная для человека ценность	32
Богатство – это условие для уважения человека	65
Необходимость добиваться социального признания заслуг	31
Товарищество – это необходимость для жизненного успеха	45
Ценности жизни в посёлке	
Одиночество	21
Стремление минимизировать контакты с внешним миром	17
Стремление не заводить в посёлке новых знакомств	24
Придерживаться правил проживания в посёлке	87
Коллективность принятия решений о жизни в посёлке	22
Поддержание хороших отношений с соседями	96
Поведение в посёлке	
Обязательность оплаты за потреблённые ресурсы (электричество, газ, вода)	76
Обязательность оплаты услуг управляющей компании	80
Соблюдение «закона о тишине»	92
Соблюдение правил выгула собак	67
Соблюдение правил езды по улицам посёлка	87
Участие в корпоративных праздниках посёлка	56
Живем в посёлке постоянно	36
Дом в посёлке – это для нас дача	64
Отношение к жизни в посёлке	
Довольны жизнью в посёлке	54
Довольны деятельностью Управляющей компании	32
Довольны деятельностью коллег из Правления ТСН	54
О себе и своём доме	
Топ – менеджеры частных и государственных компаний	52
Государственные служащие	29
Интеллигенция	13
Пенсионеры	7
Содержим штат прислуги	32
Регулярно пользуемся услугами домработницы и других помощников	58

<i>Индикаторы установок</i>	<i>2017 г.</i>
Сами обслуживаем домовладение	10
Имеем сад	95
Имеем огород	46
Имеем теплицу	14
Содержим птиц и мелких животных (кроликов, овец, свиней и пр.)	2

- Жители посёлка в целом удовлетворены своей жизнью. Они откровенно семейные люди, любящие свои семьи. Они заявляют о своём гуманизме, но тут же заявляют и о любви к деньгам, полагая, что богатство «это условие для уважения человека» (65%). Они тщеславные люди, считающие, что необходимо добиваться социального признания их заслуг (31%).
- Одной из главных социальных и ментальных ценностей жизни в посёлке является стремление выстроить своеобразную социальную келью. Они хотят одиночества. Они устали от суетливости и множественности контактов их «большого мира», насыщенного ответственностью, контактами и повседневной рутинной. В посёлке они соблюдают правила хорошего соседства. Соблюдают нормы проживания. Но вот в гости не ходят и не зовут в гости кого – либо из жителей посёлка. Массовым средством коммуникаций являются социальные сети (страница в *Facebook*) и использование *WhatsApp Messenger*. Личные встречи редки. Это на собраниях товарищества собственников недвижимости (ТСН). Но они обезличены. Круг знакомых жителей посёлка – это 5–7 человек. Очень редко, если кто – то назовёт более 10 знакомых ему жителей посёлка.
- На этом фоне явно выделяются жители посёлка двух типов поведения. Это поведение нового российского помещечества – барства. Это поведение жителей, обладающих не менее 30 сотками усадьбу, с домами в 50–70 квадратных метров и имеющих штат собственной прислуги (садовник, повар, домоправитель и пр.). Таких в изучаемом посёлке примерно 20–25% жителей. Одновременно с этим, в посёлке живут люди, демонстрирующие и откровенно асоциальные формы поведения. Они не платят по обязательным для оплаты счетам (задолженность перед поставщиками ресурсов и перед управляющей компанией всегда остается на уровне 2–3 миллионов рублей). Таких новых российских анархистов или девиантов – жлобов примерно 15%.
- Важно, что примерно половина жителей посёлка принимает и вполне окульгуренный сельский образ жизни. Они возделывают сад, имеют огород, растят в теплицах помидоры, огурцы и прочую зелень. Иногда заводят и мелкую живность. Всё это они содержат не для продажи. Им важна, и работа в огороде как деятельность, но и производство экологически чистой продукции.

Таблица 3

Факторы, определяющие жизненные позиции жителей посёлка

<i>Мировоззренческие установки, ценности и поведения жителей коттеджного посёлка</i>	<i>Информативность факторов (в % от общей дисперсии) и факторные нагрузки</i>			
	<i>Фактор 1 (29 %)</i>	<i>Фактор 2 (17 %)</i>	<i>Фактор 3 (10 %)</i>	<i>Фактор 4 (7 %)</i>
Верят в Бога	,76		,65	,80
Считают справедливым сложившийся в России порядок		,74	,60	
Считают, что семейное благополучие зависит от самого человека		,62	,73	
Считают, что семейное благополучие зависит от обстоятельств, независимых от человека	,67			
Поддерживают президента Путина		,45	,44	
Считают, что Россия великая страна	,60			,51
Считают рабочих – мигрантов «необходимым злом»	,60		,44	
Гордятся тем, что построили дом в коттеджном посёлке и живут в нём			,64	,32
Считают, что их жизнь удалась			,61	,35
Считают свою семью самой большой ценностью	,78			,74
Гуманизм – это обязательная для человека ценность	,68			,31
Богатство – это условие для уважения человека			,74	
Необходимость добиваться социального признания заслуг		,46	,37	
Товарищество – это необходимость для жизненного успеха				,58
Одиночество	,40			
Стремление минимизировать контакты с внешним миром	,58		,40	
Стремление не заводить в посёлке новых знакомств	,46			-,78
Придерживаться правил проживания в посёлке	,45		,31	,54
Участие в корпоративных праздниках посёлка				,62
Довольны жизнью в посёлке	,34			,41
	Стремление построения социальной келлы	Постмодернистский бунт: фактор нового анархизма или старого жлобья	Стремление к обретению помещицкой культуры дореволюционного барства	Стремление к обретению социалистических корней

Полученные в формализованных интервью данные были обработаны средствами математико – статистического анализа пакета SPSS. Факторизация массива данных позволила получить 4 статистически значимых фактора, позволивших объяснить 63 % дисперсии системы мировоззренческих, ценностных и поведенческих установок жителей посёлка (см. табл. 3).

Что стоит за максимальной концентрированностью ответов жителей коттеджного посёлка «Чистые ручьи» в пользу актуальности той или иной программы социального поведения? Для ответа на это вопрос использовался метод главных компонент многомерного факторного анализа, позволившего не только снизить размерность числа вопросов по оценке мотивов и практик социального поведения в посёлке на основе их высоких корреляций друг с другом, но прояснить содержательные значения, дать новое интерпретационное название образовавшимся «сгусткам» корреляций или факторным «ядрам».

Первый, самый информативный **фактор**, который объясняет 29 % информативности системы социальных поведений в посёлке, имеет наивысшие факторные нагрузки с переменными, оценивающими потребности жителей посёлка в одиночестве, минимизации контактов с миром столичной жизни и миром вообще, в нежелании заводить новые знакомства, но в то же время и в стремлении не выделяться в посёлке и придерживаться правил жизни в посёлке. Назовем этот фактор как *«стремление построения социальной кельи»*.

Вот фрагменты интервью жителей посёлка, явно демонстрирующие значимость этого фактора самоопределения жителей.

Когда в семье родились две девочки – погодки возникла необходимость в большой квартире. В Москве покупать квартиру не захотели. Шум, грязь, опасности социального окружения от нашествия в Москву азиатов, кавказцев и прочей раздражительной для меня нечисти. Стали искать варианты за городом. Понравилось место в 22 километрах от МКАД по Киевке. Купили участок в 30 соток по 19 тысяч долларов за сотку. Еще пару миллионов долларов вложил в строительство дома и обустройство усадьбы. Сейчас доволен всем. Хорошие и нелюбопытные соседи. Тишина. Сладостное избавление от шума и суетливости городской жизни. Откровенно, работа задалбливает и постоянными кризисами, суетой и беспределом начальства и туч контролирующими комиссий. Здесь же я нашел и покой, и семейное счастье, и гордость за то, что я смог сделать счастье и для жены, и для детей. Жена работает. За детьми следят две няни. В своём доме я просто отдыхаю. Никого не приглашаю сюда в гости. Это моё лежище. Это стоит тех денег, что потрачено на дом. Плохо, что дети подрастают, а здесь пока нет приличных школ...Боюсь, что придется возвращаться в Москву... (Фёдор, 39 лет, топ – менеджер одной из крупных российских компаний на рынке сотовой связи).

Знаешь, и жена и трое детей уже живут на постоянке здесь. С ними четверо моих верных людей. Это – и охрана, и рабочие по дому и на кухне. Я стараюсь пару раз в месяц сюда прилетать. Просто отлежаться. Моя задача состоит в том, чтобы перебраться сюда и открыть свой бизнес здесь. Но чтоб с минимальными рисками. Детей в него буду втягивать...(Артём, 44 года, директор порта на Дальнем Востоке (не назвал, какого). Владеет участком в 60 соток с домом не менее 700 квадратных метров).

Второй фактор, объясняющий 17% информативности системы социальных поведений имеет наибольшие корреляции с признаками эгоистического и социально не одобряемого поведения (конечно, мы здесь говорим о нормах социальности классического модерна). Эти переменные оценивали дисциплину оплаты услуг по ресурсному обеспечению домовладения (дисциплина оплаты за электричество и газ), оплаты услуг управляющей компании, важности мнений соседей о них и соблюдения правил поведения в посёлке (посещение поселковых собраний и праздников, выгула собак, норм правил соблюдения тишины и езды по улицам посёлка). У этого фактора самые низкие корреляции с этими переменными. Это говорит о факторе не социальности и демонстративной не желательности культуризации жизни в посёлке. Назовем этот фактор как *«постмодернистский бунт: фактор нового анархизма или старого жлобья»*. Вот фрагменты интервью жителей посёлка, явно демонстрирующий значимость этого фактора.

Знаешь, я всегда боролся с несправедливостью. И в Советском Союзе, и сейчас. Вот я купил два участка по 15 соток. Дом и баня стоят на одном участке. Второй участок — просто газон. Вот с какой стати я буду платить за охрану, за очистку дорог, за инженерные коммуникации как за два участка! Не платил, и платить не буду. Решение собрания? Наплевать. Тут у нас не посёлок, а какое — то коммунистическое собрание. Насмотрелся я на них. Я вложился в этот дом для того, что б жить здесь. Вот скоро меня на пенсию турнут. Буду здесь жить. И мне просто наплевать, что про меня думают соседи. Я к ним не хожу и не общаюсь... (Владимир, 56 лет, руководитель департамента одного из министерств экономического блока).

Наступил для меня момент истины. Я всю жизнь мечтал о своём доме. О жене и детях. Они в школе. У них всё есть. То, чего не было у меня. Я только в доме чувствую себя свободным. Жалею, что образование у меня так себе. Но детей подниму. В посёлке все нравится. Только начальство не люблю. Живу так, как хочу жить. С людьми? Да не знаю я никого. И не хочу знать. Не люблю вспоминать своё прошлое (Иван, 56 лет, называет себя бизнесменом, две ходки «в места, не столь отдалённые»). Не озлобился. Открыт и оптимистичен. Живет в доме метров 500 квадратных метров с женой и двумя детьми 12 и 15 лет)

Третий фактор, объясняющий 10% информативности системы, связан, прежде всего, с переменными, оценивающими демонстративность поведения в посёлке. Речь идёт о больших участках земли, о больших и дорого обустроенных домах, о наличии прислуги, о формировании в посёлке новых социальных изолят, о полном равнодушии к жизни в посёлке, но при этом в соблюдении финансовой дисциплине по уплате услуг, но с полным безразличием к соблюдению норм проживания в посёлке (тишина, режим движения по дорогам посёлка и правила выгула собак). Назовем это фактор *«стремлением к обретению помещичьей культуры дореволюционного барства»*. Вот фрагменты интервью жителей посёлка, явно демонстрирующий значимость этого фактора.

Я в Советском Союзе служил в Армии. В очень сложных и профессиональных ракетных войсках стратегического назначения. Годами с женой жил

в гарнизонных посёлках разных камчаток и курил. Когда рухнул Советский Союз, меня спеца, только что державшего в руках оружие мегатонного заряда, майора просто выбросили на улицу. Знаешь, моя жизнь с тех пор приобрела характер мести. Я стал просто должен подняться и завоевать вершины. Не поверишь, но планировал свою жизнь как войсковую операцию. Дома в квартирке моей матери в Москве жило 5 человек. У меня уже двое детей. Друзья позвали в бизнес. Стало получаться. Создали с итальяшками совместную фирму. Знаешь, дело пошло. Обязан братству армейского товарищества. Помогали и помогают. Вот мой дом. 30 соток. Дом как дворец. Всё есть. Не знаю, зачем только мне и сауна, и хамам. Не пользуюсь ведь. Вот бассейн — это здорово. В гостевом доме у меня живут три постоянных человека. Повариха — домработница. Садовник и Домоправитель. Ну что б сантехника, электрика, газ. Что б всё работало. Соседи? Да не очень я с ними общаюсь. Евреи одни. Воры. Вот я всё горбом добился. Мне не так важны их решения на собраниях. На собрания не хожу. В дом приглашаю только старых друзей. Новых уже в моём возрасте не заводят... (Сергей, 55 лет, собственник компании по производству в России и продаже итальянской мебели)

Этот дом, усадьба — это моё место для счастливой старости. Со мной моя жена и четверо наших детей. Два внука. Они учатся в русской школе. Я не хочу их возвращения в Таджикистан. Пусть живут в России. Может быть они здесь обретут своё счастье. В Таджикистане очень сложно жить. Для такой семье, как у меня, нужен большой дом. Да, со мной живут и три человека, которые смотрят за домом и помогают моей супруге. Они из Таджикистана. Они служат мне. Откуда деньги? Зачем тебе это знать? (Акрам, 61 год, бывший работник администрации президента Таджикистана, владелец участка в 30 соток и трёх — этажного коттеджа. На участке построен отдельно стоящий дом для прислуги).

Четвёртый фактор, объясняющий 7% информативности системы, связан, прежде всего, с переменными, оценивающими откровенную ориентацию на социализированность и коммуникативность жизни в посёлке. Этот фактор имеет большие корреляции с переменными, оценивающими приверженность к коммуникативным способам принятия решений о жизни в посёлке, дисциплины платежей и норм поведения в посёлке, с организацией своих садов и огородов. Назовем это фактор *«стремлением к обретению социалистических корней»*. Вот фрагмент интервью жителей посёлка, явно демонстрирующий значимость этого фактора.

Окно возможностей появилось только тогда, когда перешла работать в эту компанию с контрольным пакетом акций у голландцев. Я тогда поняла, что такое деньги и их возможности. В поселке у нас усадьба в 15 соток. Дом в 260 квадратных метров. Деревянная баня. Мы довольны. Плохо, что нет пока хороших школ. Но ведь у нас в посёлке хороший детский сад и ясли. С английским языком. Я всегда была активисткой. И в школе, и в университете. Вот и в посёлке я председатель ТСН. Я просто мечтаю, что бы наш посёлок был посёлком счастливых и радостных людей. Вы помните 4 — й сон Веры Павловны из романа Чернышевского? Вот что бы и у нас в посёлке люди обрели своё счастье (Ирина, 44 года, мать двоих детей. Замужем. Живет в посёлке с 2012 года вместе с уже пожилыми матерью и отцом. Работает топ — менеджером в крупной совместной с голландцами нефте — газовой компании).

Строил дом с энтузиазмом. Всю ведь жизнь после окончания Томского политеха проработал в болотах Васьяганья. Устал. Однако и здесь счастья не обрёл. Скучно. Все замкнулись за заборами. Просто выпить не с кем. Хорошо хоть раз в год на Новый год собираемся на совместную пьяночку. Да я многих знаю в посёлке. Но вот выпить рад с двумя – тремя соседями... Отрада и для меня, и для жены – это наша живность. У меня целая кроличья ферма. У меня курятник и в нём курей 20, а еще перепела. Две теплицы. Всё это как – то окрашивает мою жизнь смыслом (Владимир, 70 лет, живёт в доме площадью 300 квадратных метров с женой и семьей сына с двумя детьми. Бывший начальник нефтегазового управления на нефтяных провинциях Тюменской области).

Конечно, предложен всего лишь эскиз образа жизни нового социального явления современной России и новых форм социального активизма, связанного с проживанием в коттеджных посёлках. Внешне эти посёлки вызывают и восхищение, и зависть, и гнев от социальной несправедливости. Однако даже поверхностный взгляд на них и на жизнь в этих поселениях вызывает чувства и сочувствия, и сожаления сложностью организации социальной жизни в них для людей с разными культурами, разными жизненными опытами и разными потребностями, реализуемыми в этих посёлках.

Станет ли это явление коттеджизации массовым, или останется социальной изолятой, покажет время.

Список источников

- Безрукова В. С.* Основы духовной культуры. – Екатеринбург, 2000.
- Всемирный банк.* Доклад о мировом развитии: проблемы молодого поколения в контексте развития. URL: <http://www.un.org/ru/development/surveys/docs/worlddev2007.pdf> (дата обращения 9 апреля 2016 года).
- Гэд Т.* 4D брендинг: взламывая корпоративный код сетевой экономики. – СПб.: Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2005.
- Зборовский Г. Е.* История социологии: учеб. для вузов. – М.: Гардарики, 2004.
- Зборовский Г. Е.* Российское общество в зеркале социального неравенства // Социологические исследования. 2017. № 4. с. 3–7.
- Кравченко С. А.* Становление сложного общества: к обоснованию гуманистической теории сложности. – М.: МГИМО-университет, 2012.
- Левит Т.* Маркетинговая миопия. // Классика маркетинга / Сост. Б. М. Энис, К. Т. Кокс, М. П. Моква; Пер. с англ. Т. Виноградова и др. – СПб: Питер, 2001.
- Локосов В. В.* Богатая Россия и бедное население. // Народонаселение. 2015. № 4. стр. 6–16.
- Овсянников А. А., Римашевская Н. М.* Возлюбившие деньги. Социальный статус богатых глазами экспертов. – М.: ЦКСИиМ, 1995.
- Тощенко Ж. Т.* Парадоксальный человек. – М.: 2007.
- Шевяков А., Кирута А.* Измерение экономического неравенства. – М: Межведомственный центр социально-экономических измерений, 2002.