

## ДЕБЮТНЫЕ РАБОТЫ

А. А. Андреева, Ю. Д. Климешова, М. А. Кудрявцева, А. П. Лобанова

# Рационализация жизни современного человека на примере анализа потребления воды жителями Москвы<sup>1</sup>



**АНДРЕЕВА Анастасия Александровна** — студентка бакалаврской программы «Социология» факультета социальных наук НИУ ВШЭ. Адрес: Россия, 101000, г. Москва, ул. Мясницкая, д. 20.

**Email:** [aaandreeva\\_2@edu.hse.ru](mailto:aaandreeva_2@edu.hse.ru)

*Увеличение спроса на питьевую воду, а также товары и услуги, связанные с её потреблением, указывает на трансформацию практик потребления воды в современной России. Данное исследование примыкает к группе теорий, предполагающих, что сегодня даже физиологические процессы попадают в зону дисциплинарного контроля, что в совокупности с хелсизмом<sup>2</sup>, медикализацией, развитием рынка питьевой воды вносит вклад в нарастающую рационализацию повседневности. Представляется необходимым оценить, как подобные тенденции проявляются в российском обществе, на примере практик потребления питьевой воды. В рамках исследования в городе Москве были проведены 26 глубинных интервью, анализ которых осуществлялся в соответствии с логикой обоснованной теории путём открытого и выборочного кодирования нарративов.*

*В результате исследования демонстрируется тенденция к управлению жаждой: механизмы контроля за потреблением воды, а также намеренное увеличение потребляемого объёма через стремление к заданной «норме». Калькуляция в практиках информантов проявляется через рефлексивную и неосознанный учёт не только объёма воды, но и цены, времени и комфорта потребления. При этом в отдельных социальных контекстах (занятия спортом, похудение, беременность) опривычивание социально-сконструированных норм потребления воды достигает стадии перехода во внутреннюю потребность. Критерии оценивания качества и пользы потребляемой воды черпаются информантами в повседневном знании, рекламе бутилированной воды, а также в консультациях экспертов самого разного толка. Неопределённость в отношении «чистоты» и «безопасности» воды заполняется подчас иррациональными верованиями.*

**Ключевые слова:** рационализация; дисциплинарная власть; повседневность; калькуляция; хабиутуализация; медикализация; хелсизм; институциональное регулирование; контроль; качество воды.

<sup>1</sup> Авторы работы признательны анонимным рецензентам за ценные замечания и рекомендации, позволившие повысить качество данной статьи, а также научному руководителю Елене Сергеевне Бердышевой за идейное вдохновение, помощь и комментарии на всех этапах проведения исследования.

<sup>2</sup> Термин «хелсизм» (*healthism*, от англ. *health* — здоровье) описывает идеологическое течение, в рамках которого ведение здорового образа жизни индивидом рассматривается в качестве его морального долга в той мере, в которой здоровье любого человека вносит вклад во всеобщее благосостояние. Впервые предложен Робертом Кроуфордом в статье «Хелсизм и медикализация в повседневной жизни» (см.: [Crawford 1980]).

**КЛИМЕШОВА Юлия****Дмитриевна** —

студентка бакалаврской программы «Социология» факультета социальных наук НИУ ВШЭ. Адрес: Россия, 101000, г. Москва, ул. Мясницкая, д. 20.

**Email:** [klimeshova.yuliya@gmail.com](mailto:klimeshova.yuliya@gmail.com)

**КУДРЯВЦЕВА Мария****Александровна** —

студентка бакалаврской программы «Социология» факультета социальных наук НИУ ВШЭ. Адрес: Россия, 101000, г. Москва, ул. Мясницкая, д. 20.

**Email:** [makudryavtseva\\_1@edu.hse.ru](mailto:makudryavtseva_1@edu.hse.ru)

## Введение

В начале XX века классики социологии улавливали первые веяния рационализации жизни и указывали на то, что подобные тенденции только набирают силу (см.: [Вебер 2016 (впервые: 1921); Элиас 2001 (впервые: 1939)]. Спустя век гипотеза о том, что устройство повседневной жизни всё больше подчиняется разуму, не теряет своей актуальности. Более того, установки на оптимизацию и контроль интернализируются современным человеком и подчиняют себе не только внешние деяния, но и физиологические процессы [Бандурин, Бандурин 2015]. В нашей работе на российском эмпирическом материале анализируется, какие социально-экономические механизмы используются для того, чтобы такая естественная потребность, как жажда, попала в зону дисциплинарного контроля [Фуко 1999].

Вопрос потребления воды имеет внедискурсивную природу и кажется странным в силу сложившейся культурной нормативности [Бергер, Лукман 1995]. В связи с установками о естественности процесса потребления воды не рефлексировались ни сам процесс, ни мотивы потребления. Хотя именно в рутинных ежедневных действиях раскрывается социальный порядок [Штомпка 2009: 8].

Мировое потребление воды неуклонно растёт [Facts and Trends... 2016], и прогнозируется, что эта тенденция продолжится [Global Water Demand... 2015]. Активно развивается и рынок бутилированной воды: мировое потребление к 2015 г. за пять лет увеличилось со 170 до 233 млрд литров и впервые превысило спрос на основные субституты — газированные напитки (227 млрд литров) [Global Packaged Water Consumption... 2015].

Российский рынок бутилированной воды не является исключением и характеризуется ростом спроса с 2000-х гг.; причём постоянно увеличивается доля питьевой природной воды (негазированной и неминеральной) [Рынок бутилированной воды... 2016]. Кроме того, за последние три года в России было разработано большое количество специализированных приложений и программ, позволяющих контролировать уровень потребления воды (например, приложение iDrink [iDrink 2014]), стали пользоваться популярностью статьи о здоровом образе жизни и потреблении воды [Как заставить себя выпивать норму воды в день... 2015], разнообразные семинары и тренинги, посвящённые правильному питанию и употреблению воды [Водный баланс организма... 2016], появились специальные измерители качества и очистители воды (например, Ph-метр [Ph-метр 2016]), кружки и бутылочки, делающие приём воды приятнее, эстетичнее и моднее [My Bottle 2016].

Как увеличение спроса на питьевую воду, так и повсеместное распространение товаров и услуг, связанных с потреблением воды, позволяют предположить, что в современном российском обществе происходят трансформации практик потребления воды. При этом вектором изменений, похоже, является рационализация данных практик. С учётом того, что потребительские порывы зачастую производны от смены культурного фона, деконструкция практик потребления воды современным россиянином позволяет увидеть,



**ЛОБАНОВА Анастасия Петровна** — студентка бакалаврской программы «Социология»

факультета социальных наук НИУ ВШЭ, стажёр-исследователь Лаборатории исследований науки и технологий НИУ ВШЭ. Адрес: Россия, 101000, г. Москва, ул. Мясницкая, д. 20.

**Email:** [aplobanova@edu.hse.ru](mailto:aplobanova@edu.hse.ru)

как в нашей стране формируются новые культурные установки, связанные с ответственностью за тело, здоровье и благополучие индивидов.

Цель исследования заключается в том, чтобы прояснить социальные основания практик потребления питьевой воды в современном российском обществе и оценить структуру этих практик в ракурсе приближённости к рациональному поведению. На основе информации, полученной в процессе исследования, мы намерены реконструировать культурные, экономические и институциональные условия трансформации, потенциально способные влиять на формирование практик индивидов и их отношение к питьевой воде. Также видится целесообразным выявить смысловые категории, стоящие за потреблением питьевой воды россиянами, описать элементы калькулятивного поведения, проявляющиеся в практиках потребления питьевой воды, продемонстрировать, как действует механизм контроля, на примере данного аспекта повседневной жизни индивидов.

Структура работы будет следующей: в начале представлены основные подходы к концептуальному пониманию процесса рационализации, которые послужили базой для построения теоретической модели исследования. Затем приводится обоснование основных методологических решений и структуры выборки. Описание эмпирических результатов начинается с типологии практик потребления воды, а также проблематизации вариаций этих практик, выявляемых при сравнении нарративов респондентов различного пола, возраста и места проживания. Далее показано, какие институты используются респондентами в качестве источников информации о том, как правильно пить воду, а также как неопределённость по поводу её качества заполняется доверием к институтам, приписыванием воде символической значимости, использованием ритуальных практик. Речь также пойдёт о том, как контроль реализуется в осознанном и латентном учёте цены, времени, объёма потребляемой воды и степени комфорта в процессе потребления. Были зафиксированы усилия, которые предпринимают информанты, чтобы изменить свои привычки, на основе чего представлена типология стратегий «опривычивания». Также обсуждается связь между степенью опривыченности нового питьевого режима и необходимостью в явном контроле потребления питьевой воды. В заключение эмпирические результаты осмыслены в свете социологических теорий.

### **Процесс рационализации через призму социологических теорий**

Как известно из работ М. Вебера, процесс рационализации неразрывно связан с процессом «расколдовывания мира», то есть отрицания магических, мистических и иных потусторонних сил природы, и с повышением роли научного знания в жизни общества. Рационализация для Вебера — это переход от хаотичных действий, событий или явлений в систематическую и упорядоченную сферу жизни. Классик неоднократно подчёркивал, что процесс рационализации пронизывает все аспекты жизни людей, однако дискуссионным ядром для него выступал макроуровень: государство, производство, религия [Вебер 2016]. Вебер считал, что рационализация является

показателем исторического развития и роста, подразумевает контроль государства над всеми сферами жизни общества, то есть контроль над действиями индивидов. С ним соглашался Н. Элиас, также изучавший тяготение общества к более полному контролю над повседневной жизнью как механизм принуждения, связанный с интересами в обеспечении производственной силы тела, полезной для государства [Элиас 2001]. Терминологически данная идея оформляется в работах М. Фуко, говорящего о дисциплинарной власти, которая подразумевает «полный охват <...> тела, жестов, времени, поведения индивидов» [Фуко 2007: 64]. При реализации дисциплинарной власти появляются практики, которые используются индивидами для того, чтобы самостоятельно или при помощи какого-либо внешнего фактора воздействовать на собственные тела (такие практики М. Фуко называл техниками себя). Опираясь на принципы психоанализа, он показал, что цель подобных трансформаций — приближение к совершенству и чистоте [Фуко 2008]. При этом знание о себе вписано в определённые формы господства, то есть навязано извне. «Политическая экономия тела» направлена на подчинение людей через некие нормы телесности, принятые в обществе, при помощи которых государство диктует, что и как делать индивиду, продвигая, таким образом, свои цели. Забота о здоровье населения является важной задачей государства, а создание культуры здорового образа жизни у населения даёт возможность снизить заболеваемость и как результат затраты на медицинскую сферу [Crawford 1980]. Государство определяет, каким должно быть тело, а задачей индивидов является подстраивание под образец для достижения максимальной эффективности возможностей своего тела, которое выступает не как естественная природная данность, но как объект целенаправленных усилий.

Новый аспект нормативной телесности — её рационализация, появившаяся вследствие возрастания роли науки и её обоснованности, а также медикализация как частный случай распространения рационализации на жизнь общества через институты. Теперь здоровое тело — идеал, к которому необходимо стремиться. Медицина начала контролировать общество, определяя границу между здоровым и нездоровым телом, помогая восстановить здоровое тело, то есть определяя нормативную телесность уже индустриального общества. В рамках идеологии хелсизма ведению здорового образа жизни придаётся моральная окраска, а нарушения стигматизируются.

Индивид учится контролю над своим телом, стремится принимать активное участие в его формировании и избегать подчинения своим потребностям во благо самого себя. Забота о себе и контроль над собой становятся стилем жизни, но человек не превращается в эгоиста или асоциальную личность; наоборот, благодаря контролю появляются новые оформленные институты. «Призыв “заботиться о себе” стал императивом <...>, он стал образом действия, манерой поведения, пропитал различные стили жизни, оформился в многочисленные процедуры, практики, предписания, которые осмыслили, развивали, совершенствовали, преподавали» [Фуко 1998: 53]. Причём важно, что ответственность за здоровье теперь лежит на индивиде, который должен не только действовать определённым образом, но и контролировать себя самостоятельно [Паутов, Паутова 2014]. Для россиян, имеющих более чем полувековой опыт патерналистской системы здравоохранения, подобные установки на внутренний локус контроля являются новыми.

По мнению отдельных исследователей, институты были сформированы экспертами (наследниками философов), которые противопоставляются невеждам [Элиас 2001; Дуглас 2007]. По сути, невежды — это люди, живущие в той повседневности и рутинности, которая им дана. Эксперты же живут рационализированной, точной жизнью. Места, в которых осуществляли свою деятельность эксперты, и были зарождающимися институтами. Теперь эти эксперты находятся повсюду, оказывая влияние на всё общество, а институты, которые ранее принадлежали только им, теперь действуют для всех индивидов [Вальденфельс 1991].

Контролирование собственного тела на практике разворачивается в различные практики калькуляции, неизменно сопутствующие рационализации общества [Вебер 2007]. Всё начинает просчитываться, действия людей оцениваются с точки зрения наилучшего пути к достижению цели и при этом предстают в числовом выражении. Важно, что подсчёт осуществляется без натуги — общество устроено таким образом, что любое действие так или иначе стремится быть «опривыченным» [Ритцер 2011]. Происходит хабиитуализация: выполняя одно и то же действие, мы осознаём его как некий образец, после чего нам сложно представить, что его можно осуществить другим образом [Бергер, Лукман 1995]. Образцы включаются в практики индивида как «само собой разумеющееся»; для индивида становится очевидным, что нужно поступить именно определённым образом, возможности выбора существенно сокращаются. Так, в результате процесса хабиитуализации вырабатывается некий алгоритм действий для определённой ситуации, по своей сути ничем не отличающийся от того алгоритма, который создаётся для робота. Разница лишь в том, что социальная жизнь очень разнообразна, а образцы поведения сложнее компьютерных алгоритмов, так как постоянно корректируются в зависимости от ситуации. Итак, мы видим, что практики стремятся к механизации. Последующее повторение может быть осуществлено с экономией усилий. Действительно, хабиитуализация в значительной степени упрощает нашу жизнь. При этом привычные практики могут либо соотноситься с актуальными целями индивида, либо противоречить им. Мы называем некоторые действия вредными привычками, то есть осознаём различие между нашими желаниями и действиями. Также индивиды, оценивая силу привычки, нередко пытаются искусственно хабиитуализировать то, что соответствует их целям [Verplanken, Faes 1999], «сами делают себя», занимаясь созданием «хорошей персоны» [Морено 2001]<sup>3</sup>.

В повседневной жизни люди чаще принимают решения постепенно, чтобы уменьшить или вообще избежать умственных математических вычислений [Northcote, McIntosh 1999]. Ускользает от рефлексии действующего и природа его предпочтений, в том числе и потребительских. Ожидания в отношении качеств товаров на деле отсылают к общекультурным нормам [Слейтер 2008]. Но рынок улавливает ожидания раньше потребителя и обучает его способам оценивания, по сути, социально сконструированного блага [Каллон, Меадель, Рабехарисоа 2008]. В случае с питьевой водой данный вопрос приобретает дополнительные этические измерения. Пригодная для питья вода является благом, необходимым для выживания человека. Во многих странах мира право человека на доступ к питьевой воде относится к разряду базовых гражданских прав, которые должны быть обеспечены государством. При этом в развитых странах сегодня это право обсуждается в связи с бурным развитием рынков бутилированной воды, где возникают все сопутствующие коммодификации жизненно важного блага в консьюмеристском обществе дилеммы [Бердышева 2010]. В это же время в бедных странах вопрос об обеспеченности питьевой водой по-прежнему возникает в связи с неспособностью некоторых государств организовать производство данного общественного блага [Clarke 2004].

Современное общество — это общество риска [Бек 2000]. Потребление же питьевой воды исторически погружено в проблематику чистоты и опасности [Strang 2004; Trentmann, Taylor 2006; Дуглас 2007]. И потому маркетинговые усилия компаний-производителей, направленные на создание мнения о том, что бутилированная вода более пригодна для питья (например, по сравнению с водопроводной), находят отклик у потребителей. При этом социальным исследователям понятно, что доминирующие представления о том, какой должна быть вода, оказываются продуктом усилий заинтересованных акторов. «Вода — это то, что мы о ней думаем» [Linton 2010]. Однако в результате процесса коммерциализации у воды как у общественного блага появляется денежная цена, из чего неизменно вытекает вопрос о том, каким социальным группам «качественная» вода теперь не будет доступна [Wilk 2006].

Таким образом, данное исследование базируется на группе теорий, предполагающих, что в современном обществе даже физиологические процессы подвергаются в первую очередь социальной регуляции

<sup>3</sup> Термин «хорошая персона» используется в социальной психологии.

и регламентации, что в совокупности с множеством других процессов вносит вклад в нарастающую рационализацию современного общества, в том числе и в России. Ожидается, что анализ практик потребления питьевой воды позволит увидеть механику этой регламентации, выявить, как диктуемые культурой и социальной политикой нормы интериоризируются индивидами, структурируют их жизнь и — через самоограничение и контроль — превращаются в каноны здравого смысла, на самом деле являющиеся историко-социальными конструктами.

## Методология и выборка исследования

Исследование выполнено в качественной стратегии, что предполагает установку авторов не на проверку гипотез, как в количественном исследовании, а на вычленение их из эмпирического материала. Основной задачей исследования являлось построение плотного описания изучаемого феномена, в данном случае — практик потребления воды москвичами. Требовалось репрезентировать и объяснить их путём получения максимально полной палитры мнений. Исследование носило разведывательный характер, не предполагающий оценки средних тенденций, характеризующих социальную группу или население страны в целом.

Объектом нашего исследования является всё население России. Однако, исходя из предположения, что рационализация потребления воды является относительно новым феноменом, было принято решение сфокусироваться на жителях Москвы. Как свидетельствуют исследования, доля так называемых потребителей-новаторов среди жителей столицы максимально высока. Москва зачастую оказывается площадкой, где вызревают и оформляются новые практики, которые затем с высокой вероятностью становятся эталоном для жителей регионов России [Бабурин, Земцов 2013]. В результате эмпирическим объектом нашего исследования были выбраны жители Москвы.

Основным методом сбора данных было глубинное интервью. Структура гайда продиктована теоретическими основаниями работы и включала следующие блоки: общая информация; институциональное оформление потребления воды; социальное конструирование представлений о пользе и качестве воды; калькуляция; хабиитуализация.

Выборка исследования формировалась в логике теоретической выборки, практикуемой в рамках обоснованной теории [Корбин, Страусс 2001]. Первостепенным требованием было обеспечение гетерогенности выборки, так как сравнение и контрастирование нарративов респондентов, обладающих различными социально-демографическими характеристиками, позволяли рассчитывать на получение насыщенного описания изучаемых практик.

Из исследований по социологии и антропологии потребления известно, что одним из главных источников вариации установок по отношению к телу и здоровью в современном обществе является гендерная принадлежность [Гапова 2005]. Кроме того, практики самозаботы меняются на протяжении жизненного цикла и в межпоколенческом разрезе, поэтому их вариативность в контексте потребления воды может быть зафиксирована при сравнении нарративов респондентов разного возраста [Ковалёва 2008; Рощина 2016]. Ещё один параметр, необходимость фиксации которого была очевидна на этапе входа в поле — это род занятости. Теоретическая рамка исследования указывает на то, что потребление воды вписано в контексты хелсизма и медиализации. Следовательно, представители экспертных сообществ, работающих с этими контекстами, то есть врачи, спортсмены, фитнес-тренеры, должны были быть включены в выборку.

Для участия в интервью были приглашены люди, как лично знакомые интервьюерам, так и находящиеся вне круга общения исследователей. Использование пула наших знакомых позволило до интервью

прорефлексировать практики окружающих и выбрать лиц, чьи практики отличаются от тех, что были уже нами зафиксированы. В этом смысле знакомство с информантом, хотя и поднимает вопрос об ограничениях доступной выборки, оказывается полезным. В некотором роде «острота проблемы» снижается, во-первых, за счёт того, что интервью проводили все четыре участника нашей исследовательской команды. Соответственно, несмотря на то что наши круги общения пересекаются, их совокупность значительно шире каждого в отдельности. Во-вторых, мы провели четыре интервью с людьми, с которыми не были знакомы прежде; они сами изъявили желание выразить своё мнение, откликнувшись на объявление в социальных сетях. И, в-третьих, тема потребления воды не является сензитивной, поэтому нет оснований говорить о значимом смещении в ответах информантов. Поскольку вопрос репрезентативности выборки и генерализации выводов в нашем исследовании не стоит, мы считаем такое ограничение оправданным.

Все полученные интервью были последовательно транскрибированы. В соответствии со стратегией открытого кодирования цитаты, касающиеся изучаемого аспекта, распределялись по категориям, им присваивались определённые коды, которые далее объединялись по подтемам. Нас интересовали повторяющиеся сюжеты, а также нетипичные практики потребления воды у информантов, действующих в различных сегментах социального пространства. Следуя стратегии выборочного кодирования, мы повторно проанализировали тексты, ориентируясь на концептуальную модель исследования [Корбин, Страусс 2001]. Для анализа использовалась программа «Microsoft Office Excel 2007».

Всего в исследовании приняли участие семь мужчин и 19 женщин в возрасте 17–72 лет (39% из них старше 25 лет; 61% соответственно младше), проживающие в Москве давно (22%) или переехавшие недавно (35%), а также в ближайшем Подмосковье (35%) и других городах России (8%). Отдельно стоит выделить интервью с врачом, спортивным тренером, преподавателем йоги и профессиональным спортсменом, которые составили экспертную группу в рамках данного исследования. Более подробно характеристики каждого информанта представлены в таблице П.1 (см. приложение).

Среднее время интервью составило около 40 минут, общий объём транскриптов — более 13 авторских листов.

## Новый взгляд на потребление воды: результаты исследования

### «Пью только, чтобы утолить жажду?»

Первостепенной задачей исследования было выявление смысловых контекстов потребления воды. Анализ эмпирических данных позволил увидеть, что в современном обществе мотивация потребления воды не ограничивается простым утолением жажды, с чем связана востребованность инструментов контроля и управления им. Весь спектр практик условно можно разделить на четыре группы на основе того, как информанты осмысливают процесс потребления воды:

- *утоляющие жажду*. Представители данной группы пьют воду «по потребности», следуя своим физиологическим реакциям, при этом они не уделяют специального внимания количеству выпитой воды;
- *ЗОЖники и ППшники*. Следует отметить: хотя ведение здорового образа жизни (ЗОЖ) сегодня и задаёт особый вектор развития идентичности человека, на практике представление о том, что именно входит в здоровый образ, весьма вариативно. Мнения сходятся лишь по поводу исключения алкоголя и других вредных веществ из своего рациона, действия во благо своему организму и соблюдения режима сна и питания. Примечательно, что в то же время информан-

ты определяют некую критичную черту, переход которой превращает ведение здорового образа жизни в «паранойю». Тем не менее для «ППшников» (*сторонников правильного питания*) потребление воды — один из основных аспектов соблюдения здорового образа жизни. В их поведении явно прослеживается статусный элемент. Вербализуемая ими установка — пить рекомендуемое экспертами количество воды «на автомате», при этом нормы реального потребления воды могут сильно отличаться от физиологической потребности. Нередко представители данной группы пьют воду, рассуждая о «её роли для ускорения метаболизма», легко оперируя экспертной терминологией. Также ведётся подсчёт количества выпиваемой воды, причём в фокусе находится поиск нормы (нельзя выпить не только меньше, но и больше). «My bottle» («Моя бутылка») в руках становится символом того, что ты не просто пьёшь воду, но и владеешь сакральным знанием о том, что делать, чтобы выглядеть красивее и лучше других, а значит, «круче». Потребление воды становится демонстративным. Люди пьют, чтобы выделяться, чтобы было «видно, что ты явно на спорте» и настроен выполнять норму «худого тела», восплаемую современной культурой;

- «не чувствовать себя белой вороной». Данная группа потребителей, скорее, улавливает моду на здоровый образ жизни. Они пьют воду под влиянием окружающих, попадая в референтные группы, в которых это актуально;

*Я как-то стояла и думала, может, купить и попробовать, что там «белые люди» пьют, но потом поняла, что не стоит (Мария, 22 года).*

- «хочешь — пьёшь, не хочешь — не пьёшь». Таков принцип четвёртой группы потребителей. В отличие от первой группы — «утоляющих жажду», — представители этой группы демонстрируют весьма осознанное отношение к потреблению воды и вместе с тем недоверие к навязываемым извне нормам потребления, пропагандируя необходимость выработки индивидуальных норм, соответствующих потребностям конкретного организма.

Независимо от того, к какой группе принадлежит каждый конкретный информант, в ходе интервью становилось ясно, что не только исследователи, но и обыватели видят: вопрос потребления воды сегодня выходит из тени.

*Были времена, когда пили воду, если хочется пить, а не потому, что тебе надо выпить 1,5 литра воды (Мария, 22 года).*

Молодые респонденты видят собственное поведение как отличное от поведения представителей других поколений:

*Воду пью только я, для родителей это нетипично (Мария, 22 года).*

Респонденты размышляют о том, что в военное и послевоенное время, когда существовал голод, много смертей, разруха и тому подобное, людям было недосуг задумываться о том, как они пьют воду. Профицит и достаток, а также освоение представлений о требованиях к чистоте воды, оформленных в государственной политике, замечаемых при сравнении отношения к воде в разных странах (например, в ходе туристических поездок), позволяют задуматься о роли воды и заставляют тратить время на контроль её качества и объёма потребления.

## **Вариативность практик потребления воды в зависимости от пола, возраста и места проживания**

Проживание в Москве является параметром, способным запустить более осознанное отношение к потреблению питьевой воды. Намеренное включение в выборку респондентов, которые приехали в Москву недавно, позволяет увидеть, что непривычные нормы потребления воды оказываются для них одним из «культурных шоков»:

*Раньше, до переезда, я пила воду из-под крана и относилась к этому нормально. При этом я знала, что качество воды удовлетворительное как минимум, а здесь я не могу быть уверена, поэтому всё же остерегаюсь (Надежда, 20 лет).*

Также нам удалось зафиксировать, что существует некие гендерные различия в смыслах относительно потребления воды и пользы этого действия. Различия могут проследиваться уже на нормативном уровне; информанты воспроизводили правила, в которых мужчинам предписывалось большее употребление воды, чем женщинам:

*Женщинам нужно выпивать от двух до 2,7 литра воды в день, а мужчинам — от 2,7 до 3,5 литра (Валерия, 21 год).*

В рамках данного исследования невозможно выяснить, больше или меньше мужчины по сравнению с женщинами пьют воды, но можно выделить различия в установках информантов обоих полов. Прежде всего, следует отметить, что мы встретились со скептическим и даже негативным отношением к новым практикам потребления воды со стороны мужского пола:

*Я замечаю, что он (Молодой человек. — Авторы.) не может кушать, не запивая водой. Это для него абсолютно неестественно. Ну, он не будет никогда с утра пить воду. Но он может прийти вечером и перед сном выпить, если у него сильная жажда, четыре стакана воды (Дарья, 22 года);*

*Она (Жена. — Авторы.), как все типичные женщины, повёрнута на похудении и на правильном питании, поэтому она хлещет воду как ненормальная (Илья, 28 лет).*

Таким образом, наши респонденты подчёркивают, что, в отличие от женщин, для мужчин потребление воды — естественный процесс, заключающийся в её употреблении по желанию. Похудение, правильное питание, улучшение внешнего вида (состояние кожи, её цвета, поддержание чистоты кожи) как «триггеры» изменения привычек, отмеченных женщинами, представляются чуждыми для мужчин. Соответственно практики мужчин отличались от таковых у женщин меньшей заинтересованностью в изменении своих привычек по потреблению воды.

Можно было бы предположить, что в силу «общей культуры питания» в семье практики потребления воды будут схожими. Тем не менее существуют гендерные расхождения внутри семьи. Но женщины стараются транслировать своё видение партнёру, проявляя настойчивость и гибкость одновременно:

*Я сделаю нам одну и ту же пищу («здоровую»), просто ему, может быть, положу большую порцию, дам ему тот же самый майонез, кетчуп или что-нибудь такое. Может быть, я ему налью сок, который сама точно пить не буду (Дарья, 22 года);*

*Он (Муж. — Авторы.) пьёт обычно чай или ещё что-нибудь, а я заставляю его пить воду (Алла, 43 года).*

Иными словами, женщины готовы идти на уступки мужчинам, стараясь сильно не разграничивать питание, но в то же время постепенно прививать «культуру питания». Этот процесс напоминает воспитание детей. Сюжеты о необходимости формирования «правильной» культуры потребления воды в детстве (в том числе у сыновей) следует выделить отдельно:

*Заставляю пить его с утра. Приучаю с детства его. Его-то я, наверное, приучу в отличие от старшего (Алла, 43 года).*

Кроме того, намечается разделение мужских и женских функций. Мужчины вовлекаются в хозяйственный процесс организации потребления воды, оказываются ответственными за заказ воды или обслуживание фильтров, а женщины, в свою очередь, акцентируют улучшение внешнего вида и поддержание веса, а также трансляцию своих «правильных» практик другим членам семьи:

*Женщина больше на поддержание внешнего вида настроена: чистота кожи, вода же экологически чистая <...>. Поддержание веса — это больше по женской части. А мужчины — как общая идея здоровья, прежде всего реализация технических моментов, решение проблем семьи, обеспечение её более качественной как водой, так и пищей для всех. Разобраться, как это работает, решить, какой фильтр установить. Больше мужская обязанность (Сергей, 50 лет).*

Подобные рассуждения дают нам основание полагать, что женщины являются удобной «мишенью» для транслирования новых практик, поскольку они, как правило, более внимательны к своему здоровью и внешности и потому более склонны к экспериментам в области здорового образа жизни. Однако затем мужчины оказываются всё более и более вовлечены в процесс «правильного» потребления воды благодаря тому, что женщины не только изменили свои практики, но и пытаются «привить эту полезную привычку» своим близким. Данные выводы соотносятся с результатами анализа рекламных роликов и слоганов известных марок бутилированной воды. Обратим внимание на основные категории, в которых маркетологи конструируют ценность продукта: «спорт», «семья», «здоровье», «красота» и «экология». При этом мы заметили, что модели женского пола появляются в рекламных роликах чаще, нежели мужского.

Отличительные особенности в потреблении воды также зависят от возраста. Несмотря на то что некоторые люди в возрасте сейчас стали задумываться о потреблении воды, практика увеличения её количества и следование норме всё же среди них не так распространена, как среди представителей молодого и среднего возраста, легче и быстрее усваивающих новые практики. Новые практики усваиваются быстрее представителями молодого и среднего возраста. Многие связывают это с тем, что с возрастом приверженность моде ослабевает, даже если под модой фигурируют вполне разумные основания.

*Я могу сказать, что процент окружающих меня людей не стремится к этой моде. Мне кажется, это в силу возраста (Софья, 64 года).*

Информанты также отмечали сильные различия в потреблении питьевой воды у двух соседних поколений или через поколение:

*Сейчас говорят (бабушка и дедушка), что зачем вам в организм, который и так переваривает этот бутерброд, воду, которая создаст лишний объём, организму будет тяжелее всё это перерабатывать (Дарья, 22 года).*

Информанты молодого и среднего возраста, вспоминая о том, как пили воду их родители и бабушки с дедушками, воспринимают их практики потребления как отличные от современной «культуры питья воды». Тому, как это необходимо делать «правильно» сегодня, противопоставляется тот факт, что о потреблении не задумывались.

*Родители на самом деле не приучены пить воду. <...> Культура не сформирована у них самих (Ольга, 41 год).*

*Мне кажется, что нет, бабушки и дедушки не следили за потреблением воды в молодости, потому что тогда ещё не было такой пропаганды воды <...>, их это не озадачивало, и никак не волновал этот вопрос (Ксения, 20 лет).*

Дети, в противоположность своим родителям и их родителям, пытаются привить практики правильного потребления воды своим детям так же, как это пытаются сделать женщины в отношении мужчин.

Представители различных поколений неодинаково оценивают цели потребления питьевой воды. Например, в нарративах представителей старших возрастов преобладает контекст «по медицинским показаниям», в интервью молодых — для похудения, поддержания веса, создания спортивной формы. Информанты старшего поколения ссылались на то, что начали следить за потреблением воды только с возрастом, в «молодости не до этого было». Однако их дети и внуки уже в своём возрасте задумываются о потреблении воды, причиной чему может послужить плотная институциональная пропаганда здорового образа жизни.

*После 40 лет начала думать о воде, о своём питании (Полина, 66 лет);*

*Интервьюер: Вообще люди в Вашем окружении и Вашего возраста задумываются, как пить воду?*

*Респондент: Конечно, задумываются. Об этом говорят, следят за этим. <...> чем больше пьёшь, тем лучше для организма (Светлана, 65 лет).*

Всё же дискурсивное понимание того, что потребление воды должно зависеть от индивидуальных параметров, в том числе и от возраста, довольно распространено. Отмечается, что не только контролировать потребление воды, придерживаться нормы, намеренно снижать или увеличивать объём воды, но и задумываться об этом необходимо после достижения определённого возраста, когда это имеет смысл с точки зрения поддержания здоровья:

*Доживём все до 40, а дальше посмотрим (Максим, 23 года);*

*Положено в моём возрасте (Виталий, 72 года).*

## **Чистота и опасность: управление качеством питьевой воды**

### **Институциональное регулирование потребления питьевой воды**

Доминирующее сегодня представление о роли питьевой воды отсылает к тому, что вода для человеческого организма «важнее, чем еда». Как неоднократно упоминали респонденты, «человек без еды может прожить неделю, а без воды три дня». Наличие химических примесей, тяжёлых металлов, бактерий в потребляемой воде вызывает у респондентов страх, который сродни экзистенциальному. Озабоченные качеством питьевой воды, респонденты в своих нарративах обращаются к вопросу о том, каким образом сегодня в России контролируется пищевая безопасность и чем она гарантируется.

Выясняется, что результаты лабораторных исследований качества воды сегодня являются частью публичного дискурса. Информанты при аргументации своей позиции ссылаются на те или иные научные публикации, делая это по большей части обезличенно: «В исследованиях говорится...», «Считается, что...», «Исследователи доказали...» и т. п. Иными словами, анализ данных позволяет увидеть, что отношение людей к воде меняется в том числе и из-за популяризации этой темы в научных исследованиях. В ряду специалистов, занимающихся изучением воды, назывались биологи, физики, диетологи и др. В действительности, информанты не могли точно сформулировать причину полезности воды и назвать исследовательские группы или организации, которые этим занимаются. Общим местом среди причин, называемых в качестве необходимости пить больше воды, было то, что человеческий организм состоит из воды, но далее были варианты ответов: на 90%, на 80%, на 70%, на 60% и «на сколько-то много процентов».

Государственные источники, ожидаемо, вызывают у респондентов больше доверия, чем результаты коммерческих исследований:

*Роспотребнадзор, насколько я помню, делал статистику по воде, по брендам. Какую стоит и какую не стоит пить. Вообще, считаю, что Роспотребнадзор независим от коммерции и должен работать на благо людей (Виктор, 19 лет).*

Однако контрольные меры, принимаемые государством, не перекрывают все вопросы, возникающие у респондентов, беспокоящихся о том, чтобы пить «благоприятно влияющую» воду. Возникает частный спрос на соответствующие коммерческие услуги медицинских лабораторий, способных заверить или разуверить не только в качестве брендированной бутилированной воды, но любой воды (из крана, из ручья), поданной на анализ:

*Есть куча независимых лабораторий, отдай ты туда полторашку, тебе проверят, что с ней не так. И опять же, если ты покупаешь бутилированную воду, ты чувствуешь, что у каждой бутылки вкус разный, то есть некоторые реально какие-то непонятные, вкус какой-то химозный (Максим, 23 года).*

Информационные пробелы, если судить по полученным нарративам, могут заполняться советами тренеров и медиков. Эти последние обладают особым профессиональным знанием, они способны подойти к вопросу потребления воды с позиций выверенного знания о «химии и биологии человеческого организма»:

*Мой тренер говорит, что если стакан тёплой воды выпить, то обмен веществ улучшится и ты похудеешь (Ксения, 20 лет).*

Медицинские источники пользуются даже большим авторитетом. Неслучайно сегодня питьевая вода широко представлена на полках аптек. Медицина связывает качество воды с состоянием здоровья. В этой интерпретации «хорошая» вода сама по себе оказывается спасением и лекарством:

*<...> Я пью воду только для почек. <...> Специальная вода для почек, да, минеральная <...> из Сербии заказываю (Андрей, 23 года).*

Респонденты, которых не удовлетворяет информация о воде, исходящая от институциональных акторов, видят необходимость в прохождении профессионального обучения — они слушают лекции о правильном питании или питье, посещают семинары в школах правильного питания (например, Школа идеального тела «Секта»). Там слушатели узнают, как правильно выбрать воду, на что ориентиро-

ваться, какая вода полезнее, а какая не даст результата в достижении желаемого эффекта. Информанты говорят о положительных результатах после прохождения обучения и уверены, что такой подход к пониманию своего тела правилен:

*Прошло уже больше года после окончания, я понимаю, что до сих пор живу по правилам «Секты». Я чувствую, что организм в какой-то момент «спасибо» говорит (Яна, 22 года).*

Коммерциализация питьевой воды, оформление соответствующих рынков, по-видимому, также влияет на практики людей.

*Многие производители воды предпринимают маркетинговые ходы, чтобы покупали (Мария, 22 года).*

Информанты замечают, что современный рынок воды отличается индивидуальным подходом к определённым группам людей: спортивная вода для спортсменов, детская вода для детей и т. д.

Анализ интервью позволяет зафиксировать, что важнейшую роль в практиках потребления воды играет сам факт покупки воды. Если информант платит за воду и знает, что это занимает определённую долю расходов, то, возможно, появляется необходимость допить или жёстче контролировать, сколько нужно выпить. Если же вода бесплатная, то действия становятся более свободными, не привязываются к количеству воды.

Развитие рынка специализированных ёмкостей – бутылок, кружек, термосов для воды – также оказало влияние на практики российских информантов. Модные, необычные и привлекательные, эти ёмкости позволяют пить воду в любое время независимо от места и удалённости от магазина или природного источника воды.

*Ну, они очень красивые на вид, на самом деле. У них такой минималистский дизайн, красиво выглядят, реально (Нина, 20 лет).*

Ещё одну «маркетинговую» причину увеличения популярности воды респонденты видят в том, что послы о значимости питьевой воды широко рассеяны в информационном пространстве. Не только производители бутилированной воды, но, например, и поставщики косметики продвигают чистую воду, пытаясь привлечь внимание к своей продукции.

*При этом она (Любимая модель информанта. — Авторы.) недавно стала лицом Bioderma. Bioderma — это фирма, которая у меня ассоциируется с водой, и это тоже как-то очень повлияло (Яна, 22 года).*

Также было замечено, что сегодня происходит приравнивание воды к другим напиткам администрацией ресторанов. Вода встала в ряд с чаем, кофе, соком, газировкой и даже пивом и алкоголем. Одним из индикаторов, в частности, является институционализировавшийся запрет на внос воды в заведения, куда раньше нельзя было входить только со своими напитками:

*Один неприятный момент был, когда в «Якитории» нам сказали, что со своим нельзя, хотя мы были с водой простой. Не с алкоголем, не с кока-колой, а с водой (Нина, 20 лет).*

В рамках реализации программы по охране труда в Трудовой кодекс РФ в 2012 г. был внесен ряд поправок, которые стимулировали работодателей развивать культуру здорового образа жизни на рабочем

месте и вне его [Паутов, Паутова 2014]. Практики потребления воды некоторых информантов также зависят от работы: им выдаётся корпоративная вода, им легче контролировать потребление воды во время работы, они не переплачивают за воду, так как им не приходится покупать её в магазинах, им не нужно нести её из дома и т. д. Можно сказать, что в таких случаях ценности и привычки людей формируются под контролем работодателей.

### **«За живой и мёртвой водой»: «пригодность» воды в индивидуальном потреблении**

Для того чтобы понять, каким образом вода воспринимается информантами, мы проанализировали, в каких категориях она мыслится респондентами. Дискурс имеет преимущественно положительную коннотацию: «чистая», «живая», «прозрачная», «свежая», «полезная». Характеризуя воду, информанты прибегают к эмоционально окрашенным прилагательным, метафорично выражая наличие символических смыслов, глубинных аттитюдов, которые сложно отразить иным образом.

Как уже было сказано, тема чистоты воды красной нитью пронизывает интервью. Безопасность воды связывается с отсутствием в ней бактерий и «вредных примесей».

*У меня, например, у лучшей подруги вся семья пьёт воду из-под крана, а меня аж передёргивает от этого; мне кажется, она такая грязная и невкусная (Валерия, 21 год).*

Однако питьевая вода нагружена и глубокими смысловыми категориями, связанными с духовной жизнью. Респонденты практикуют общение с водой как с «живой субстанцией», верят в возможность структурирования воды и её целительные свойства, исполнение желаний, считают, что относиться к воде нужно очень корректно, положительно. Антропоморфизм проявляется и в том, какими качествами они её наделяют и как с ней взаимодействуют.

*Я когда воду пью, я с ней разговариваю. И, если мне надо что-то загадать, попросить, то я поливаю себя душем. И всегда это материализуется (Маргарита, 44 года).*

Респонденты в интервью самостоятельно выходят на беседу о «святой воде». Они уверены, что это вода полна энергии и лечебной силы, поэтому считается, скорее, «исключительным продуктом», который нужно пить в праздники, во время болезни и в других редких случаях. Не нарушать священность церковной воды стремятся в том числе и люди, которые не определяют себя как воцерковлённые или высокорелигиозные.

*Например, гормональные таблетки, я никогда их не запью святой водой. Я хоть и не суперрелигиозная, но так всё равно никогда не сделаю (Яна, 22 года).*

Анализ нарративов позволяет выявить целый ряд инструментов, к которым прибегают информанты в попытках повысить качество питьевой воды. Заметим, что эти инструменты подчас носят не столько рациональный, сколько мистический характер.

Государственные очистные сооружения для водопроводной воды не пользуются безусловным доверием. По мнению информантов, качество воды после такой очистки является неудовлетворительным. Весьма часто упоминаемой практикой оказываются кипячение и использование различных водоочистных фильтров. Хотя качество воды и в данном случае ставится под сомнение: ...она пахнет всё равно не так (Ирина, 21 год). Альтернативу кипячению и фильтрации некоторые респонденты видят в замораживании воды, полагая, что это значительно улучшает её качество и помогает избавиться от бактерий:

*Она (Бабушка. — Авторы.) берёт большую кастрюлю, наливает в неё воду из-под крана и потом ставит её в морозилку. На следующий день она достаёт эту кастрюлю, пробивает лёд, выливает эту воду в раковину и размораживает этот лёд, и эту вот воду уже пьёт (Валерия, 21 год).*

Особняком стоят практики, призванные воздействовать не столько на химические, сколько на «энергетические» аспекты питьевой воды. Россияне, в том числе и высокообразованные, разговаривают с водой, чтобы повлиять на её структуру и сделать «более дружественной», настаивают воду на камнях и минералах:

*Есть некоторые вещества, например камни, которые при помещении в воду её структурируют, и она становится живой (Михаил, 41 год).*

Примечательно, что если вода из-под крана может восприниматься как непригодная для питья, то вода из природных источников, напротив, ассоциируется с высоким качеством:

*Я на 100 процентов уверен, что вода из родника абсолютно чистая (Михаил, 41 год);*

*А как бы из родника — да, я пила. В рамках такого...единения с природой (Мария, 22 года).*

Отдельной задачей исследования была идентификация критериев оценки качества питьевой воды, коммуницируемых рынком бутилированной воды. Темой для обсуждения в интервью стало соотношение характеристик предлагаемой воды с её денежной стоимостью. Так, при обсуждении примеров завышения цен на бутилированную воду проявилось убеждение, что в отношении «очищенной, но всё-таки водопроводной» воды оно никак не может быть оправдано. Тем не менее переход питьевой воды в стадию рыночного продукта устраивает москвичей, так как рынок даёт некий надёжный ориентир относительно качества воды, чему способствуют ГОСТы и производители. Покупать воду «за копейки» считается неприемлемым, поскольку в этом случае непонятно, были ли вообще затрачены деньги на обработку воды или же они пошли только на упаковку:

*В данном случае бренд, марка — это твоя гарантия, что твоя вода не из ближайшего унитаза была налита, только на это нам и остаётся рассчитывать (Нина, 20 лет).*

Необходимо отметить, что у некоторых информантов доверие к государственным источникам исследований выше, чем к коммерческим; есть и те, которые предпочитают читать информацию только независимых организаций.

Также качество воды может стабилизироваться в глазах потребителей, если речь идёт о воде для определённых групп населения. Например, некоторые склонны выбирать специализированную воду, предназначенную для детей. По их мнению, она отличается от другой воды высоким качеством, наличием минералов, ей можно доверять:

*Ну, и мне почему-то кажется, что люди, которые делают что-то для детей, они не будут химозное делать, потому что таких людей сажать надо, если они это реально делают (Нина, 20 лет).*

### **От качества к количеству: калькуляция как аспект управления питьевым режимом**

В ходе рационализации каждый аспект человеческого действия становится предметом расчёта, измерения и контроля. Анализируя практики информантов по потреблению питьевой воды, мы пришли к

выводу, что данный аспект довольно ярко проявляется в процессе повседневной человеческой жизни. Кажется довольно противоречивым тот факт, что люди не просто пьют воду, а стремятся к потреблению её в определённых количествах, к соблюдению при этом временных интервалов и просчитыванию самого процесса. Такое обыденное, физиологически необходимое и естественное действие, как питье воды, подвергается управлению через расчёт.

Нормы потребления воды задаются социально и подвергаются соответствующему контролю:

*Удобно, когда ты идёшь и берёшь три бутылки воды на работе, и на тебя не смотрят как на сумасшедшую. Но есть, в принципе, у меня есть люди, которые тоже сразу набирают три бутылки воды или четыре. У нас есть люди, которые таскают по пять, и на них все смотрят как на нахлебников. Но в целом по две бутылки берут очень многие (Мария, 22 года).*

«Правильное» потребление воды у информантов ассоциируется с необходимостью чётко знать «когда, в какое время, какое количество» и всё «вымерять», с поиском «здорового баланса» воды для своего организма, качеством воды.

«Неправильное» потребление отражается в «необычном», «несоизмеримом» (слишком большом или слишком маленьком) для себя количестве воды и нерегулярности потребления.

Подсчёт количества потребляемой воды напрямую зависит от того, что именно информанты понимают под водой — любую жидкость или только чистую воду. К жидкости приравниваются все напитки (чай, кофе, газированная вода), а также супы, фрукты, которые идут в общий учёт потребляемого объёма жидкости в день. Когда же говорят о чистой воде, то подразумевают воду «без примесей», в том числе и без газа.

Сам объём воды калькулируют более крупно — через ёмкости, в которую обычно наливают воду (например, бутылки, кружки, стаканы), или более мелко — подсчётом глотков. Возможно, это связано с тем, что люди в повседневной жизни склонны всё упрощать и не проводить сложных математических операций в уме, поэтому им удобнее считать количество потребляемой воды именно таким образом, то есть используя лишь операции сложения и вычитания.

*Я знаю, что стакан воды с утра — это примерно 250 мл (Мария, 22 года).*

Несмотря на то что сложных математических операций, считая количество воды, люди, как правило, не делают, они используют мысленные расчёты как способ калькуляции, который подразумевает простые математические операции сложения и вычитания:

*Когда я прихожу на работу, я... Сейчас это и вправду легче считать, потому что у нас стоят бутылки с водой на кухне на работе, я могу спокойно брать сколько угодно. Я обычно беру себе на стол две бутылки. Ну, вот две я выпиваю в первой половине дня. И потом я либо иду и беру третью, если она ещё там осталась, если не все растащили с кухни. Либо, если её там уже нет, я иду и доливаю себе третью. То есть три бутылки я точно выпиваю, когда сижу вот просто в офисе. Потом, когда я еду на учёбу или, не дай бог, на спорт, то я с собой опять же либо наливаю, либо беру ещё одну, получается, четвёртую бутылку. И вот выпиваю её, и получается, что, например, в пять часов с работы ухожу и выпиваю. И это вот точное количество, которое я могу назвать и могу действительно посчитать (Мария, 22 года).*

Калькуляция проявляется и в процессе учёта временных промежутков и времени суток при потреблении воды: время между потреблением еды и воды, потреблением воды во время спорта и питьём в течение суток, а именно натошак, в первой и второй половине дня, вечером и ночью:

*Первое, что я делаю, когда просыпаюсь, — это выпиваю стакан воды. Потом я стараюсь сделать какую-то небольшую зарядку и иду завтракать. Собственно, вот эти 15 минут — это для того, чтобы соблюсти какой-то определённый промежуток времени между приёмом воды и приёмом пищи. Собственно, я могу, наверное, ещё выпить стакан воды после завтрака и стараюсь соблюдать перерыв где-то 15–20 минут. Вообще в течение дня я достаточно часто пью воду и стараюсь придерживаться какого-то такого принципа, выпивать как минимум два литра воды в день. Причём делать это тоже в первой половине дня, часов до трёх я выпиваю литра полтора уже и немного вечером. Раньше я пыталась догнать количество до двух литров, так как я в течение дня могла не выпить нужное количество, и делала это вечером. Тогда я просыпалась опухшая с заплавшими глазами и как-то поняла, что это не очень хорошая идея. Поэтому сейчас это всё происходит в первой половине дня (Мария, 22 года).*

Установки на изменение потребления определённого количества воды могут быть как краткосрочными (например, в течение одного определённого дня), так и долгосрочными. Долгосрочные установки предполагают возведение практик потребления установленного количества воды в день в привычку.

### **Конструирование питьевого режима: от привычки к потребности**

Описание того, как изменялись практики потребления воды, хорошо укладываются в теоретический концепт «опривычивания» [Бергер, Лукман 1995]. Исходя из воспоминаний информантов, можно судить, что было время, когда их практики существенно отличались от тех, которые они используют сейчас:

*В детстве... я не обращала внимания. Из взрослых тоже никто на этом не акцентировал внимания (Нина, 20 лет).*

*Я раньше могла пить очень мало. То есть я пила кофе, чай, в умеренных количествах воды могла выпить, стакан, например... Сейчас я понимаю, что это неправильно (Юлия, 21 год).*

*И вообще, я как-то об этом не думала, мне пить не хотелось и было комфортно (Мария, 22 года).*

Мы видим, что до какого-то момента информанты пили воду в малом количестве и при этом чувствовали себя комфортно, особо не размышляли на тему потребления питьевой воды, возможных последствий, пользы и вреда её употребления. Однако затем, в какой-то критический момент (*critical point* — термин информанта), они решили изменить свои практики. При этом некоторым пришлось столкнуться с трудностями:

*Всё равно было как-то тяжело выпивать два литра, это было первоначально сложно (Дарья, 22 года);*

*Это тяжело, но привыкаешь (Ирина, 21 год).*

Другим же вообще не удаётся этого сделать:

*Она себя заставляет, но у неё не получается (Яна, 22 года);*

*Понимаю, что это неправильно, но не могу ничего с этим поделать (Нина, 20 лет);*

*Но у меня столько не получается пить чистой воды <...>. Для организма требуется больше, чем я пью чистой воды (Екатерина, 49 лет).*

Информанты отслеживают количество потребляемой воды, создавая внешние условия, фактически принуждающие их выпить необходимую норму. Так, например, наличие заранее купленной и налитой бутылки «перед глазами» значительно упрощает достижение поставленных целей. Иногда приходится иметь при себе несколько бутылок — в офисе, в машине.

*Можно поставить бутылку перед собой. Когда стоит бутылка, ты уже ненароком её пьёшь, а когда рядом с тобой вообще нет воды, ты не вспоминаешь о ней (Ирина, 21 год);*

*Просто стараюсь на виду всегда держать бутылку (Нина, 20 лет).*

Вода, таким образом, сама напоминает о себе. Логика этой стратегии проста: увидел воду и сразу вспоминаешь о том, что нужно её выпить. Кроме того, фраза информанта «ненароком её пьёшь» показывает: наличие воды «под рукой» может содействовать тому, что действие будет выполняться «на автомате», а это одна из составляющих привычки. Возможно, что через какое-то время напоминания о «водной стихии» (бутылки, кулеры, стаканы с водой и т. д.) в дизайне среды перестанут привлекать внимание и будут восприниматься лишь как фон. Можно предположить, что человек акцентирует внимание на питьевой воде и всём, с нею связанным, поскольку это важно для него. Особую значимость подобная внимательность имеет на этапе, когда потребление воды ещё не стало привычным.

По словам информантов, особое значение имеет доступ к воде в течение всего дня. Так повышается вероятность того, что человек сделает лишний глоток или два. В качестве рекомендаций поэтому выступает необходимость брать бутылку с собой везде, в том числе в дорогу:

*И опять же бутылка с собой — очень действенный метод (Ирина, 21 год);*

*Я набирала с собой поллитровку воды дома, знала, что в течение дня я должна её осушить (Юлия, 21 год).*

Стратегия «брать бутылку с собой везде» — в некотором роде частный случай стратегии «бутылка на виду». Однако мы выделим её отдельным кодом, потому что наиболее важным моментом здесь является не напоминание себе о том, что надо пить воду, а попытка обеспечить доступ к питьевой воде в течение всего дня. При этом основное — размер тары, позволяющий обеспечить доступ к сравнительно большому количеству воды в каждый момент в течение дня:

*Я специально иногда покупаю большие бутылки и ношу их с собой в институт (Яна, 22 года).*

Если цель не состоит только в потреблении большого объёма воды, а задаётся ежедневная норма потребления, возникает возможность заранее подготовить весь объём и обеспечить доступ к этой воде в течение дня:

*Старалась покупать две бутылки воды, по литру. И старалась пить в течение дня (Яна, 22 года).*

Описанные тактики решают проблему необходимости калькуляции количества выпитой воды: в конце дня становится понятно, получилось ли выпить необходимое количество воды.

Для того чтобы выпить воду вовремя, можно также использовать разные способы напоминания:

*Я пыталась пользоваться приложением, которое должно было напоминать о том, что нужно опять выпить... (Яна, 22 года);*

*Кому-то нужно ставить будильники, напоминки (Юлия, 21 год);*

*С этими приложениями как-то стало проще. Это вносит определённую дисциплину в твою жизнь (Дарья, 22 года);*

*Можно там себе поставить напоминание по поводу воды, потому что телефон просматриваем каждую секунду. Если будет написано на экране: «Вода», — почему бы и нет (Ирина, 21 год).*

Выше шла речь о том, что бутылка с водой перед глазами бутылку сама напоминает о себе. Использование специализированных, то есть предназначенных для контроля потребления воды, приложений, а также базовых (обычный будильник тоже может использоваться в качестве напоминания) технических приложений реализует функцию напоминания. Очевидным преимуществом первых является то, что они будут не просто напоминать о необходимости пить воду, но также сделают это в «нужное», а не в произвольное, то есть «по зову организма», время. В этом смысле такие приложения более эффективны, нежели тактика «бутылка на виду». Интересно отметить, что респонденты высоко оценивают важность воды для функционирования организма и, отрицая все приёмы калькуляции, знают точно, но априори, что выпивают достаточное количество воды.

Теперь вернёмся к тому, как проявляется потребность пить воду. Использование технических приспособлений для напоминания является собой, по сути, попытку добавить внешний контроль, чтобы дисциплинировать себя. Изменяя практики, люди не просто добровольно позволяют себя контролировать, но сами создают условия для внешнего контроля.

Однако существует мнение, что такой контроль не всегда эффективен:

*Потом я от них отказалась. Почему? Как только есть дисциплина в твоей жизни, ты привыкаешь к этому... Как только эта дисциплина и, скажем так, внешний контроль исчезают, ты возвращаешься к своим прежним привычкам <...>. Я поняла, что, наверное, лучше стоит слушать себя и стараться самой. То есть не с помощью какой-то программы, которая будет тебе говорить: «Вам пора поесть, Вам пора выпить водички», — а вносить именно сознательность в культуру питания (Дарья, 22 года).*

Речь, видимо, идёт о том, что внешний контроль не должен заменять внутренний. Ведь в этом случае возникает зависимость от внешнего воздействия, а его отсутствие приведёт и к отсутствию результата. По словам информанта, необходимо привнести «сознательность» в процесс; новый питьевой режим должен стать внутренней потребностью.

Стратегией можно назвать и попытки обеспечить плавный переход от старых к новым привычкам:

*Начинала я, по-моему, с газированной воды, потому что до этого я пила только там эти соки или кока-колу... Потом перешла постепенно на газированную воду, а потом уже на обычную (Ксения, 20 лет).*

Таким образом, простая газированная вода выступила переходной ступенью между соками и сладкой газированной водой. Очевидно, что не просто переключиться с одних практик потребления на другие, ведь для того чтобы изменить свой привычный уклад, необходимо попрощаться с предыдущим рутинным опытом. Данное рассуждение также позволяет нам понять особенность хабитуализации: это процесс, который требует того или иного количества времени.

В ту же логику укладывается и следующее суждение: чтобы пить достаточное с нормативной точки зрения количество воды, необходимо поддерживать потребление на определённом уровне. Хорошим же началом выступают условия, в которых возникает естественная потребность пить больше воды (например, легко изменить свои потребительские практики летом, когда жарко):

*Мне кажется, что легко привыкнуть пить воду с утра, летом особенно. Когда жарко, когда тепло, мне кажется, утром просыпаешься, так и хочется выпить холодной водички (Софья, 64 года).*

Таким образом, используя принцип открытого кодирования, можно выделить следующие стратегии «опривычивания»:

- «бутылка с собой»;
- «бутылка на виду»;
- «большая бутылка»;
- «вода на экране» гаджета;
- «перейти постепенно».

Социально сконструированной оказывается не только потребность пить определённое количество воды, но и восприятие её вкуса:

*Просто у меня есть друзья, которые реально очень много пьют воды, потому что им с детства ставили на стол стакан воды, а не стакан сока или чая, или ещё что-то. Они могут пить из-под крана, «Шишкин лес», что угодно... (Нина, 20 лет).*

Аналогичным образом, на основе личных изменений практик информантов, можно проследить изменение самоощущений:

*Но осознание того, что мне хорошо от воды, пришло со временем, когда я поняла, что вода лучше кока-колы (Нина, 20 лет).*

Иными словами, даже если информанту раньше становилось лучше от воды, он этого не ощущал, сейчас же «понимание» того, что вода более полезна для организма, позволяет ощущать результаты потребления. О том, как конструируется и саморефлексируется информантами польза, сказано выше; здесь нам хочется показать, что конструирование пользы является частью процесса опривычивания.

В рамках выбранного метода мы не можем посмотреть, насколько практики наших информантов успели в процессе хабитуализации новых практик, но можем сопоставить реальные практики с хаби-

туализированным действием, для чего попробуем выделить сюжеты, которые согласуются с признаками привычного действия:

- *повторение*: информанты говорили о том, что их практики в целом не изменяются день ото дня; существует питьевой режим, которого им удаётся придерживаться. Индикатором повторяемости является использование информантами слов «каждый», «всегда»;
- *автоматизированность*: схема потребления стала настолько привычной, что информанты уже не задумываются, не акцентируют внимание на том, как они пьют воду, делают это на автомате;
- *механизированность*: информация о том, как информанты пили воду за день до интервью, содержит конкретную последовательность действий с указанием промежутка времени между шагами, это в том числе проявляется утром, сразу после пробуждения (от пробуждения до выхода из дома есть конкретная система действий).

Вышесказанное может быть приложимо не ко всем информантам. Мы рассматривали кейсы, когда человек пьёт мало воды (относительно общей нормы), никак не контролирует своё потребление и не собирается ничего менять в ближайшем будущем. Но более интересны случаи, когда группы информантов отрицали то, что они контролируют каким-либо образом количество потребляемой воды, но при этом пьют много воды. Объясняли они это своей потребностью — жаждой, желанием пить. Для некоторых из них подсчёт литража был настолько неестественным, что наши вопросы казались им бессмысленными:

*Интервьюер: А Вы лично следите за тем, сколько нужно потреблять воды в день?*

*Респондент: Нет, не слежу.*

<...>

*Интервьюер: А относительно количества воды?*

*Респондент: Количество воды? <...> Хочет организм два литра воды — пей два литра воды. Не хочет вообще — не пей (Елизавета, 22 года).*

При этом интересно, что некоторые информанты высоко оценивают важность воды для функционирования организма и, отрицая все приёмы калькуляции, знают априори, что выпивают достаточное количество воды.

Вернёмся к тому, как проявляется потребность пить воду:

*Сейчас я пью воду, потому что мне хочется пить. То есть мне действительно некомфортно, если я выпила за один день всего один стакан утром. Я действительно чувствую жажду (Мария, 22 года);*

*Потом как-то я втянулась, и сейчас мне действительно некомфортно, если я не пью хотя бы полтора литра. Я прямо умираю, иду в магазины, мне сразу надо купить воду (Мария, 22 года);*

*И у меня прямо потребность, жажда, которая может быть даже сильнее, чем голод, по ощущениям (Яна, 22 года).*

Из данных рассуждений видно, что потребность, которую чувствуют информанты, имеет большое влияние на них. Яркие сравнения: «умираю», «сильные ощущения», которые используют информанты,

свидетельствуют о том, что практики потребления воды были автоматизированы и механизированы в такой степени, что привычка пить воду воспринимается как потребность. При этом необходимость контроля отпадает, так как альтернативы нет: они просто не могут поступить по-другому; иное поведение им кажется неестественным, на грани невозможного.

Необходимо помнить о том, что практика потребления питьевой воды — это часть системы рутинных практик. Такой угол рассмотрения позволяет нам убедиться в том, что выбор той или иной практики потребления воды тянет за собой «вереницу» действий, её обслуживающих. На основе рассказа о том, как отец осуществляет смену картриджа фильтра-кувшина, мы можем охарактеризовать это действие как рутинизированное или опривыченное:

*У него это просто налаженная система. Он не пишет об этом на ладошке, чтобы не забыть, он просто помнит об этом, как и о многих других вещах, поэтому у него с этим нет проблем (Надежда, 20 лет).*

Отвечая на вопрос, о том, как часто приходится покупать воду в магазине, одна из информанток ответила:

*Каждый день, раз в два дня, где-то так (Надежда, 20 лет).*

Таким образом, поход в магазин за водой является ежедневным ритуалом, неотъемлемой практикой рутины человека. Речь идёт и о «повторяемости», которую мы также фиксировали в практиках питья. При описании индивидуального и институционального изменения в практиках необходимо понимать системность рутинных действий.

## **Заключение**

Предпринятое исследование практик потребления питьевой воды позволяет проиллюстрировать, что рационализация проникает в повседневную жизнь людей, переводя такие обыденные физиологические действия, как утоление жажды, в режим дисциплинарного самоконтроля. Самоконтроль осуществляется через конструирование необходимых для государства дискурсов и представление их в качестве полезных для индивидов. Рационализация повседневности возникает в результате влияния культурных, экономических, институциональных условий, и, как следствие, формируются смысловые категории и калькулятивные механизмы, которые определяют практики, хабитуализируемые индивидами.

Так, увеличение поступающей информации о здоровом образе жизни и «правильном» потреблении воды из социальных сетей, социального окружения, референтных групп информантов, от государственных деятелей, медицинских работников, научных организаций, родителей и из рекламы способствует рефлексии на тему здоровья и режима питания. Контроль, осуществляемый институтами, задаёт определённые каноны поведения, которые воспринимаются индивидами как собственные осознанные действия. Уходя от обыденных физиологических потребностей, люди начинают приписывать социальные смыслы полезности, вкусу, желаниям и внешности. Практики потребления воды теперь определяются медицинскими исследованиями, нормами и «правильными» пропорциями тела, морализаторским отношением к телу и здоровью, религиозными смыслами, государственным вмешательством в распорядок жизни людей, которое осуществляется через работодателей, науку, рынок, создание школ «идеального тела» и другие институты.

Потребление питьевой воды позволяет создавать социальные идентичности групп людей (например, «ППШники»). Потребление воды становится одним из способов достижения «хорошей внешности».

Акцент на тело и телесность становится характеристикой современного общества, а вода — одним из средств достижения определённого статуса в обществе. Мода на диеты плавно переходит к популяризации моды на здоровое питание и худое тело, что в рамках феномена хелсизма может улучшить здоровье граждан и увеличить благосостояние государства в целом. Отсутствие ожирения, заболеваний, связанных с сердцем и с сосудистой системой, вероятно, даёт возможность государству экономить средства, затрачиваемые на медицину, а работодателям — на обеспечение лечения работников. Так, в исследовании проявился феномен хелсизма и медиализации, в связи с которым, возможно, все больше сфер повседневности затрагиваются медициной и наукой.

В процессе анализа обнаружилось, что наука в сознании информантов оказывается обезличенной, поскольку нет основного источника получения научных знаний и результатов исследований. Информация достаточно разобщена, а доверие к ней формируется только благодаря тому, что она поступает из уст учёных и от лица государства. Можно сделать вывод о возникновении феномена сциентизма и о том, что у науки появляется возможность влиять на создание и практики людей, опираясь на саму себя и не будучи беспристрастной. Наука, скорее, выполняет заказ, поступающий от институциональных структур.

Люди хотят быть здоровыми и красивыми, стремятся действовать рационально для достижения этих целей, то есть контролируют своё поведение, просчитывая его и измеряя последствия, что доказывает существование калькулятивных механизмов в повседневной жизни.

Забота о качестве воды может быть рассмотрена с позиции хелсизма: навязывание представлений о здоровом образе жизни связано с тем, что государству выгоднее иметь здоровых и экономически активных граждан, способных самостоятельно позаботиться о себе, не прибегая к средствам социальной защиты. В рамках данной работы сложно проверить, используется ли представление о теле макроинститутами, чтобы управлять поведением индивидов, но рассуждения на тему телесности и государственного контроля показывают, что идея о «здоровом», «идеальном» теле оказывается для них весьма выгодной.

Процесс перехода от потребностей, реализуемых через государственный контроль, к самоконтролю сопровождается калькуляцией. Механизм контроля проявляется в действиях индивидов через рефлексию, для которой характерны установки на достижение определённых целей и осознанный учёт количественных показателей в процессе потребления воды, неосознанный подсчёт преимуществ и недостатков осуществлённого выбора, а также латентный для самого действующего индивида учёт цены, времени, качества, комфорта и количества воды.

Элементы калькулятивного поведения рассчитываются через отдельные составляющие. Цена калькулируется через необходимое количество воды, оптимальную цену за это количество, бренд питьевой воды, а также через бесплатную питьевую воду. Следующий элемент калькуляции — комфорт — оценивается исходя из ситуативности, цены, времени и объёма воды. Само время контролируется через время суток и промежутки между водой и едой, спортом и водой. Объём воды учитывается при помощи ёмкостей для воды, калорийности, ошибок потребления, специфической нормы, одобрения и привычки. Также в процессе выбора, калькулируется качество воды.

Осознавая силу опривыченных действий, выполняемых на автомате, люди пытаются искусственно хабиитуализировать то, что соответствует их целям и установкам, то есть осознанно делают своё действие неосознанным. Человеку кажется, что полезно пить больше воды, даже если он не испытывает чувство жажды, поэтому он старается превратить употребление большого количества воды в привычку. При этом, как отмечалось, формирование одобряемых практик потребления воды в рамках более широкого

процесса популяризации здорового образа жизни представляется нам тем, что М. Фуко называл «техникой себя». В результате хабиитуализации практика становится опривыченной настолько, что воспринимается как потребность; это показывает, как формы биополитического контроля распространяются непосредственно на повседневность.

Обозначая ограничения нашего исследования, следует отметить, что выбор рационализации как теоретической перспективы для объяснения практик потребления питьевой воды в России является одним из возможных. В данной работе мы полностью дистанцировались от вопроса о том, в какой мере наблюдаемые различия в подходах к потреблению воды отражают классовый характер. Проблематизируя опривычивание новых практик потребления воды в России, мы опирались на феноменологическую традицию в версии П. Бергера и Т. Лукмана. Несомненно, более пристальное изучение этого вопроса с привлечением концептуального аппарата, разработанного П. Бурдьё, с его акцентами на связи между социальной принадлежностью индивидов и их вкусами, поможет в будущем существенно обогатить полученную нами картину. Кроме того, мы весьма смело опираемся на идею государственности М. Фуко, минуя важную дискуссию о том, в какой мере и при каких условиях работы этого автора применимы для анализа российской действительности [Мишель Фуко и Россия... 2001].

Также нельзя игнорировать тот факт, что, ставя вопрос о рационализации повседневной жизни в России, мы концентрируем внимание на весьма узком предмете — на потреблении питьевой воды. И даже эта тематика раскрывается нами на этнографическом материале. С учётом уровня внешней валидности необходимо дополнить полученные данные, используя количественные методы для создания более объёмного триангулятивного видения рассматриваемого явления.

Оставляя фокус исследовательского внимания только на жителях Москвы и ближайших городов и предполагая, что передовые практики быстрее интериоризируются именно в столице, мы также отказываемся от любых попыток генерализировать полученные выводы, распространить их на другие регионы России. В рамках будущих исследований привлекательной видится возможность сравнить практики потребления воды в столице и за её пределами, в том числе в других странах.

На наш взгляд, нам удалось показать, каким образом феномен рационализации проявляется в ежедневных питьевых практиках, однако вследствие ограниченности ресурсов не все тематические сюжеты были раскрыты. Так, дальнейшей разработки требуют символические значения воды, необходимыми представляются гендерные и территориальные исследования. Был затронут, но не получил глубокой разработки процесс трансформации нормативных установок внутри различных социальных групп. Были обозначены основные источники нормативных установок, но характер их влияния на практики не мог быть полностью раскрыт в рамках данного исследования. Исторический анализ (например, сравнение современных и советских практик), более глубокий контент-анализ современного дискурса о потреблении воды, исследование количественного дизайна с его возможностью генерализации результатов позволили бы более полно охарактеризовать описываемый нами феномен.

## Приложение

Таблица П.1

## Информация об интервью и характеристиках информантов

№ интервью	Имя*	Интересующие критерии			Возраст (полных лет)
		Род деятельности	Проживание	Спортивная деятельность	
1	Мария	Работает, учится	Переезд в Москву	Любитель	22
2	Илья	Работает	Москва	Любитель	28
3	Вероника	Работает, учится	Переезд в Москву	Профессионал	21
4	Дарья	Учится	Переезд в Москву	Любитель	22
5	Екатерина	На пенсии, работает	Иваново	Не занимается	49
6	Виктор	Работает, учится	Москва	Не занимается	19
7	Михаил	Работает	Москва	Не занимается	41
8	Татьяна	Учится	Москва	Любитель	17
9	Алла	Работает	Москва	Не занимается	43
10	Валерия	Работает, учится	Переезд в Москву	Любитель	21
11	Ирина	Работает, учится	Москва	Любитель	21
12	Ксения	Учится	Переезд в Москву	Любитель	20
13	Ольга	Работает (тренер)	Москва	Профессионал	41
14	Светлана	На пенсии	Удельная, посёлок городского типа	Любитель	65
15	Елизавета	Работает, учится (тренер)	Москва	Профессионал	22
16	Маргарита	Работает (врач)	Москва	Не занимается	44
17	Нина	Учится	Москва	Любитель	20
18	Надежда	Учится	Переезд в Москву	Любитель	20
19	Юлия	Учится, работает	Москва	Любитель	21
20	Яна	Учится	Переезд в Москву	Любитель	22
21	Софья	На пенсии	Москва	Не занимается	64
22	Сергей	Работает	Москва	Любитель	50
23	Полина	На пенсии	Москва	Не занимается	66
24	Виталий	На пенсии, работает	Москва	Не занимается	72
25	Андрей	Работает, учится	Москва	Не занимается	23
26	Максим	Работает, учится	Переезд в Москву	Любитель	23

\* Для сохранения конфиденциальности информации все имена являются вымышленными.

## Литература

- Бабурин В. Л., Земцов С. П. 2013. География инновационных процессов в России. *Вестник Московского университета. Серия 5: География*. 5: 25–32.
- Бандурин А. П., Бандурин В. А. 2015. Социальная рациональность в знаниевом контексте повседневности современного общества. *Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки*. 3: 13–17.

- Бергер П., Лукман Т. 1995. *Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания*. Пер. Е. Руткевич. М.: Медиум.
- Бек У. 2000. *Общество риска: на пути к другому модерну*. Пер. В. Седельник, Н. Федорова. М.: Прогресс-Традиция.
- Вальденфельс Б. 1991. Повседневность как плавильный тигль рациональности. В сб.: *Социо-Логос: социология, антропология, метафизика*. Вып. 1. Общество и сферы смысла. М.: Прогресс; 39–50.
- Вебер М. 1994. *Избранное. Образ общества*. М.: Юрист.
- Вебер М. 2007. *История хозяйства. Биржа и её значение*. М.: Гиперборея; Кучково поле.
- Вебер М. 2016. *Хозяйство и общество. Очерки понимающей социологии*. Пер. с нем. М.: Издательский дом ВШЭ.
- Водный баланс организма. 2016. *kaula.ru*. URL: [http://www.kaula.ru/meropriyatiya/17-12\\_seminar-vodnyi-balans-organizma](http://www.kaula.ru/meropriyatiya/17-12_seminar-vodnyi-balans-organizma).
- Дуглас М. 2000. *Чистота и опасность. Анализ представлений об осквернении и табу*. Пер. с англ. Р. Громовой, под ред. С. Баньковской. М.: Канон-пресс-Ц; Кучково поле.
- Дуглас М. 2007. Окружающая среда и риск. *Социологическое обозрение*. 3: 37–48.
- Как заставить себя выпивать норму воды в день, 8 проверенных советов. 2015. *svetlana-dolgih.ru*. URL: <http://svetlana-dolgih.ru/kak-pravilno-pit-vodu/>
- Каллон М., Меадель С., Рабехарисоа В. 2008. Экономика качеств. Пер. Г. Б. Юдина. *Журнал социологии и социальной антропологии*. 11 (4): 59–87.
- Ковалёв Е. М., Штейнберг И. Е. 1999. Качественные методы в полевых социологических исследованиях. М.: Логос.
- Ковалёва А. А. 2008. Самосохранительное поведение в системе факторов, оказывающих влияние на состояние здоровья. *Журнал социологии и социальной антропологии*. 11 (2): 179–191.
- Корбин Д., Страусс А. 2001. *Основы качественного исследования: обоснованная теория, процедуры и техники*. Пер. с англ. и послесловие Т. С. Васильевой. М.: Эдиториал УРСС.
- Мишель Фуко и Россия*. Сб. статей. Под ред. О. Хархордина. СПб.: Европейский университет в Санкт-Петербурге; М.: Летний сад, 2001.
- Морено Я. Л. 2001. *Психодрама*. Пер. с англ. Г. Пимочкиной, Е. Рачковой. М.: Апрель Пресс; ЭКСМО-Пресс.
- Паутов И., Паутова Н. 2014. Продвижение здорового образа жизни как инструмент реализации государственной политики в сфере охраны здоровья в современной России. *Журнал исследований социальной политики*. 12 (4): 493–508. URL: [http://www.aup.ru/books/m245/6\\_3.htm](http://www.aup.ru/books/m245/6_3.htm)

Ритцер Дж. 2011. *Макдональдизация общества*. Пер. А. Лазарева. М.: Праксис.

Рынок бутилированной воды. Текущая ситуация и прогноз 2016–2020 гг. 2016. *Alto Consulting Group*. URL: <http://alto-group.ru/otchet/marketing/361-rynok-butirovannoj-vody-tekushhaya-situaciya-i-prognoz-2014-2018-gg.html>

Рощина Я. М. 2016. Стиль жизни в отношении здоровья: имеет ли значение социальное неравенство? *Экономическая социология*. 17 (3): 13–36. URL: <https://ecsoc.hse.ru/2016-17-3.html>

Слейтер Д. 2008. Забирая рынок у экономистов. *Экономическая социология*. 2 (9): 29–45. URL: <https://ecsoc.hse.ru/2008-9-2.html>

Фуко М. 1998. *История сексуальности III: забота о себе*. Пер. с франц. Т. Н. Титова и О. И. Хома, под общ. ред. А. Б. Мокроусова. Киев: Дух и литера; Грунт; М.: Рефл-бук.

Фуко М. 1999. *Надзирать и наказывать. Рождение тюрьмы*. Пер. с франц. В. Наумова. М.: AdMarginem.

Фуко М. 2007. *Психиатрическая власть. Курс лекций, прочитанных в Коллеж де Франс в 1973–1974 учебном году*. Пер. с франц. А. В. Шестакова. СПб.: Наука.

Фуко М. 2008. Технологии себя. *Логос*. 2 (65): 96–122.

Штомпка П. 2009. В фокусе внимания повседневная жизнь. Новый поворот в социологии. *Социологические исследования*. 8: 3–13.

Элиас Н. 2001. *О процессе цивилизации*. М.; СПб.: Университетская книга.

Crawford R. 1980. Healthism and the Medicalization of Everyday Life. *International Journal of Health Services*. 3 (10): 365–388.

Facts and Trends: Water. 2016. *unwater.org*. URL: [http://www.unwater.org/downloads/Water\\_facts\\_and\\_trends.pdf](http://www.unwater.org/downloads/Water_facts_and_trends.pdf)

Ferrier C. 2001. Bottled Water: Understanding a Social Phenomenon. *AMBIO: A Journal of the Human Environment*. 30 (2): 118–119.

Global Packaged Water Consumption to Overtake Carbonates in 2015. 2015. *canadean.com*. URL: <http://www.canadean.com/news/global-packaged-water-consumption-to-overtake-carbonates-in-2015/>

Global Water Demand. 2015. *Facing the Challenges. Case Studies and Indicators. Unesco's Contribution to the United Nations World Water Development Report*. URL: <http://unesdoc.unesco.org/images/0023/002321/232179E.pdf>

iDrink. 2014. *iTunes Preview*. URL: <https://itunes.apple.com/ru/app/idrink-lucsij-treker-vody/id953796261?mt=8>

Kahneman D., Tversky A. 1974. Judgment under Uncertainty: Heuristics and Biases. *Science*. 185 (4157): 1124–1131.

- Linton J. 2010. *What is Water? The History of a Modern Abstraction*. Vancouver; Toronto: UBC Press.
- My Bottle. 2015. *my-bottles.ru*. URL: <http://my-bottles.ru/>
- Northcote M., McIntosh A. 1999. What Mathematics do Adults Really Do in Everyday Life? *Australian Primary Mathematics Classroom*. 4 (1): 19–21.
- Ph-метр. 2017. *Ismer.ru*. URL: [http://ismer.ru/products/ph-metr-kl-009ii?utm\\_source=google&utm\\_medium=cpc&utm\\_term=ph%20%D0%BC%D0%B5%D1%82%D1%80&utm\\_campaign=msk\\_g\\_ph\\_poisk](http://ismer.ru/products/ph-metr-kl-009ii?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_term=ph%20%D0%BC%D0%B5%D1%82%D1%80&utm_campaign=msk_g_ph_poisk)
- Trentmann F., Taylor V. 2005. From Users to Consumers — Water Politics in Nineteenth Century London. In: Trentmann F. (ed.) *The Making of the Consumer: Knowledge, Power and Identity in the Modern World*. Oxford: Berg Publishers; 53–79.
- Verplanken B., Faes S. 1999. Good Intentions, Bad Habits, and Effects of Forming Implementation Intentions on Healthy Eating. *European Journal of Social Psychology*. 29 (5–6): 591–604.

## DEBUT STUDIES

Anastasia Andreeva, Julia Klimeshova, Maria Kudryavtseva, Anastasia Lobanova

# Rationalization of Modern Life: The Case of Water Consumption in Moscow

**ANDREEVA, Anastasia** — BA

Student, Faculty of Social Sciences,  
National Research University  
Higher School of Economics.  
Address: 20 Myasnitskaya str.,  
Moscow, 101000, Russian  
Federation.

**Email:** [aaandreeva\\_2@edu.hse.ru](mailto:aaandreeva_2@edu.hse.ru)

**KLIMESHOVA, Julia** — BA

Student, Faculty of Social Sciences,  
National Research University  
Higher School of Economics.  
Address: 20 Myasnitskaya str.,  
Moscow, 101000, Russian  
Federation.

**Email:** [klimeshova.yuliya@gmail.com](mailto:klimeshova.yuliya@gmail.com)

**KUDRYAVTSEVA, Maria** — BA

Student, Faculty of Social Sciences,  
National Research University  
Higher School of Economics.  
Address: 20 Myasnitskaya str.,  
Moscow, 101000, Russian  
Federation.

**Email:** [makudryavtseva\\_1@edu.hse.ru](mailto:makudryavtseva_1@edu.hse.ru)

**LOBANOVA, Anastasia** — BA

Student, Faculty of Social Sciences;  
Research Assistant, Laboratory for  
Science and Technology Studies,  
National Research University  
Higher School of Economics.  
Address: 20 Myasnitskaya str.,  
Moscow, 101000, Russian  
Federation.

**Email:** [aplobanova@edu.hse.ru](mailto:aplobanova@edu.hse.ru)

## Abstract

In a risk society, healthism, medicalization, and the expansion of the market for bottled water all contribute to the disciplinary self-management of drinking water consumption. Such changes align with the predictions of classical sociologists like Weber and Simmel that the phenomenon of rationalization would extend to all spheres of society, including everyday life. Based on qualitative research data on drinking water consumption in Moscow, this study assesses how such trends are manifested in contemporary Russian society.

The study demonstrates an increasing emphasis on managing thirst. In certain social contexts (including sports, weight loss, and pregnancy), the habitualization of socially constructed norms of water consumption has transformed these into an internal need. The mechanisms of control and calculative behavior are manifested in both the conscious attempts and unconscious measuring tactics developed by Muscovites to increase the volume of water being drunk. Ordinary people who are anxious about the safety of drinking water seek institutional support from the state, advertisements for bottled water, and expert knowledge of various kinds. Because the quality of drinking water is perceived to be an existential issue, the lack of certainty around this issue sometimes gives rise to irrational beliefs. The researchers were especially surprised to find references to “life-giving” or “dead” water in the narratives of respondents with a university education, including some with medical degrees.

**Keywords:** rationalization; disciplinary control; everyday life; calculation; habitualization; medicalization; healthism; institutional regulation; water quality.

## Acknowledgements

The authors express special gratitude to the anonymous reviewers for valuable comments that enhanced the paper’s quality, and to their research advisor Elena Berdysheva for help and useful comments at all stages of the research.

## References

- Baburin V., Zemtsov S. (2013) Geografiya innovatsionnykh protsessov v Rossii [Geography of Innovation Processes in Russia]. *Bulletin of Moscow University*, vol. 5, pp. 25–32 (in Russian).
- Bandurin A., Bandurin V. (2015) Sotsial'naya ratsional'nost' v znaniyom kontekste povsednevnosti sovremenogo obshchestva [Social Rationality in the Knowledge Context of Everyday Life in Modern Society]. *Humanities, Social-Economic and Social Sciences*, no 3, pp. 13–17 (in Russian).
- Beck U. (2000) *Obshchestvo riska: Na puti k drugomu modernu* [Risk Society: Towards a New Modernity] (Transl. V. Sedelnik, N. Fedorov), Moscow: Progress-Traditsiya (in Russian).
- Berger P., Luckmann T. (1995) *Sotsial'noe konstruirovaniye real'nosti: traktat po sotsiologii znaniya* [The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge], Moscow: Medium (in Russian).
- Callon M., Meadel C., Rabeharisoa V. (2008) Ekonomika kachestv [The Economy of Qualities] (Transl. G. B. Yudin). *The Journal of Sociology and Social Anthropology*, vol. 11, no 4, pp. 59–87 (in Russian).
- Corbin D., Strauss A. (2001) *Osnovy kachestvennogo issledovaniya: obosnovannaya teoriya, protsedury i tekhniki* [Qualitative Research Method: Grounded Theory] (Transl. T. S. Vasilieva), Moscow: Editorial URSS (in Russian).
- Crawford R. (1980) Healthism and the Medicalization of Everyday Life. *International Journal of Health Services*, vol. 3, no 10, pp. 365–388.
- Douglas M. (2000) *Chistota i opasnost'. Analiz predstavlenij ob oskvernenii i tabu* [An Analysis of the Concepts of Pollution and Taboo] (Transl. R. Gromova, ed. S. Bankovskaya), Moscow: Kanon-press-Ts, Kuchkovo pole (in Russian).
- Douglas M. (2007) Okruzhayushchaya sreda i risk [An Analysis of the Concepts of Pollution and Taboo]. *Sotsiologicheskoe obozrenie*, vol. 6, no 3, pp. 37–48 (in Russian).
- Elias N. (2001) *O protsesse tsivilizatsii* [The Civilizing Process], Moscow; St. Petersburg: Universitetskaya kniga (in Russian).
- Facts and Trends: Water (2016) Available at: [http://www.unwater.org/downloads/Water\\_facts\\_and\\_trends.pdf](http://www.unwater.org/downloads/Water_facts_and_trends.pdf) (accessed 7 March 2017).
- Ferrier C. (2001) Bottled Water: Understanding a Social Phenomenon. *AMBIO: A Journal of the Human Environment*, vol. 30, no 2, pp. 118–119.
- Foucault M. (2007) *Psikhiatricheskaya vlast'. Kurs lektsiy, pročitannykh v Kollezhe de Frans v 1973–1974 uchebnom godu* [Psychiatric Power. Lectures at the College de France 1973–1974] (Transl. A. V. Shestakov), St. Petersburg: Nauka (in Russian).
- Foucault M. (2008) Tekhnologii sebya [Technologies of the Self]. *Logos*, vol. 65, no 2, pp. 96–122 (in Russian).
- Foucault M. (1998) *Istoriya seksual'nosti III: Zabota o sebe* [The History of Sexuality III: The Care of Self] (Transl. T. N. Titov, O. I. Khoma, ed. A. B. Mokrousov), Kiev: Dukh i litera, Grunt; Moscow: Refl-book (in Russian).

- Foucault M. (1999) *Nadzirat' i nakazyvat'. Rozhdenie tyur'my* [Discipline and Punish. The Birth of The Prison] (Transl. by V. Naumov), Moscow: Ad Marginem (in Russian).
- Global Packaged Water Consumption to Overtake Carbonates in 2015* (2015) Available at: <http://www.canadean.com/news/global-packaged-water-consumption-to-overtake-carbonates-in-2015/> (accessed 7 March 2017).
- iDrink. 2014. *iTunes Preview*. Available at: <https://itunes.apple.com/ru/app/idrink-lucsij-treker-vody/id953796261?mt=8> (accessed 7 March 2017).
- Kahneman D., Tversky A. (1974) Judgment under Uncertainty: Heuristics and Biases. *Science*, vol. 185, no 4157, pp. 1124–1131.
- Kak zastavit' sebya vypivat' normu vody v den', 8 proverennykh sovetov* (2015) [How to Force Yourself to Drink More Water Every Day, 8 Tested Tips]. Available at: <http://svetlana-dolgih.ru/kak-pravilno-pit-vodu/> (accessed 7 March 2017) (in Russian).
- Kovalyov E., Shteinberg I. (1999) *Kachestvennye metody v polevykh sotsiologicheskikh issledovaniyakh* [Qualitative Methods in Sociological Field Research], Moscow: Logos (in Russian).
- Kovalyova A. (2008) Samosokhranitel'noe povedenie v sisteme faktorov, okazyvayushchikh vliyanie na sostoyanie zdorov'ya [Self-Protective Behaviour in a System of Health-Affected Factors]. *The Journal of Sociology and Social Anthropology*, vol. 11, no 2, pp. 179–191 (in Russian).
- Linton J. (2010) *What is Water? The History of a Modern Abstraction*, Vancouver and Toronto: UBC Press.
- Mishel' Foucault i Rossiya: Sb. Statei* [Michel Foucault: Collected Papers] (2001) (ed. O. Kharkhordin), St. Petersburg: European University at St. Petersburg; Moscow: Summer Garden (in Russian).
- Moreno J. L. (2001) *Psikhodrama* [Psychodrama], (transl. G. Pimochkina, E. Rachkova), Moscow: April Press; EKSMO-Press (in Russian).
- My Bottle*. 2015. Available at: <http://mybottle-sale.ru>. (accessed 4 March 2017) (in Russian).
- Northcote M., McIntosh A. (1999) What Mathematics Do Adults Really Do in Everyday Life? *Australian Primary Mathematics Classroom*, vol. 4, no 1, pp. 19–21.
- Pautov I., Pautova N. (2014) Prodvizhenie zdorovogo obraza zhizni kak instrument realizatsii gosudarstvennoj politiki v sfere okhrany zdorov'ya v sovremennoj Rossii [Promoting a Healthy Lifestyle as an Instrument of Public Health Policy in Modern Russia]. *The Journal of Social Policy Studies* (electronic journal), vol. 12, no 4, pp. 493–508. Available at: [http://www.aup.ru/books/m245/6\\_3.htm](http://www.aup.ru/books/m245/6_3.htm) (accessed 4 March 2017) (in Russian).
- Ph-meter. 2017. *Ismer.ru*. Available at: [http://ismer.ru/products/ph-metr-kl-009ii?utm\\_source=google&utm\\_medium=cpc&utm\\_term=ph%20%D0%BC%D0%B5%D1%82%D1%80&utm\\_campaign=msk\\_g\\_ph\\_poisk](http://ismer.ru/products/ph-metr-kl-009ii?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_term=ph%20%D0%BC%D0%B5%D1%82%D1%80&utm_campaign=msk_g_ph_poisk) (accessed 4 March 2017) (in Russian).
- Ritzer G. (2011) *Makdonal'dizatsiya obshchestva* [The McDonalidization of Society] (Transl. A. Lazarev), Moscow: Praksis (in Russian).

- Roshchina Y. (2016) Stil' zhizni v otnoshenii zdorov'ya: imeet li znachenie sotsial'noe neravenstvo? [Health-Related Lifestyle: Does Social Inequality Matter?]. *Journal of Economic Sociology = Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 17, no 3, pp. 13–36. Available at: <https://ecsoc.hse.ru/2016-17-3.html> (accessed 14 March 2017) (in Russian).
- Rynok butilirovannoj vody. Tekushchaya situatsiya i prognoz 2016–2020 gg. (2016) [Bottled Water Market. Current Situation and Forecast for 2016–2020]. Alto Consulting Group. Available at: <http://alto-group.ru/otchet/marketing/361-rynok-butilirovannoj-vody-tekushchaya-situatsiya-i-prognoz-2014-2018-gg.html> (accessed 7 March 2017) (in Russian).
- Shtompka P. (2009) V fokuse vnimaniya povsednevnyaya zhizn'. Novyy povorot v sotsiologii [The Focus on Everyday Life: A New Turn in Sociology]. *Sociological Studies*, no 8, pp. 3–13 (in Russian).
- Slater D. (2008) Zabiraya rynek u ekonomistov [Capturing Markets from the Economists]. *Journal of Economic Sociology = Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 2, no 9, pp. 29–45. Available at: <https://ecsoc.hse.ru/2008-9-2.html> (accessed 19 March 2017) (in Russian).
- Trentmann F., Taylor V. (2005) From Users to Consumers — Water Politics in Nineteenth Century. London: *The Making of the Consumer: Knowledge, Power and Identity in the Modern World* (ed. F. Trentmann), Oxford: Berg Publishers, pp. 53–79.
- Valdenfels B. (1991) Povsednevnost' kak plavil'nyj tigl' ratsional'nosti [Life as a Melting Crucible Rationality]. *Sotsio-Logos: sotsiologiya, antropologiya, metafizika* [Socio-Logos: Sociology, Anthropology, Metaphysics]. Iss. 1. Society and Spheres of the Meaning, Moscow: Progress, pp. 39–50.
- Verplanken B., Faes S. (1999) Good Intentions, Bad Habits, and Effects of Forming Implementation Intentions on Healthy Eating. *European Journal of Social Psychology*, vol. 29, no 5–6, pp. 591–604.
- Vodnyy balans organizma (2016) [Water Balance of Organism]. *kaula.ru*. Available at: [http://www.kaula.ru/meropriyatiya/17-12\\_seminar-vodnyi-balans-organizma](http://www.kaula.ru/meropriyatiya/17-12_seminar-vodnyi-balans-organizma) (accessed 7 March 2017) (in Russian).
- Weber M. (1994) *Izbrannoe. Obraz obshchestva* [Selected Works. Sociology of Community], Moscow: Yurist (in Russian).
- Weber M. (2007) *Istoriya khozyaistva. Birzha i ee znachenie*. [The History of Economy. The Stock Exchange and Its Meaning], Moscow: Giperboreya; Kuchkovo pole (in Russian).
- Weber M. (2016) *Hozyaystvo i obshchestvo: ocherki ponimayushchey sotsiologii*. [Economy and Society. An Outline of Interpretive Sociology], Moscow: HSE Publishing House (in Russian).
- WWAP (United Nations World Water Assessment Programme) (2015) *Facing the Challenges. Case Studies and Indicators. Unesco's Contribution to the United Nations World Water Development report*. Available at: <http://unesdoc.unesco.org/images/0023/002321/232179E.pdf> (accessed 7 March 2017).

**Received:** January 11, 2017.

**Citation:** Andreeva A., Klimeshova J., Kudryavtseva M., Lobanova A. Ratsionalizatsiya zhizni sovremenno-go cheloveka na primere analiza potrebleniya vody zhitelyami Moskvy [Rationalization of Modern Life: The Case of Water Consumption in Moscow]. *Journal of Economic Sociology = Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 18, no 2, pp.80–111. Available at <https://ecsoc.hse.ru/2017-18-2.html> (in Russian).