

КАК СНЯТЬ КВАРТИРУ В ПЕТЕРБУРГЕ: ПРАВИЛА СДЕЛКИ НА РЫНКЕ АРЕНДНОГО ЖИЛЬЯ

Дмитрий Лебедев
аспирант факультета социологии СПбГУ

«Человек человеку... как бы это получить выразиться — табула раса. Иначе говоря — все, что угодно. В зависимости от стечения обстоятельств.»

Сергей Довлатов. Зона¹

1. Аренда квартиры: феномен сделки

«Я всегда стараюсь тщательно отбирать своих жильцов»

Слова арендодателя сразу после сделки

Цены на недвижимость в Санкт-Петербурге, в частности, на рынке арендного жилья, который будет нас здесь интересовать, за последние год-двакратно возросли и продолжают расти². Сеем предположить, что практически весь рынок арендного жилья сегодня является неформальным, и, на сегодняшний день, по некоторым данным, в городе уже насчитывается около 300 агентств недвижимости, что для статистов всех мастей (экономистов, политологов, политиков, чиновников и т.д.³) может послужить убедительным фактом, подтверждающим любую спекулятивную гипотезу, традиционно измеряемую в процентах. Как бы там ни было, но статистические показатели не способны ни оценить стоимость эмоциональных издержек, затраченных на поиск арендного жилья, ни понять экзистенциальную сущность этого рынка. И если цифры и проценты — удел *большой политики*, то, как только Вы попадете в квартиру потенциального арендодателя, Вам предстает феномен иного порядка, ни коим образом не формализуемый в «объективных» и «научных» показатели.

Понять арендный рынок возможно исключительно одним путем — оказаться на месте квартиросъемщика: поехать по Петербургу с агентом и побывать в ситуации сделки между арендодателем и квартиросъемщиком⁴. Вместе с тем, как и на любом неформальном рынке, рынок арендного жилья оборачивается весьма нетрадиционным рынком и

торговля идет по своим особым правилам. Деньги как таковые играют роль исключительно вспомогательную, то есть, согласно классическому определению *economics*'а — деньги приводят друг к другу покупателя и продавца, но товаром на этом рынке становится сам квартиросъемщик, точнее не он сам как таковой, а его статус. Конкуренция разворачивается, таким образом, за статусы квартиросъемщиков, которые, в свою очередь, предстают перед арендодателем чужаками.

Надо сказать, что мы оказались на рынке арендного жилья в тот момент, когда он был невероятно насыщен спросом при отсутствии необходимого количества предложений⁵, что отмечали все агенты по недвижимости, с которыми пришлось столкнуться автору. Ясно, что всё это провоцировало конкуренцию на этом рынке и в течении двух недель мы попадали в ситуации, когда на одну и ту же квартиру претендовали сразу 3-4 квартиросъемщика за один день визита. Арендодатель показывал квартиру, при этом, в условиях необычайно высокой конкуренции, он не столько предлагал, сколько делал свой выбор между теми или иными клиентами. Одновременно, конкуренция шла не только между квартиросъемщиками, но и между агентами недвижимости, для которых было важно стать, по их собственным словам, «приоритетными», то есть, оказаться первыми в списке клиентов. Однако, «приоритетным» или нет оказался агент и его клиент, это ни коим образом не интересовало арендодателя: он *пытался* сделать свой выбор опираясь исключительно на собственное мнение, а точнее, на собственное «локальное и бытовое знание». Порой, арендодатель оказывался в щекотливой и крайне затруднительной ситуации выбора среди «предложенных» ему квартиросъемщиков, и мог просто на просто отказаться от сделки. Таким образом, мы оказались на рынке арендного жилья в ситуации интенсивной конкуренции, но, в то же время необходимо отметить, каким бы ни были спрос и предложение на этом рынке в конкретный момент времени, высокая или нет конкуренция между квартиросъемщиками за одну и ту же квартиру, квартиросъемщика всегда будет волновать только и исключительно один вопрос: как снять квартиру.

На первый взгляд, особенно для тех, кому ни разу не доводилось сдавать квартиру (и у кого такой возможности нет) и уж тем более тем, кому не доводилось снимать, этот вопрос может показаться, мягко говоря, странным. Однако, что бы ни привело квартиросъемщика к арендодателю, последние меньше всего при встрече будут интересоваться деньгами как таковыми, просто потому, что деньги само собой разумеющееся условие арендной сделки. Экономизм аренды квартиры, тем самым, не имеет равным счетом никакого значения, точнее, деньги не являются фактором, влияющим на то, удастся ли Вам снять эту квартиру в итоге или нет⁶. И сколько

1 Письмо от 17 апреля 1982 года. Нью-Йорк. Цитата по «Сергей Довлатов. Заповедник». Санкт-Петербург, Издательство «Азбука» 2003, с. 78.

2 Не обращаясь специально к статистике, все-таки скажем, что рост на первичном рынке недвижимости составил как минимум 200%, на вторичном — минимум 100%. Что касается аренды, то она выросла примерно на 30-40%. К примеру, стоимость аренды комнаты в коммунальной квартире сегодня колеблется от 5000 до 7000 рублей.

3 Это, к слову о современной привычке понимать «положение вещей» через опросную традицию, и, например, «мерить Демократию» через проценты и мнения, а не через реальную повседневность и проч.

4 В методологическом плане будет важно отметить, что именно так и появился данный текст, написанный по дневниковым заметкам и опыту поиска арендной квартиры в конце августа 2006 года. «Двухнедельное поле» (примерно с 20 августа по 2 сентября 2006 года) неминуемо страдает «thick description», а значит, итоговым пониманием. В связи с чем, данный текст можно расценивать исключительно как пилотный. Не менее важно, что данный опыт, который всегда стоит во главе классического участвующего наблюдения, собственно, за которым и идет социолог в поле, оказался вынужденным, и по началу рассматривался исключительно как определенный этап в индивидуальной авторской биографии, казалось бы не имеющей де-факто никакого отношения к профессиональной деятельности. Однако, уже по прошествии недели поисков стало ясно, что данный опыт, имеет любопытные социологические аспекты, и, тем самым, собственный биографический этап поиска арендной квартиры в сегодняшнем Петербурге обернулся исследовательским полем.

5 К слову об ажиотаже: мне довелось бывать в тех квартирах, в которых еще проживали квартиросъемщики, и формальный срок контракта заканчивался через несколько дней. В этих ситуациях даже возникали конфликты. Так, одна из квартиросъемщиц просто затеяла скандал: «Что это такое?! Почему Вы тут ходите, в ванну, где висят мои трусы и лифчик?! Ходите в ботинках! Носите грязь! Я же еще живу тут и у меня контракт до понедельника!» Хозяйка квартиры и агенты, в свою очередь, просто пожимали плечами.

6 Стоимостью арендуемого жилья, тем самым, играет роль только методологическую, то есть, позволяет определить сектор рынка и описать то, что происходит именно в этом секторе рынка арендного жилья. В данном тексте рассмотрены квартиры «—эконом» и «—среднего» класса, как классифицирует этот рынок одно из петербургских агентств недвижимости. Об этом подробнее сказано в заключительном пункте этого текста (4). Невидимая эстетика

ко бы не стоила аренда — 500 или 3000 долларов, деньги способны только привести Вас к арендодателю, которого будут интересоваться уже другие вопросы, и будет он разговаривать с квартиросъемщиком не о деньгах, а о его «биографической ситуации». Более того, сколь бы не был динамичен рынок арендного жилья, неизменным всегда остается одно: *правила и механизм взаимодействия арендодателя и квартиросъемщика*.

Здесь нами будут рассмотрены особые правила взаимодействия между арендодателем и квартиросъемщиком, действующие на арендном рынке квартир «—эконом» и «—среднего» класса⁷, когда арендодатель сдает квартиру не через сеть знакомств и родственников, не через частные объявления в газетах и расклейку на фонарных столбах и уличных стендах, а вынужден искать клиентов через агентства недвижимости, которые находят и приводят «в дом» арендодателя не просто потенциального квартиросъемщика: перед арендодателем возникает «классический чужак». Что известно арендодателю о квартиросъемщике, кроме того, что тот кредитоспособен и готов платить? Ответ очевиден — ничего, и даже заявленная кредитоспособность ставится им под сомнение. Опираясь на опыт, отметим, арендодателя кроме дополнительного заработка, преимущественно интересует еще и личность будущего постояльца, которому предстоит на время сдавать *свою* квартиру и за кредитоспособностью потенциального квартиросъемщика арендодатель всегда отбирает оптимального постояльца, который «не будет шуметь, ругаться с соседями, пить, ломать мебель, тушить сигареты о подоконник и т.д.» Ясно, что предсказать это невозможно, но подобная непредсказуемость никак не отменяет процесса отбора клиента. В тоже время, ситуация встречи арендодателя с потенциальным квартиросъемщиком предельно *ксенофобна*: ни тот, ни другой никогда не встречались друг с другом, а, чтобы получить столь желаемый дополнительный заработок арендодателю необходимо сделать выбор между тем или иным квартиросъемщиком, точнее, между представленными чужаками.

В ситуации выбора, арендодатель способен опереться, как мы уже отметили выше, только на собственное «обыденное знание» — комплекс фобий, всевозможных представлений и предрассудков. И, чтобы понять, какой из представленных квартиросъемщиков наиболее подходит и удовлетворяет требованиям арендодателя, у последнего не так много критериев для принятия «правильного» решения — точнее всего два: (1) *внешность* квартиросъемщика, или, *arréance capital*, и (2) *нарративная презентация*, те индивидуальные биографические детали, которые тот успевает сообщить о себе арендодателю. В свою очередь, и (1) и (2) критерий далеко не очевидны — внешность, как известно, «обманчива» и привычка *judge by arréances* ставится под сомнение; а что именно, какие биографические детали сообщает о себе тот или иной чужак-квартиросъемщик всегда остается исключительно на усмотрение самого чужака-квартиросъемщика и арендодателю ничего не остается, кроме как верить ему «на слово»: так, например, автору текста «пришлось быть женатым на американке, которая, якобы, возвращается из Америки на стажировку в Европейский Университет», хотя автор не женат и снимал двухкомнатную квартиру «в складчину» исключительно из прагматических соображений минимизации рас-

реального Петербурга... Можно также предположить, что стоимость арендного жилья — в частности, класса «элитных», способны только минимизировать эмоциональные издержки, однако, это не отменяет рассматриваемые нами правила взаимодействия между арендодателем и квартиросъемщиком. По-видимому, они просто иные, что безусловно требует дополнительного исследования.

7 Как мы и сказали (См. сноску (6)), мы опираемся на классификацию петербургских арендных квартир одного из петербургских агентств недвижимости. Адрес статьи: <http://www.becar.ru/press2.php?mes=1894>. Подробнее об этом в закл. пункте этого текста 4. Невидимая эстетика реального Петербурга.

ходов. Впрочем, такая легенда, додуманная и предложенная арендодателю агентом по недвижимости, была принципиально важна для того, чтобы быть заведомо конкурентным среди иных представленных чужаков-квартиросъемщиков «на суд» арендодателю. К слову сказать, сразу после заключения сделки и подписания контракта на аренду квартиры, арендодатель произнес весьма показательную фразу: «*Я всегда стараюсь тщательно отбирать своих жильцов. Я Вас сразу отметил, как увидел, подумал, что Вы серьезный! Да, в общем, это сразу видно! Не хочу пускать сюда молодежь, а то устроят тут дискотеку, а у меня соседка завистливая, может и участкового позвать! Зачем мне эти проблемы?!*»⁸ Но прежде, чем кому-либо из квартиросъемщиков услышать подобный, порой, долгожданный вердикт, необходимо пройти отбор: так возникает любопытный квази-социологический феномен⁹ сделки между арендодателем и чужаком-квартиросъемщиком.

2. 'Moral economy' агентств недвижимости

Что бы ни привело Вас в Петербург — учеба, работа, любовь, или более экстремальные причины, иначе говоря, если Вы иммигрант, то поиск арендной квартиры станет следствием обозначенных причин и это первое с чем придется определиться. Если Вы местный, но также по каким то причинам решили арендовать квартиру — поругались с родителями или всего на всего в состоянии начать самостоятельную жизнь, процесс поиска квартиры *возможно* будет значительно проще. Степень и качество социальных отношений с местным сообществом — та разница между иммигрантом и местным, которая возможно упростит поиск квартиры. Но, если знакомство с городом началось «с нуля», с авто- или железнодорожного вокзала, или, так сложилось, что никто из Ваших знакомых не в состоянии помочь в этом вопросе, то Вам, пожалуй, придется пройти весь путь поиска арендного жилья.

В крупном городе, таком как Петербург, сегодня уже сложно, да и почти невозможно, найти частных объявлений, как прежде, публикуемых в газетах «Из рук в руки» или «Шанс»: Вы это поймите сразу, сделав несколько звонков¹⁰. Почти наверняка Вам не удастся выйти на «частника» и через иные, ранее популярные информационные каналы — частные объявления, развешанные на фонарных столбах и досках объявления, вблизи мест наиболее интенсивного скопления людей: автобусных и трамвайных остановок, станций метро и прочих заведениях быстрого фастфуда. Сегодня, основную массу заявок аренды жилья аккумулируют агентства недвижимости, да, пожалуй, и сами арендодатели уже стараются обращаться за их услугами. И дело даже не только в оперативности поиска квартиросъемщика — агентство не-

8 Здесь и далее курсивом выделены цитаты информантов, записанные и воспроизведенные почти дословно.

9 На подобие квази-социологического феномена «городского соседства». По этому поводу пишет С.В. Дамберг в статье «Городское соседство: идеология и этнография (Случай Санкт-Петербурга)» (не опубликовано).

10 В указанных газетах — «Из рук в руки» и «Шанс» действительно все объявления «идут» исключительно через агентства недвижимости. Частных объявлений Вам не удастся обнаружить почти наверняка. Еще на начальных этапах поиска «частников» через данные газеты мне довелось услышать на очередной мой вопрос («Это опять что ли агентство недвижимости?!») раздраженный голос одного из агентов: «Молодой человек, сегодня частных объявлений в газетах нет!» Между тем, в самих газетных рубриках о недвижимости разворачивается интересная стратегия агентов: многие объявления специально «закамуфлированы» под частные, многие специально с крайне низкой ценой, и квартирами, которых просто «не существует в природе» по указанным ценам, порой даже, по-видимому, указаны вымышленная топография квартиры и т.д. Подобная конкуренция между всевозможными агентствами нацелена только на одно: выиграть звонок клиента «а там поговорим, предложим...».

движимости действительно способно за сутки, двое, максимум — трое, найти Вам *подходящего* клиента, что не мало-важно в таком крупном мегаполисе, как Петербург; агентство недвижимости не только «торгует» поиском, как таковым, правильнее сказать, что агентство выступает неким «посредником» между арендодателем и *абсолютным чужаком* — квартиросъемщиком. В то же время, арендная сделка между первым — арендодателем, и вторым — квартиросъемщиком, включают в себя не только экономику фискальную, но и, как станет ясно ниже, моральную. Пожалуй, последний компонент сделки, даже несмотря на то, что контракты, заключаемые между арендодателем-агентством-квартиросъемщиком фактически ничего не гарантируют¹¹, является одним из признаков значительно возросшего количества агентств недвижимости.

Но прежде, чем Вы решите обратиться в агентство, для простоты суждений назовем его «реальным», которое приведет Вас в квартиру, и только после того, как Вы её увидите своими глазами, пообщаетесь с арендодателем, а возможно даже и сможете поторгаться о цене, и только тогда решите — заключать сделку или нет, вполне вероятно, (а особенно, если квартиросъемщик не местный), поиск арендной квартиры приведет Вас на рынок, в свою очередь назовем его «виртуальным», других услуг — афёрных. Естественно, что без этого не обходится ни один рынок, и особого внимания здесь уделяться не будет. Но вкратце, все-таки, стоит о нем сказать несколько слов, так как он также широко представлен, и, по сему, набирает значительные обороты.

Этот рынок «виртуальных арендных услуг» представлен, впрочем, как и «реальные агентства», в упомянутых газетах «Из рук в Руки» и «Шанс»: обнаружить их не составит Вам большого труда: откройте газету и найдите там «самое интересное предложение», скажем, двухкомнатную квартиру вблизи станции метро в полтора, а то и два раза дешевле на фоне прочих предложений. Почти наверняка это будет «виртуальным агентством». Позвонив туда (обычно это происходит в спешке), Вам непременно скажут, что «эта квартира еще пустует и ждет именно Вас», и «для этого Вам необходимо подыхать по соответствующему адресу этого агентства недвижимости, где Вас *соединят* с хозяином этой квартиры, и по телефону Вы сможете обсудить с ним все вопросы». После того, как Вы поговорите по телефону с *якобы* хозяином интересующей Вас квартиры¹², Вы получите и адрес и телефон, как правило стационарный, и Вам останется заплатить полторы-две тысячи рублей¹³ за информационные услуги этого агентства недвижимости. Но, в этот же вечер Вы обнаружите, что на этот телефон никто не отвечает, а на следующий день, почти наверняка, в этом агентстве Вам скажут, что «заявка именно на эту квартиру снята, но агентство будет продолжать искать Вам аналогичное — подобно этому, жилью», что не противоречит подписанному контракту. Не удивляйтесь, если все после-

дующие Вам предложения будут от 600 и выше долларов, то есть, по стандартным, а то и выше, рыночным ценам на момент Вашего поиска¹⁴.

Удобное месторасположение арендной квартиры, как правило это несколько минут от станции метро и, соответственно, низкая арендная цена за жилье — стратегия «виртуального агентства недвижимости», которая «с легкостью» приводит клиентов к ним. Нельзя сказать, что данные «виртуальные агентства недвижимости» полностью нелегалы — нет; и текущую информацию об арендных предложениях, согласно подписанному с ними контракту, клиент действительно будет получать регулярно. Но, как мы и сказали, далеко не по тем ценам, на которые он рассчитывал. Весь фокус в том, что «виртуальные агентства», как и «реальные», пользуются услугами, как они сами говорят, «общей базы», а точнее, услугами двух крупных агентств недвижимости, куда стекается масса заявок арендодателей: «Квартирный вопрос» и «Квартиры Санкт-Петербурга»¹⁵. Эти услуги платные, и, в свою очередь, каждое агентство за определенную — регулярную абонентскую плату является клиентом этих указанных агентств. Более того, потребность обращений к услугам данных крупных агентств возникает всякий раз, когда собственной «клиентской базы» становится недостаточной.

Такова вкратце сегментация рынка агентств недвижимости. Однако, если вернуться от «журналистского расследования» к интересующему нас предмету — перед нами предстанет иной феномен мегаполиса, а именно, *феномен услуги* агентства недвижимости. Как мы и сказали, реальные агентства недвижимости торгуют не просто *поиском* арендного жилья, а выступают неким гарантом сделки, т.е., предоставляют необходимую легитимность чужака-квартиросъемщика. Кажется, секрет возросшего числа обращений арендодателей к услугам агентств недвижимости кроется в отношении арендодателей к их собственности, как таковой. Местное население, а именно, та его часть, которая имеет возможность сдавать в аренду жилье, находящееся в их собственности, собственно не рассматривает эту собственность как товар: в большинстве случаев, в арендных квартирах прежде жили они сами, или их родители; эти квартиры до сих обставлены *их* мебелью, там находятся *их* диваны и кресла; а на кухне даже до сих пор остались цветы и кактусы. Каждая бытовая вещь в этой квартире зафиксирована временем, где ранее протекала *их* жизнь. Но, при стечении определенных обстоятельств, хозяева этих квартир однажды вынуждены превратиться в арендодателей, тем самым, начать зарабатывать на *их* прошлой повседневности, той атмосферы домашнего быта и уюта, где прошла их значительная часть жизни. Кажется, что именно отсюда произрастает и спрос на агентства недвижимости, на их моральные услуги, и на столь тщательный отбор между квартиросъемщиками. За площадью в 20, 25, 40 и т.д. квадратных метров, за одной или двумя комнатами, для людей, внезапно ставших арендодателями, кроется невидимая ни для кого жизнь в этой квартире. Иногда, и мы попадали в такие ситуации, этим хозяевам даже не име-

11 Попутно заметим, что все контракты между арендодателем и квартиросъемщиком заключаются на 11 месяцев, что очевидно позволяет избежать налога за предпринимательскую деятельность. Данный контракт выгоден исключительно квартиросъемщику, т.к. последний гарантирует фиксированную плату в течении срока договора. Однако и это не является гарантом, т.к. арендодатель, ориентируясь на ценовую тенденцию рынка, в любое время может и имеет право предупредить квартиросъемщика за 30 дней о прекращении аренды, что не противоречит контракту. В результате, многие юридические аспекты контракта ставятся под сомнение.

12 По видимому, «человек с которым Вас соединят и будет рассказывать про «свою» квартиру» сидит в соседней комнате того же самого помещения. «Виртуальное агентство» предлагает Вам «голос» за 1,5-2 тыс. рублей.

13 В зависимости от интересующего жилья — комнаты в коммуналке, одно-, двух-, трех-, или четырехкомнатной квартиры. Реестр цен «за информационные услуги» висит прямо в офисах перед клиентом.

14 Во время одного из звонков в такое агентство меня попросили подождать «на телефоне» несколько минут, в то время как мне довелось непреднамеренно услышать такой разговор агента и, по-видимому, «кинутого» клиента: «Нет, мы от Вас не отказываемся! Вы подписали контракт и мы Вам сообщаем всю информацию! Ту заявку на квартиру, которую Вы хотели, сняли! Мы ищем! Да послушайте же спокойно, я же говорю Вам, что мы Вас не бросаем...» Разговор оборвался, по-видимому агент просто бросил трубку.

15 Первое, что спросил один из агентов недвижимости, с которым мне пришлось «работать» был следующий вопрос: «Вы еще к кому-нибудь звонили, обращались? Не обращайтесь, так как у всех одна общая база». И действительно, спустя несколько дней, реагируя сразу на 4-5 агента я понял, что нам назначают одни и те же квартиры, но только посетить их можно в разные дни. Умение агента, таким образом, чтобы первым попасть в эту квартиру.

ет смысла предлагать лишние деньги, например, выплатить аренду сразу на несколько месяцев вперед, для них главное не это: при сделке хозяева-арендодатели решают кому отдать в аренду собственную, уже прошлую, повседневность. Так, мой арендодатель сказал на моё предложение об оплате сразу на несколько месяцев вперед: *«Нам с женой в общем-то так срочно деньги не нужны, поэтому не обязательно. Главное, чтобы тут всё хорошо было»*. И добавил: *«Ну, и еще, чтобы Вы, как сказали, не съехали через там месяц или два»*.

Петербургский арендный рынок жилья сегодня преимущественно состоит именно из таких квартир. Обратимся теперь к классификации арендного рынка жилья. Одно из агентств недвижимости и уже цитированная статья предлагает следующую классификацию: «эконом-класс», «средний класс» и «повышенная комфортность и элита» арендных квартир. Правда, только последнюю категорию агентство относит собственно к бизнесу: «По наблюдениям специалистов Департамента аренды АН «Бекар», люди получающие доход от сдачи элитных квартир и квартир повышенной комфортности, предпочитают пользоваться услугами доверительного управления, которые предоставляют специалисты агентств недвижимости (в том числе «Бекар»). В этом случае агентство занимается всем происходящим в квартире: начиная от ремонта, заканчивая взиманием платежей с арендатора. Хозяин же получает постоянный доход.

Если в нижнем и среднем ценовых сегментах цена аренды квартиры в значительной степени зависит от факторов, на которые хозяин может повлиять, то в сегментах «элита» и «повышенная комфортность» — от изначальных характеристик недвижимости. *Сдача в аренду квартир в этом сегменте — уже не «дополнительный доход», а «бизнес»*. Цены на этом рынке диктуются спросом. Поэтому нередки случаи, когда цена квартиры снижается вдвое против заявленной хозяином. Порой хозяин квартиры вкладывает деньги в дорогостоящий ремонт, упустив из виду какой-либо важный фактор (например, отсутствие парковки). В результате квартира оказывается между двумя ценовыми сегментами: для элитного арендатора не подходит, а для типового — слишком хороша.¹⁶

Одна эта цитата позволяет классифицировать петербургский рынок арендного жилья несколько иначе и, по сути, адекватнее: если арендодатели «повышенной комфортности и элиты» — бизнесмены, то этого никак нельзя сказать, согласно наблюдениям специалистов Департамента аренды АН «Бекар», про арендодателей «— эконом» и «среднего» класса, то есть, здесь речь идет фактически не о бизнесе как таковом. Стало быть, товарно-денежные отношения в этом сегменте совершенно другие, построенные по другому принципу и логике. Логика этого, данного класса на арендном рынке начинается с общения квартиросъемщика и агента: последний помимо исключительно функциональных вопросов — «Какой цена и район Вам нужны», начинает задавать, казалось бы, вопросы, не имеющие отношения к бизнесу как таковому. И действительно, на каком рынке предприниматель или бизнесмен прежде чем совершить сделку стал бы интересоваться Вашим возрастом, «цветом кожи», гендером, семейным положением, профессиональной деятельностью, наличием детей и домашних животных и т.д. Между тем, именно с подобных вопросов, как правило по телефону, начинается общение квартиросъемщика и агента по недвижимости, который и приведет Вас к арендодателю. Порой, автору доводилось распознавать смущение самого агента от таких вопросов, на что тот даже начинал оправдываться: *«Ну, Вы понимаете, что арендодатели всем интересуются?»* Справедливости ради стоит задать вопросом: зачем арендодателю знать, для чего квартиросъемщику двухкомнатная квартира? Зачем ему знать, женат ли или нет квартиросъемщик? Зачем ему знать, какого «цвета», сколько лет, и где работает? И здесь, пожалуй, можно обнаружить только один ответ:

арендодатель, которого интересуют такие вопросы, продаст не столько аренду, сколько собственную повседневность; в ней, он пока не готов видеть товар.

И действительно, особенно в ситуации насыщенной конкуренции за арендное жилье, сделать выбор между тем или иным квартиросъемщиком арендодателю морально сложно. Как правило, хозяевам нужно принимать решения спонтанно, полагаясь исключительно на внешность и краткие биографические сведения, которые сообщает им квартиросъемщик и представляемый его агент. Нам доводилось попадать в ситуации, когда квартиросъемщики в буквальном смысле выстраивались в ряд перед арендодателем, предлагая (1) свои внешности, и (2) краткие биографические легенды, в то время, как хозяин квартиры казался абсолютно растерянным этой, буквально, ярмаркой предложений. Именно в этой ситуации роль агента по недвижимости становится очевидной — легитимировать квартиросъемщика.

3. Локальное знание и принцип отбора квартиросъемщика

«Мнение» — это слово заставляет задумать... Именно его употребляет хозяйка дома, прекращая спор, который грозит обостриться. Это слово предполагает, что все точки зрения равноправны, оно успокаивает и придает мыслью безобидный вид, уподобляя их вкусам. Любые вкусы возможны и естественны, любые мнения допустимы: о вкусах, цветах и мнениях не спорят.»

Жан-Поль Сартр.

Размышления о еврейском вопросе, 1944 г.

Данный текст может быть адресован не только петербуржцам, но и тем, кто только собирается «стать местным». Последним, *иммигрантам*, пожалуй стоит воспринимать текст буквально, как инструкцию по применению, по крайней мере, учитывать обсуждаемые здесь проблемы, которые наверняка их ожидают на этапе иммиграции. Что касается местных, то мы просто хотели бы показать тот Петербург, который остается вне поля их видимости, но неожиданным образом может стать их актуальной проблемой, когда Вы или кто-нибудь из ближайших родственников решит подзаработать на аренде временно пустующей квартиры. Впрочем, если для иммигрантов этот текст *возможно* будет полезен, то этого нельзя сказать о местных — потенциальных арендодателях.

Так, ознакомившись с некоторыми из представленных в Интернете сайтов агентств по недвижимости¹⁷, все они поголовно пестрят рубриками «Как сдать квартиру», но при этом не отвечают на поставленный ими же вопрос: имеются ли исчерпывающие ответы «как заработать на аренде квартиры», подремонтировав пол на кухне, обставив необходимой мебелью и недорогой сантехникой, и докупив минимум столовых кухонных приборов, но, в то же время, нет ни единого слова о том, как общаться с потенциальными квартиросъемщиками, как выбирать между предложенными чужаками, словом, *«как и каких покупать жильцов»*. Тогда как этот вопрос непременно возникает у арендодателя, особенно, в ситуации высокой конкуренции, когда сразу несколько агентств недвижимости приводит в дом арендодателя три, четыре, а то и более клиентов, готовых тут же выплатить желаемую сумму. Кажется, что все эти вопросы агентства оставляют на собственное усмотрение: арендная сделка между арендодателем и квартиросъемщиком оформляется через агентство по всем [по крайней мере видимым] юридическим правилам, более того, при каждом агентстве существует служба безопасности. Несомненно всё это позитивно располагает к себе арендодателя, обнаруживая в этом еще и моральную компоненту, о чем шла речь в пункте «Moral economy» агентств недвижимости».

16 Исаенко Е.В. 2 декабря 2004 года, см. адрес: <http://www.becar.ru/press2.php?mes=1894>

17 Например, сайт группы компаний «Бескар», к материалам которого мы постоянно обращались: <http://www.becar.ru>

Вместе с тем, парадоксальность ситуации в том, что ни агентства, ни кто-либо другой, никогда не смогут дать однозначный ответ: «как выбрать «правильного» клиента, который не будет...» Ответа на этот вопрос просто не существует, что, впрочем, не означает, что не существует и правил: в одном случае, «черных» не пускают, в другом — молодежь, в третьем — сдавать двухкомнатную квартиру супружеской паре довольно подозрительно, ведь зачем им, собственно, двухкомнатная?! Всё это правила, фундирующим базисом которых являются мнения, обыденные фобии и предрассудки. Вместе с тем, «образованный человек» знает, что «черных» отличает от «белых» не цвет кожи, а культура, в которой он социализировался; а опытный, но молодой исследователь или любой человек с неординарным биографическим прошлым может быть в несколько раз старше любого пожилого, всю жизнь проработавшего на одном заводе токарем и, покидавшим пределы этой повседневности, лишь несколько раз в своей жизни; а «женщиной» как и «мужчиной» становятся, и отличает обоих, главным образом, гендерная культура, а не половые физиологические функции, которые и являются фактором дискриминации. Однако, всё это не очевидно для «здорового смысла», который де-факто не способен отказаться ни от **национализма**, ни от **эйджизма**, ни от **гендерной** дискриминации. И получается, что другого пути нет, кроме как полагаться арендодателю исключительно на «интуицию», «предвидение», «мнение», и иные мифологемы «здорового смысла» и «обыденного сознания», всегда ценностно обусловленных.

Правда, обратная и такая же парадоксальная сторона выбора нас и интересует, и инструментальность предлагаемого текста состоит в том, что «купить аренду» гораздо проще. В любом случае, уже недельный опыт арендных сделок сам собой сформирует правильный и нужный ответ, удовлетворяющий арендодателя. Конечно, этот ответ будет *ситуационным*, в зависимости от (1) конкуренции на рынке арендного жилья в конкретный момент времени, (2) состояния арендуемой квартиры, и, самое главное (3) собственно самого арендодателя — его особого «мнения». Будьте готовы к тому, что сначала агентство недвижимости, а затем и сам арендодатель будут задавать Вам во многом типичные вопросы: почему Вы арендуете двух- а не однокомнатную квартиру; сколько Вам лет; а где же, собственно, Ваша супруга; где Вы работаете и т.д. Так или иначе, первые неправильные ответы, которые не позволили Вам снять ту или иную арендную квартиру, будут моментально Вами переоценены, и тогда начнет формироваться стратегия легенды — Вашей нарративной презентации арендодателю. В моем случае, идеальная легенда, правда, подкасанная уже после сделки, могла бы звучать следующим образом: *«Я снимаю квартиру на год. Я писатель и двухкомнатная квартира мне нужна потому, что обычно я пишу по ночам, а жена ночью спит в этой комнате и храпит; мне нужна квартира с отдельным кабинетом для писательства»*.

Такая легенда вполне интерпретативна и видно, что она «подобрана» тщательным образом: (1) арендодателя интересуют длительный срок аренды, во избежании лишних, как эмоциональных, так и временных издержек на новые поиски квартиросъемщика; (2) профессиональная идентичность указывает, как это четко видно из примера, не на личность квартиросъемщика, а является, прежде всего, обоснованной причиной, обуславливающей арендовать именно двух-, а не однокомнатную квартиру — ведь арендодателя не интересует минимизация финансов квартиросъемщика.

Итак, парадоксальность ситуации сделки в том, что арендодатель вынужден опереться на мифы «здорового смысла»: он вынужден принять решение уже до того, как узнает поближе своего постояльца, который намерен арендовать квартиру. Естественно, как мы это показали, арендодателя не интересует личность как таковая квартиросъемщика — его индивидуальные биографические детали и подробности, но «квартиросъемщик» его интересует как «тип» — набор привычек

и навыков. И все вопросы арендодателя и, соответственно, предложенная нарративная ему легенда направлены на то, чтобы сформировать данный тип и ожидания от сделки.

Собственный опыт арендной сделки является крайне важным здесь, чтобы обратиться к нему подробнее. Прежде стоит сделать одно контекстуальное замечание: опытный полевой исследователь знает, что полагаться исключительно на нарратив информанта [интервью] — серьезная методологическая ошибка, и всегда рассматривает любое интервью только как вспомогательный метод, дополняющий участвующее наблюдение. Аналогично, как можно предположить, каждый опытный квартиросъемщик твердо знает, что всё, что он общит имеет значение только здесь-и-сейчас, в момент совершения сделки, а значит равным счетом не имеет никакого значения к «правде» как таковой. Вопрос «правды» всегда опускается, потому что, опытный квартиросъемщик опять же знает, что выбор между клиентами — это проблема ситуационная и после совершения сделки арендодателя будет интересовать только регулярная ежемесячная плата за аренду, при условии, конечно, если квартиросъемщик не будет нарушать очевидные этические нормы. Таким образом, ясно, что верить «на слово» не приходится, а вся биография не имеет отношения к личности квартиросъемщика; все его слова обретают смысл исключительно как легенда.

Итак, оказавшись в квартире, мы несомненно столкнулись с конкуренцией, более того, каждый из трех представленных конкурентов-потенциальных квартиросъемщиков готов был тут же, без лишних вопросов, заключить сделку; каждый из клиентов на повышенных тонах, громким и отчетливым голосом сообщал: *«нам всё нравится, берём!»* В арендной квартире сложилась обстановка какофонии переплетающихся голосов агентов и их клиентов. Каждый клиент был представлен агентом по недвижимости, каждый клиент выражал готовность и полную удовлетворенность квартирой; в свою очередь, агенты «пререкались» между собой, пытались доказать друг другу кто из них, собственно, первый и является «приоритетным» на эту квартиру: *«Я созвонилась со Светой¹⁸ первой! Можете позвонить и у неё узнать лично! Да что Вы мне говорите, это к нам обратились первые!»*

Представим собственно конкурентов: (1) первые из них — это пара молодых ребят, от 18 до 23 лет, явно студенты одного из петербургских вузов, возможно, и вероятнее всего, иногородние; (2) вторая пара — мама и её, соответственно, сын¹⁹, поступивший, по их словам, в этом году в институт; (3) собственно, автор предложенного текста — преподаватель СПбГУ [формально и легально не являющийся сотрудником СПбГУ], с якобы супругой не то американкой, не то русской, но находящейся на данный момент на стажировке в Америке, и возвращающейся буквально на днях, с тем, чтобы преподавать в другом петербургском университете — Европейском.

Основная конкуренция развернулась между (2) и (3), тогда как арендодатель тут же, как увидел двух молодых ребят предложил им удалиться, и огласил первое требование: *«А Вы что, одни? Без взрослых? Тогда можете сразу уходить, я молодым не хочу сдавать!»* Таким образом, на конкурентном поле остались (2) и (3), но явным фаворитом стала пара (2), на что указывал пристальный интерес арендодателя: его взгляд и постоянные вопросы были обращены к ним. В то же время, чувствуя явный проигрыш, агент представленной пары (3) предложил вариант, тем самым, сделав такую попытку: *«А мы готовы заплатить сразу за несколько месяцев вперед!»* На что конкурирующий агент парировал тем же.

Так развернулся классический рыночный торг, предметом которого стали, как видно, далеко не деньги, а предлагаемые статусы потенциальных квартиросъемщиков: семей-

18 имя хозяйки арендной квартиры, которая не присутствовала при сделке; присутствовал только её супруг.

19 опять же, в свете излагаемого, стоит ли задаваться вопросом — сын ли? И тут же добавим то, что ни до сделки, ни после, паспортные данные не интересовали арендодателя; они интересовали только агента, который вписывал их в контракт.

ный, возрастной, профессиональный, кредитоспособный, этнический и т.д., одновременно с чем, каждый агент пытался концентрировать внимание на себе, постоянно удерживая внимание арендодателя биографическим лейтмотивом о своих клиентах. Арендодатель, в свою очередь, явно оказался в затруднительном — морально неудобном положении; казалось, что он просто не в состоянии сделать выбор — периодически звонил супруге и советовался, рассказывая ей о двух кандидатурах, при чем переговоры были непроизвольно слышны: «Алло, дорогая... Сам ориентируйся, смотри! Сам выбирай! Ну что ты в самом деле?!» Растерянный таким поворотом дел муж просто заключил: «Вот подставила меня!» Более того, уже после сделки и агент, и арендодатель, и квартиросъемщик обсудили эту ситуацию, точнее, её резюмировал агент: «Как это всегда неприятно! Вот этот весь выбор!» И с этим согласились все.

Надо сказать, что в процессе торга играет роль каждая мелочь, каждое непроизвольно произнесенное слово, которое может быть моментально истолковано в ту или иную пользу. К тому, чем закончился данный торг и что оказалось ключевым в нашей сделке, мы вернемся ниже, а в продолжении этих рассуждений обратимся к Ж.П. Сартру — его блестящему эссе «Размышления о еврейском вопросе», в котором он определяет «еврея» следующим образом: «Еврей — это человек, которого другие люди воспринимают как еврея и который должен сам искать выход из созданной для него ситуации.» — и тут же, вслед, эксплицирует сделанный вывод: «Ибо у нас есть качества, возникающие только благодаря мнению других людей.»²⁰ Иначе говоря, «еврей» — это *ситуация*, в каждом конкретном случае индивидуальная, на что влияет доминирующие в конкретное время и в конкретном месте [т.е. сообществе, дискурсе, культуре, традиции и т.д.] мнения. Переиначим эту формулу и получим: «квартиросъемщик» — это ситуация, обусловленная мнением арендодателя. Конечно же, «квартиросъемщик» и «еврей» — это статусы разных категорий, но в данном случае, принципиальной разницы нет. *Ситуационность* нам крайне важна для рассматриваемого феномена арендной сделки.

Казалось бы, с одной стороны, сделка происходит совершенно случайным способом, и арендодатель никогда не знает кого он выберет; с другой, так или иначе, на рынке аренды мы способны обнаружить границы локального сознания, свойственные и правилам сделки, и данному рынку в конкретный момент времени, и, пожалуй, самое главное, петербургскому сообществу²¹. Уникальность нынешнего петербургского рынка арендного жилья заключается в его принципиальной неформальности: когда предпринимателями выступают в основной своей массе местные жители, которые становятся рыночными агентами при стечении особых собственных обстоятельств. В этих обстоятельствах — при оформлении сделки — мы и способны обнаружить свойственное данному времени компоненты *коллективного сознания* петербургского населения.

Известно, что каждый город уникален не только своей историей и архитектурой, но и своим сообществом — архитектурой социального устройства, стратификационной структурой, механизмами социальной мобильности и т.д. И «истинный», «коренной петербуржец» — это человек, обладающий особым «локальным знанием» — он встроен в ту или иную социальную среду, и, соответственно, обладает необ-

ходимым арсеналом навыков, адекватным правилам и нормам, принятым в данном сообществе. Это знание, между тем, всегда ограничено, то есть, оно заканчивается там, где оканчивается опыт его повседневности; а дальше это локальное и обыденное знание достраивается мнениями и установками, привносимыми «из вне», начиная со школы и заканчивая медийным дискурсом²². Более того, родиться в России, в частности, в Петербурге, значит не только обладать необходимым локальным знанием, но и иметь особое «локальное зрение». Одним из подтверждающих этот факт является феномен *ethnic blind*²³. По роду своей профессиональной деятельности, мне доводилось бывать и в Прибалтике, и на Кавказе, и в Средней Азии, и в Сибири; удивительным образом менялась моя внешность: в Прибалтике я оказывался «немцем» и со мной пытались говорить на немецком; на Кавказе меня воспринимали преимущественно «французом»; а в Средней Азии, особенно в кишлаках, где «русских» почти «забыли», мне приходилось бывать и «евреем», и «та-таринном», опять же «немцем» и «французом», и даже «американцем». В Сибири, в небольшом российском городке, где начинал строиться БАМ, местное население меня обозначило как «европеец».

Равным образом наоборот: оказавшись в Средней Азии, а именно в Узбекистане²⁴, за проведенные там три месяца, ни мне, ни моей коллеге, так и не удалось *научиться* различать «таджика» от «иранца», или «корейца» от «таджика», или «турка» от «иранца» или, как бы ни казалось это странным, «узбека» от «русского», и т.д. Между тем, здравый смысл *ver-rit* в то, что «белыми» или «черными» рождаются, несмотря на то, что эти конструкты сознания, позволяющие видеть и различать одних от других, феномен специфически локальный, и, в то же время, не вербализуемый. Но, главное, что всем нам есть что сказать и про «еврея», и про «таджика», и про «киргиза» и т.д. Всё это «мнения» в пределе заканчивающиеся этнической дискриминацией. И до сих пор, «здравому смыслу» сложно поверить в следующую историю, рассказанную мне одним знакомым таджиком о том, собственно, как он стал «таджиком». Это произошло когда ему было примерно пять лет. Он помнит этот день до сих пор, когда он прибежал весь в слезах к отцу и объяснил ему причи-

20 Точнее он прибегает к этому определению еще раз в «поисках «аудитории писателя» в следующей своей работе «Что такое литература» 1948 года, и делает акцент на ситуационности как таковой. Цитата взята с сайта, посвященного писателю: <http://sartre.hpsy.ru/publication.php>

21 Конечно, мы можем обнаружить это и на улице, и в метро, и в магазине, и т.д. Но, напомним, что здесь речь идет о рынке арендного жилья, где товаром становится статус квартиросъемщика; ведь ни в одном магазине, до того, как продать Вам тот или иной товар продавец не будет спрашивать где Вы работаете, сколько зарабатываете, женат ли Вы или нет, и т.д.

22 Не менее очевидно и то, что в таком крупном мегаполисе, у каждого местного свой Петербург — свой двор, улица, квартал, район и т.д.; и родился, вырос, жил и живет петербуржец по конкретному адресу и, с большой уверенностью, мы обнаружим те места в Петербурге — дворы, улицы, кварталы, а то и целые районы, в которых местный никогда не бывал и не слышал, что, впрочем, не мешает лишний раз подтверждать свой статус и идентичность «петербуржца» популярным и ксенофобным «Понаехали!». (К слову сказать, одна моя знакомая петербурженка, проживающая в Купчино, до сих пор не знает как добраться до Аничкова моста, что, впрочем, также не мешает ей лишний раз возмущаться против эмигрантов: «Понаехали!») Более того, мысль своего маршрута и своего Петербурга не очевидна и для социальных исследователей, которые продолжают спекулировать на термине «Петербург». См. об этом Сергей Дамберг. Конструирование Петербурга. Социальное и культурное пространство города. Материалы конференции молодых ученых. 27-28 октября 2004. С. 19-25. Изд-во СПбГУ факультет социологии.

23 Все эти феномены блестяще описаны в статье «Этническое знание и здравый смысл». Сергей Дамберг. Рабочие материалы проекта «Другие русские или мобилизованная ментальность». Выпуск 2. Санкт-Петербург, 2002. с. 208-229. Изд-во: Европейский Университет в Санкт-Петербурге; а также см.: Die anderen Russen — die «Ethnisierung» gesellschaftlicher Prozesse durch Rueckgriff auf «ethnisches Wissen». Auf der Suche nach Eurasien, Politik, Religion und Alltagskultur zwischen Russland und Europa, Kaiser M. (Hrsg.) Bielefeld: Transcript, 2003. S. 284-312.

24 Проект «Между интеграцией и переселением: месхетинские турки» Европейского центра исследования меньшинств и ЦНСИ. Инф. о проекте: http://www.cisr.ru/current_etnos.html

ну своих слез: «Папа, ребята надо мной издеваются и называют таджиком! Но ведь я не таджик, я — русский!» На что отец ему указал пальцем на дверь и сказал: «Если ты русский — то уходи и не возвращайся. А мы, сынок, таджики.» Ясно, что «таджик» — это культура, особая, но таджик родившийся и выросший, или проживший много лет, например, в Петербурге, это уже русский. Впрочем, в это петербургское население не верит и продолжает приписывать «этничности» разного рода негативные стороны.

Этническая ксенофобия сегодня свойственна как местному населению, так и, стало быть, рынку арендного жилья, и это первое, с чем сталкиваешься. Даже по телефону чуть ли не главное, что сразу спрашивают арендодатели — это этничность квартиросъемщика и тут же слышишь ответ агента: «Нет, он не черный!» Один из агентов, с которым мне довелось познакомиться и поехать по Петербургу на встречи с арендодателями, чеченец из Нальчика, живет в Петербурге уже более 10 лет и также снимает квартиру, и конечно же испытывает с этим трудности. Его правило при аренде очередной квартиры простое: «Да, сегодня таким как я сложно снять квартиру. Мне тоже сложно. Но главное — это приехать пообщаться с хозяином. Вот когда с ним поговоришь, тогда нормально, тогда он видит, что нормальный человек. А так прямо по телефону спрашивают: «Черный?»» В то же время, он, как и иные уже «русские агенты», рассказывают истории, в которых мы не обнаружим ничего этнически доказательного: «Я помню возился с одним арендодателем. Он мне говорит: «Только не черных!» Ну, я пришел ему русских. Так такие свиньи оказались! Бухали постоянно, орали, там такой в квартире свинарник развели! Хозяин мне даже позвонил. Пришлось приехать к ним, поговорить. Короче, черт знает, кто лучше!»

Между тем, когда арендодателю не удастся мобилизовать «этническое зрение», когда внешность квартиросъемщика «ни о чем не говорит», начинаются различия более тонкие, едва уловимые. И здесь арендодатель попадает в действительно трудную ситуацию выбора: ему предстоит выбрать между различными гендерными, профессиональными, возрастными статусами квартиросъемщиков, при этом, полагаясь исключительно на то, что сообщает или желает сообщить потенциальный арендодатель. И если отказаться от «внешности» никак не возможно — возраст, пол и этническая квартиросъемщика «прочитывается» моментально, то остается конкурировать за легенды — предлагать статусы, заведомо легитимные. Например, формально автор не работает на факультете социологии СПбГУ, но, имеет к нему отношение. Однако, что мешает сообщить арендодателю, например, что Вы банковский служащий или заместитель руководителя маркетинговой организации? Мешает только одно: неизвестность того, какой статус наиболее легитимен «в глазах» арендодателя.

Вернемся к итогам нашей сделки: арендодатель очевидно симпатизировал матери и сыну, тем самым, опираясь на ценность «семьи»; возраст матери [около 40-45 лет] явно внушал больше доверие, чем автора [27 лет]. Собственно, его вопросы и взгляд, обращенные исключительно на них, указывали на это и, казалось, что арендодатель уже сделал свой выбор. В то же время, диалог между ними продолжался и арендодатель задал такой вопрос: «А Вы здесь будете жить только с сыном, да?» На что мама ответила: «Ну да. Я иногда, правда, буду отлучаться». Последняя реплика оказалась решающей, на что арендодатель среагировал следующим образом: «А, ну тогда, я выбираю вот человека [и показал пальцем на автора]. Вы будете отлучаться, уезжать, а он сразу тут будет шуметь, звать друзей, это значит, что постоянно мне будут звонить и жаловаться соседи, а мне это не надо. У меня соседка такая еще!»

К сожалению, однозначного ответа на вопрос «как арендовать квартиру» в Петербурге — нет. Впрочем, сегодня в Петербурге нельзя обнаружить и объявления такого содержания: «холостой мужчина, таджик из Самарканда, разнорабочий, снимет однокомнатную квартиру в Вашем районе...»,

или: «Семья, беженцы из Осетии». Все объявления сплошь и рядом одинаково продуманы и похожи: «Молодая семья, не юг, снимет однокомнатную квартиру. Животных нет. Порядок и чистоту гарантируем!» Подобный текст твердо усвоен всеми квартиросъемщиками. В то же время, если квартиросъемщику удалось попасть в квартиру ответ будет определяться в каждом случае индивидуально, в зависимости от комбинации статусов, как минимум: (1) его гендера, (2) возраста, (3) этничности, добавим и более тонкое различие «региональной этничности», (4) семейного положения, (5) и профессиональной активности. И главное, будет ли говорить квартиросъемщик «правду» или нет при встрече, для сделки это не имеет абсолютно никакого значения. Пожалуй, таково основное правило сделки между арендодателем и квартиросъемщиком на рынке арендного жилья в сегодняшнем Петербурге.

4. Невидимая эстетика реального Петербурга (вместо заключения)

Ребенок — это прежде всего эстет: он реагирует на внешность, на видимость, на очертания и формы.

Иосиф Бродский. Полторы комнаты.

Французские постмодернисты, начиная от Бодриера и заканчивая Латуром, пишут, что «вещи» задают определенную эпоху, равным образом и наоборот: понять эпоху — значит описать семиотику и семантику действенных вещей. При этом данная «вещная» диалектика обладает исключительно интересной природой, определять и описывать которую возможно только через изучение социальных взаимодействий²⁵, что ведет к определенной конфигурации наличного «коллективного сознания», локализованного в определенном месте и времени; безусловно, и это знает каждый социолог, что место и время — это конкретное сообщество, конкретная социальная среда, или, как в нашем случае, конкретный срез социальной активности реального Петербурга, где действуют определенные законы, правила и табу. Описывая их, мы стараемся понять не просто один из феноменов городской культуры, не только определенный срез социальной активности современного Петербурга, но и вполне конкретные конструкты сознания, свойственные данному месту и времени²⁶. Добавим и еще один важный комментарий к сказанному: описываемый нами феномен арендного рынка жилья и действующее на нем ксенофобные правила имеют не географическое и не статистическое, а исключительно социальное измерение, обнаружить которое на карте невозможно; этот рынок всегда эволюционирует: на место одного спроса приходит новое предложение, тем самым, конструируя совершенно новый спрос и новое предложение, и так до бесконечности. Главное, что когда «отмирает» конкретный и спрос и предложение, вместе с ними уходит в прошлое целая культурная эпоха и город, незаметно, но меняется.²⁷

25 Правда только в том случае, если Вас интересует современность как таковая. В некоторых случаях, «социология вещей» порой заставляет искать утраченные социальные действия и коммуникации под водой, предлагая исследователям одеть акваланги. Одним из таких проектов стал проект Олега Хархордина «Градские вещи и Res Publica: Великий мост в средневековом Новгороде». См. статью: Новгород как res publica: мост к величию (в соавторстве с Ларисой Ивановой-Везн) // Неприкосновенный запас. №30, 2003 (<http://www.nz-online.ru/index.phtml?aid=15010496>).

26 По этому поводу сошлюсь на прекрасные полевые исследования сотрудников ЦНСИ по блошиному рынку. См. Бредникова Ольга, Кутафьева Зоя. Старая вещь как персонаж блошиного рынка // Неприкосновенный запас. 2004. No 2 (34). С. 91-96.; Герасимова Катерина, Чуйкина Софья. Общество ремонта // Неприкосновенный запас. 2004. No 2 (34). С. 70-77.; Финальный отчет по проекту «Экономические стратегии адаптации представителей «нижних слоёв» большого города в условиях трансформации (на примере исследования людей, занятых на «блошиных рынках» Петербурга)» Адрес: <http://www.bloxa.ru/encyclopedia/science/text2/>

27 Литературы по этому — методологическому вопросу масса,

Так, оказавшись в квартире, довольно чистой и уютной, (а особенно чистой и уютной она кажется после суеты и двухнедельных проблем поиска квартиры), просторной, с двумя комнатами, кухней и балконом, правда, со старой мебелью советских времен; квартире без кухонной посуды — необходимых ложек и вилок, тарелок и кружек, кастрюль и т.п.; квартире без занавесок, одеял и подушек, в общем без тех бытовых мелочей, которыми обрастаешь в процессе «обживания» квартиры, сложно не поверить в навязываемую культуру маркетинга, и цитированную выше статью петербургского агентства недвижимости, которая определенно отнесла бы данную квартиру в «—эконом» или «—среднюю» категорию. Квартира указанного класса, обставленная довольно прагматично и предельно функционально — по паре шкафов, диванов, необходимое количество стульев, газовая плита, холодильник и проч. не содержит никакого смысла, кроме того, который может придать собственная биографическая ситуация. Но опытный агент по недвижимости интерпретирует подобную обстановку предельно четко, не только конструируя вполне конкретную маркетинговую и экономическую культуру в данный момент времени, но и предлагая публике конкретный образ «эстетики» и «юта». И получается, что агентства не просто ищут квартиры — соединяют между собой арендодателей и квартиросъемщиков, предоставляя и тем и другим еще и услуги морального характера, но и довольно сильно влияют на культуру пытаясь превратить повседневность и рутинность в рынок, *превратить ее в товар*, тем самым, научить арендодателя *правильно* извлекать деньги: «...обычно хозяева «убитых» квартир не осознают, что простой косметический ремонт в квартире и покупка новой (пусть и самой дешевой) мебели и бытовой техники (минимальный набор — телевизор и холодильник), значительно поднимет стоимость аренды их квартиры. В крайнем случае, можно прилично обставить только кухню и искать арендаторов, переизбежавших со своей мебелью.»²⁸ Но, это позиция экономиста и маркетолога, задача социолога в данном случае проста — поймать этот момент в его стадии трансформации, описать действующие на нем правила, пока это не приобрело совершенно иной вид и форму.

Рынок арендного жилья находится в естественной для него стадии трансформации и эта трансформация будет происходить постоянно, меняя сам рынок, меняя петербургское сообщество, словом, меняя город; сегодня, значительная часть арендного рынка находится, к примеру, в таком состоянии: «Еще одна категория квартир в сегменте «эконом-класса» — **отремонтированные квартиры, с недостатками**. Недостатки могут быть самые разные: чаще всего, это неудачное расположение квартиры, плохая транспортная доступность. Квартиры в микрорайонах, находящихся далеко от метро, с нерегулярным графиком езды общественного транспорта ценятся дешево. Недостатком квартиры считается также ее расположение на первом этаже, отсутствие телефона (хотя с развитием мобильной связи последний фактор перестал иметь прежнее значение).»²⁹ Топография арендных квартир весьма и весьма разнообразна, тогда как товарно-денежные отношения в описанном нами сегменте неизменны, по крайней мере до тех пор, пока туда рынок «не дошел» и не успел завоевать, не превратив обычных жителей в арендодателей, а их повседневность в товар.

«Эстетика» и «уют», в его современном понимании, всегда расположены в фарватере моды³⁰, что, как это зачастую бывает, делает невидимым эстетику повседневности, которая всегда «типична» и «рутинна». Чтобы быть заметным — нужно выделяться, быть «—экстра», быть авангардным; и как

но здесь хотелось бы привести, на наш взгляд, довольно показательную статью Бруно Латур «К социологии одной двери».

28 Исаенко Е.В. 2 декабря 2004 года, см. адрес: <http://www.becar.ru/press2.php?mes=1894>

29 Исаенко Е.В. Там же.

30 Еще один интереснейший предмет социологического исследования, активно и эффективно эксплуатируемый в том числе различными ТВ-каналами.

только квартир «—среднего» и «—эконом» класса станет неизмеримо меньше и они почти исчезнут, так моментально они станут «старинной», «антиквариатом», «раритетом», как ни назовите, но это станет, как минимум, предметом (1) исторических исследований, и (2) глянцевого журнала, вроде «Адреса Петербурга: журнал учета вечных ценностей»³¹. Однако главное, (3) за этим исчезнет сегодняшний Петербург — повседневные бытовые практики локализованные и порождаемые современными «вещами» в эпохальной диалектике социальных отношений и коммуникаций, а значит, реальность завтрашнего Петербурга будет измеряться уже другими феноменами. Однако, до тех пор, пока эстетика арендных квартир не превратилась в «вечные ценности», на Интернет-сайтах петербургских агентств недвижимости Вы не найдете ни в одной из представленных фото-галерей арендные квартиры указанной категории, просто потому, что «квартиры этого сегмента чаще всего отличает многолетнее отсутствие ремонта, старая поломанная мебель (которую хозяева запрещают выбрасывать), устаревшая бытовая техника. Как правило, хозяева таких квартир воспринимают доход от аренды их квартиры, как побочный — из серии «капает — и хорошо». В такие квартиры не вкладывают деньги, скорее, их «выжимают».³²

В свою очередь, предложенный текст этого автора скорее постановка вопроса там, где заканчиваются инерции экономизма. Экономика и сопровождающий маркетинг заставляют продавать, максимально эффективно и выгодно. Визуализация арендных квартир «эконом-» и «среднего класса» «...без ремонта, с поломанной старой мебелью, и устаревшей бытовой техникой» уводит нас скорее в «искусство», чем делает конкурентоспособным агентом на данном рынке. И естественно, что никакой менеджер АН даже не допускает мысли, чтобы визуализировать подобные предложения. Вместе с тем, на рынке эти квартиры представлены, и даже без специальных исследований и статистических показателей, можно сказать, что их существенное количество. Этот рынок, более того, часть реального Петербурга, в котором живет если не подавляющая, то значительная часть местного и эмигрантского населения. И, Реальный Петербург в его повседневном и типичном состоянии, который не менее эстетичен, чем *большая эстетика маркетинга*, всё же остается уделом социальных исследователей, и только они способны зафиксировать данную эпоху в ее конкретный и данный момент.³³

Впрочем, эстетика повседневности не всегда, как правило, не видна, но, порой, видна до «омерзения». Конечно, это всегда зависит от предмета исследования: какой фрагмент и компонент города становится фокусом исследовательского интереса³⁴. И, точно также, как на Интернет-сайтах агентств

31 Прекрасный журнал, в котором можно найти любопытную эпохальную эклектику Петербурга, правда, почти исключительно «Петербург-Исторического» и «Петербург-Архитектурного». За всегда прекрасно визуализированной архитектурой, подкрепленной интереснейшими историческими справками и материалами, к сожалению, нет Петербурга другого — социального и современного; а, как известно, город порождается именно социальными отношениями и прочими социальными феноменами. См. электронный адрес журнала: <http://www.adresaspb.ru/>

32 Исаенко Е.В. Там же.

33 На данный момент можно отметить лишь несколько блистательных, но не исчерпывающих, монография на эту тему: «Очерки коммунального быта» И. Утехина и коллективный труд Губина Д., Лурье Л., Порошина И. — «Реальный Петербург».

34 Еще один сложный методологический вопрос: что должно стать предметом исследования и как удержать целиком в фокусе внимания Петербург. Одна из попыток дать ответ на этот вопрос содержится в статье Дамберга С.В., Соколов Н.В. Петербург — предмет и поле: новая публичность и новые места // Санкт-Петербург в зеркале социологии / Под ред. В.В. Козловского. СПб.: Социологическое общество им. М. М. Ковалевского, 2003. С. 24-58., а также по этому поводу см. «Конструирование Петербурга» Тезисы конференции. А

недвижимости Вам не удастся обнаружить арендные квартиры «—среднего» и «—эконом» класса, которые не обладают «должным» «товарным видом», точно также ни одно из современных изданий не опубликует фотографии, например, современных петербургских парадных, которые несколько лет назад стали предметом исследовательского внимания и социологического фотонаблюдения.³⁵ Надо сказать, что в ходе реализации этого проекта социологам стало ясно, что собранный материал, что называется, априори является не презентабельным. Кроме того, что подобная «не презентабельность» тут же, моментально оборачивается политикой и соответствующими вопросами к местным чиновникам, также, за удивлением публики «от увиденного», следует очевидное непонимание, что лишний раз доказывает насколько не просто невидим повседневный реальный Петербург, но и как он не желателен взору.

Проект «Парадные Петербурга», как и масса арендных квартир, главным образом «—среднего» и «—эконом» класса, о которых шла речь в предложенном тексте, это взгляд на Петербург «изнутри»: не с Невского и иных знаменитых проспектов и улиц Петербурга; это взгляд из обыденных и повседневных мест — из дворов и улиц, домов типовой застройки, где протекает типичная повседневная жизнь местного населения; этот взгляд открывает взору совершенно иную перспективу. Вместе с тем, вид и парадных, и арендных квартир имеет далеко не парадный вид, а потому натывается на удивление: разве это Петербург?

В свою очередь скажем, что данный текст, конечно же, не об арендном рынке жилья современного Санкт-Петербурга; этот текст — попытка рассказать о самом Петербурге и его реалиях. Рынок аренды стал нам интересен там, где границы экономизма заканчиваются и начинается, собственно, социальное действие, в котором мы способны обнаружить элементы особого — местного, локального сознания.

Этот текст, в тоже время, постановка вопроса там, где начинается *большая политика*, а так же приглашение к исследованию социологов, тем из них, кто занимается проблемами э/иммиграции, интеграции и ксенофобии. Описанный опыт, длившейся не более двух недель с конца августа 2006 года, естественно не претендует на полноту описания, а также полноту сделанных выводов. Действительно, за этим опытом остались не понятыми и не описанными иные каналы аренды жилой недвижимости: сеть знакомств и частные уличные объявления, которые иногда, но появляются на уличных столбах и стендах; иммигрантские общежития и более дорогой — элитный сектор арендного жилья, позволяющий, как кажется (возможно только кажется), существенно минимизировать эмоциональные издержки, но цены на элитное жилья не означают отмену описанных правил взаимодействия. Как арендуют квартиры те, чей доход составляет от 3000-10000 долларов, и как арендуют те, чей доход не превышает 10 тыс. рублей; как обстоят дела с комнатами в коммунальных квартирах, и масса других вопросов.

Вопрос цены, который мы оставили без специального рассмотрения, указав, что цена способна определить только сектор, а значит увидеть иные взаимоотношения и другой опыт. Повторим, что цена определяет только сектор рынка арендного жилья, что, в свою очередь, влияет, но не отменяет правила взаимодействия арендодателя и квартиросъемщика — каковы эти правила в тех сегментах рынка, которые мы отметили выше, как там разворачивается социальное взаимодействие арендодателей и квартиросъемщиков? Влияют ли — этничность, эйджизм, гендер и проч. на аренду face-to-face квартиросъемщика с арендодателем? Все эти вопросы остались за границами авторского опыта, и требуют дальнейшего исследования.

также: Дамберг С.В. «Социальная топография Петербурга» (не опубли.).

35 Проект, поддержанный Фондом Дж. И К. Макартурами и ЦНСИ: «Петербургские парадные: фотонаблюдение», реализуемый ЦСИ СПбГУ под руководством Дамберга С.В. Краткая и ознакомительная информация о проекте содержится на Сайте ЦНСИ: http://www.cisr.ru/complete_culture.html